

Informe Anual de Turismo de Reuniones en CABA

Año 2017

Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires
Dirección General de Inteligencia de Mercado y Observatorio



@travel
Buenos
Aires

| todas las
pasiones

Contenido

- 1. Introducción**
- 2. Resumen Ejecutivo**
- 3. Características de las reuniones**
- 4. Resultados de la Encuesta de Demanda:**
 - 4.1 Turistas en Congresos y Convenciones (C&C)**
 - 4.2 Turistas en Ferias y Exposiciones (F&E)**
 - 4.3 Excursionistas**
- 5. Notas metodológicas**

1. Introducción

Este informe anual consta de dos componentes principales:

1. Características de los eventos

Se genera a partir del calendario detallado que incluye todas las reuniones que se realizaron en CABA durante 2017.

2. Resultados de la encuesta de demanda

Se nutre de encuestas respondidas por asistentes a congresos, convenciones, ferias y exposiciones realizados en CABA durante 2017.

2. Resumen Ejecutivo

Características de los eventos en CABA

@travelBuenosAires

1.279 eventos en CABA
5.907.053 asistentes en 2017



MAYO Y SEPTIEMBRE meses con más eventos

1.134
Congresos y Convenciones
(+ 7% vs 2016)



616.432
asistentes
(+18% vs 2016)

145
Ferias y Exposiciones
(+ 8% vs 2016)



5.290.621
asistentes
(+2% vs 2016)















Principales sedes:

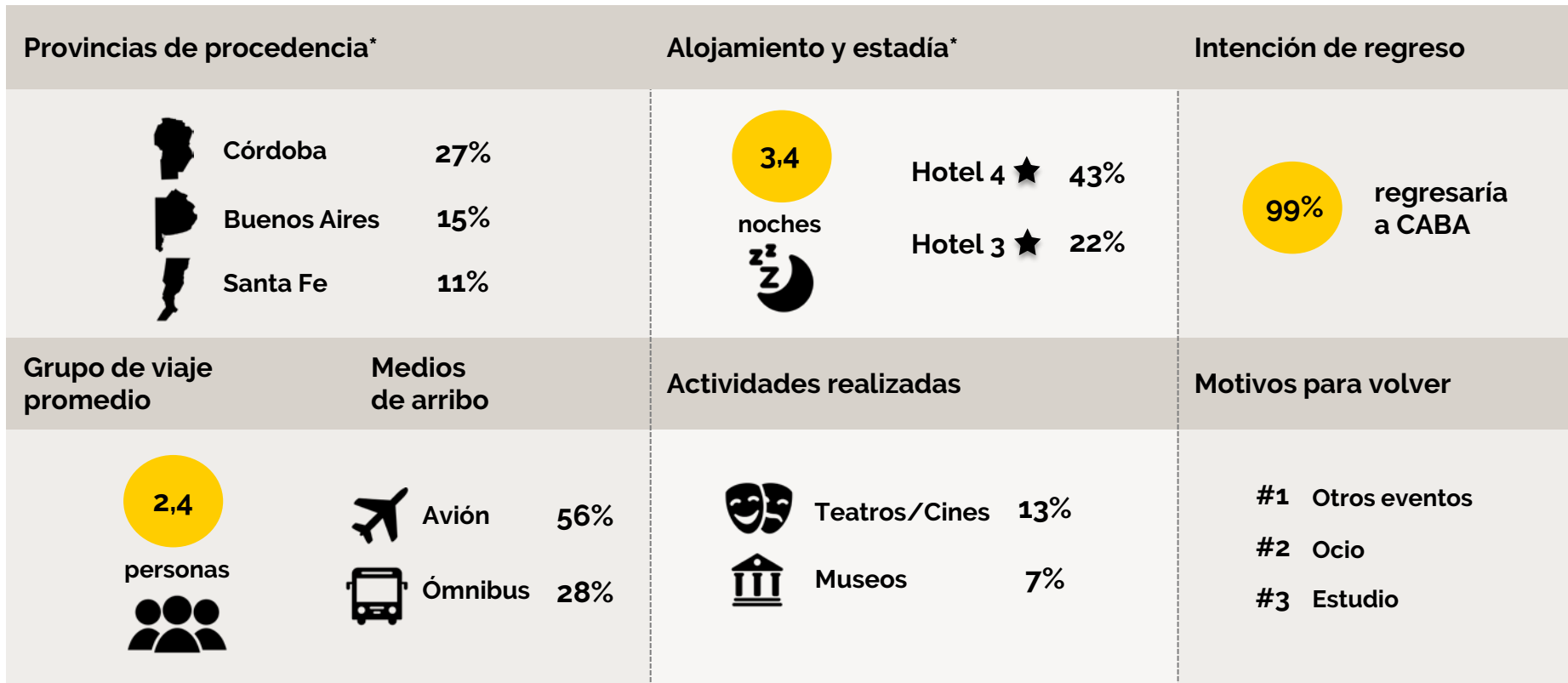
- #1 Hotel
- #2 Universidad/Centro de estudio
- #3 Auditorio/Sala
- #4 Predio ferial

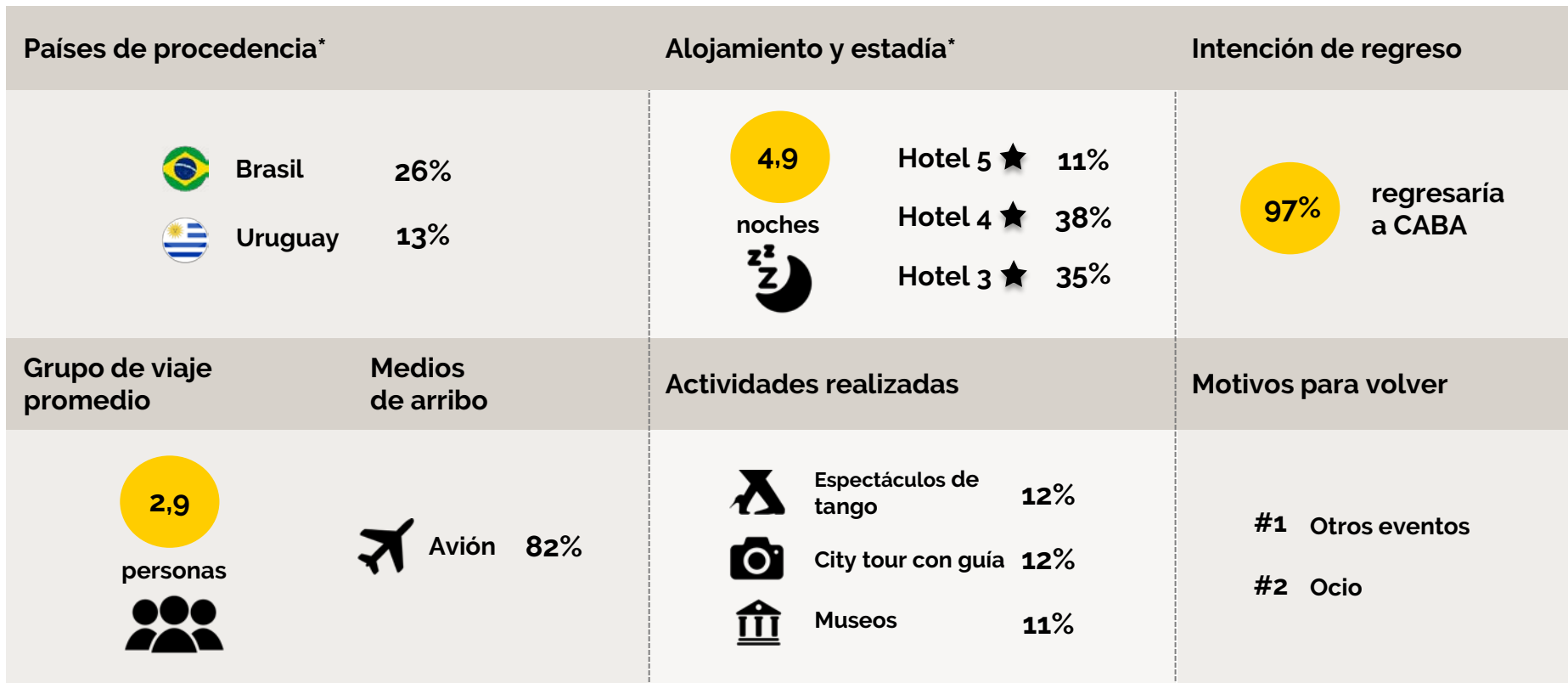
Principal temática:

C&C → Medicina

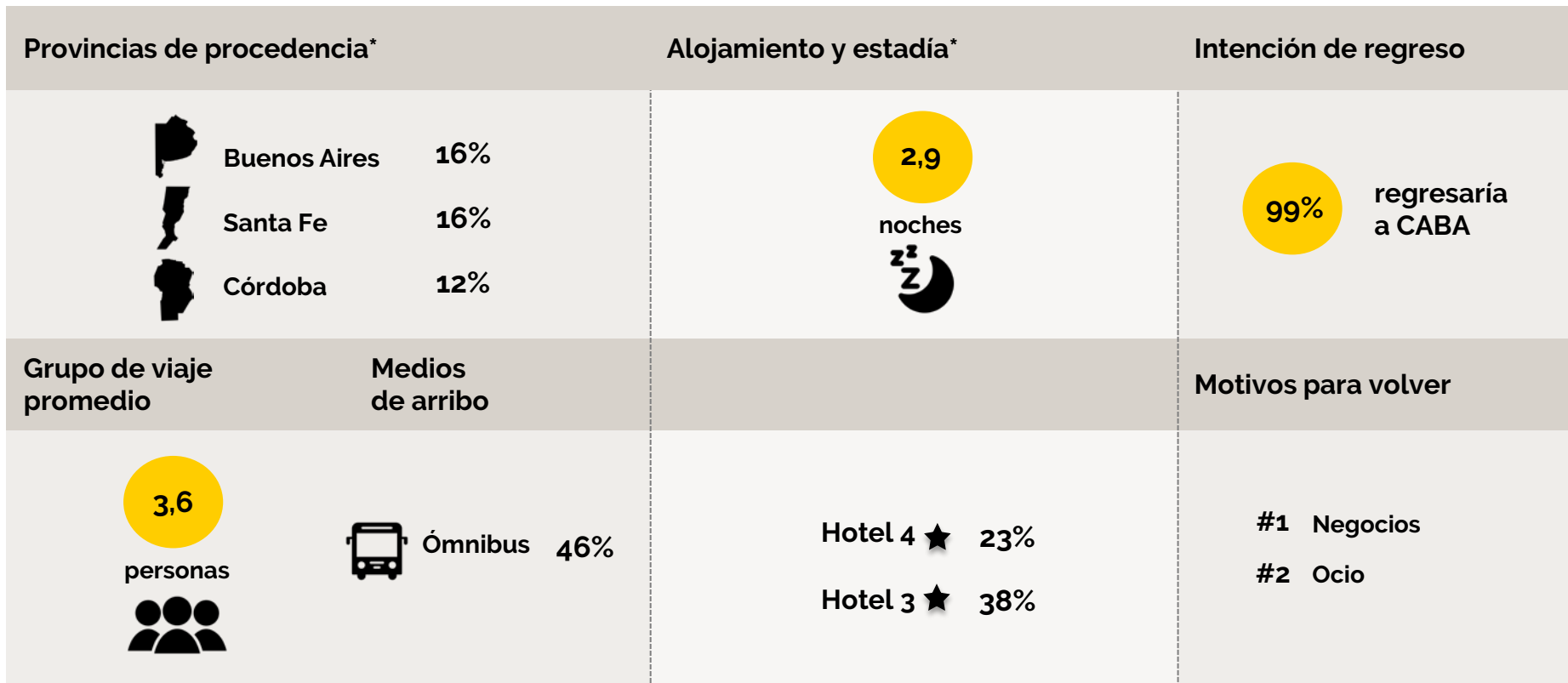
F&E { Agrícola, ganadera y alimenticia
Industria, tecnología y energía

| Países de procedencia* | | Alojamiento y estadía* | | Intención de regreso | |
|---|---|---|-----------------------------|--|--|
|  | Brasil 17% |  5.5 noches  | Hotel 5 ★ 21% |  99% regresaría a CABA | |
|  | Paraguay 14% | | Hotel 4 ★ 53% | | |
|  | Perú 12% | | | | |
|  | Chile 12% | | | | |
| Grupo de viaje promedio | Medios de arribo | Actividades realizadas | | Motivos para volver | |
|  3,1 personas  |  Avión 86% |  Museos 26%  Espectáculos de tango 20%  City tour con guía 17%  Teatros/Cines 8% | #1 Ocio #2 Otros eventos | | |





* Casos ponderados por el grupo de viaje declarado.



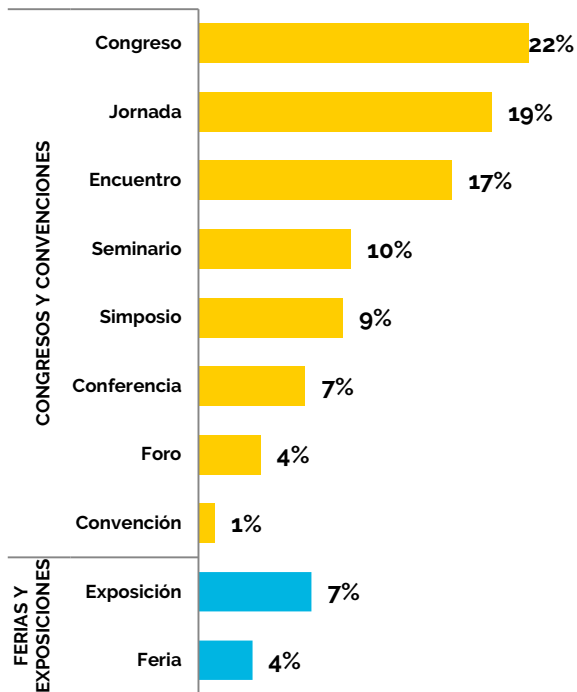
3. Características de las reuniones

Cantidad de reuniones y asistentes

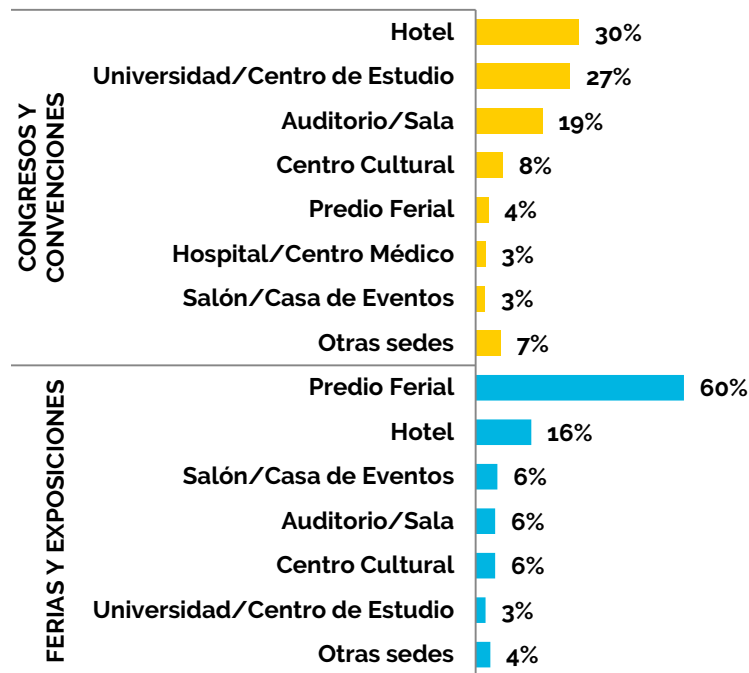
| | Total | Congresos y Convenciones | Ferias y Exposiciones |
|------------|-----------|----------------------------|-----------------------------|
| Eventos | 1.279 | 1.134 (+ 7% vs 2016) | 145 (+ 8% vs 2016) |
| Asistentes | 5.907.053 | 616.432 (+ 18% vs 2016) | 5.290.621 (+ 2% vs 2016) |

Tipo de reunión y sede

Tipo de reunión

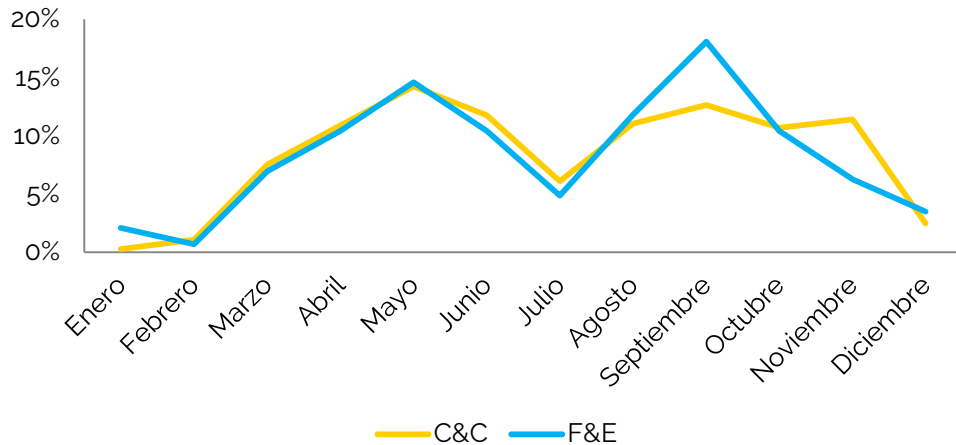


Tipo de sede

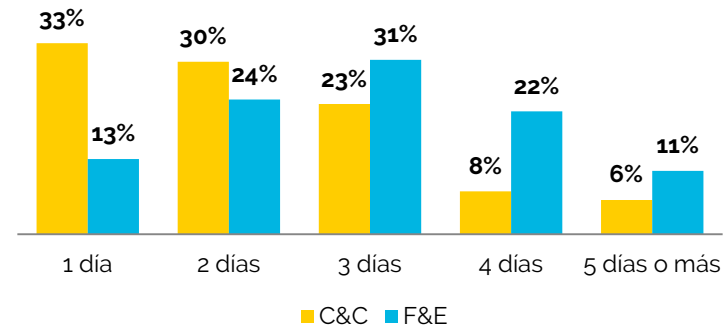


Estacionalidad y duración de las reuniones

Mes de realización



Duración

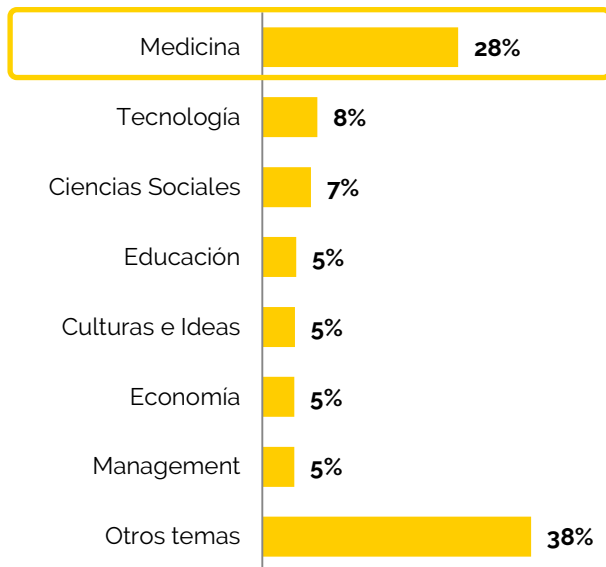


Duración promedio C&C
2,3 días

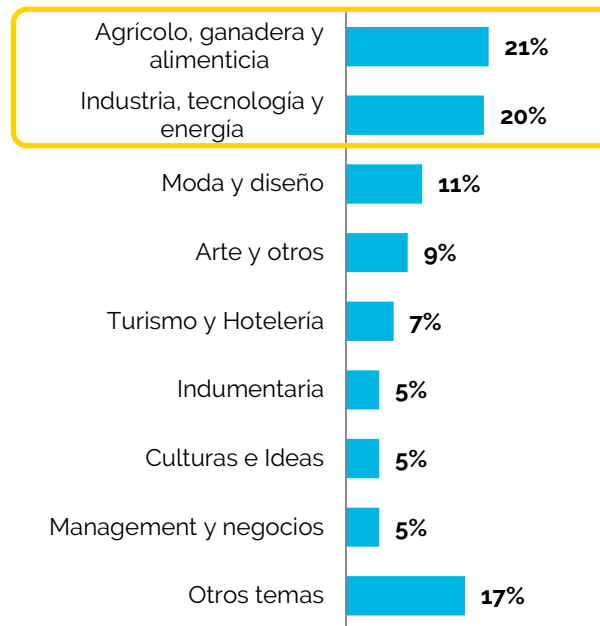
Duración promedio F&E
3,6 días

Temática de las reuniones

C&C



F&E

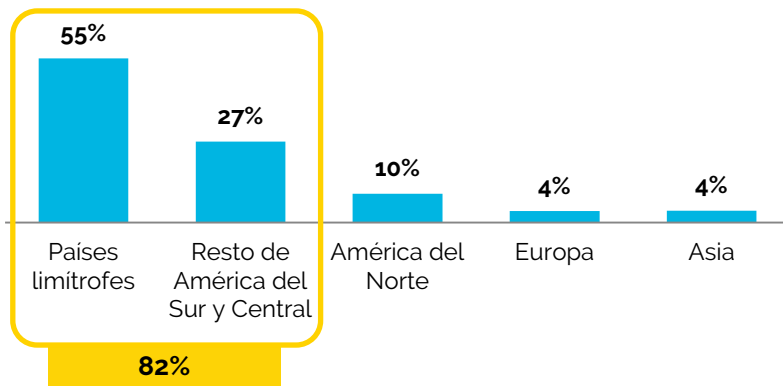


4. Resultados de la Encuesta de Demanda

4.1 Turistas en Congresos y Convenciones

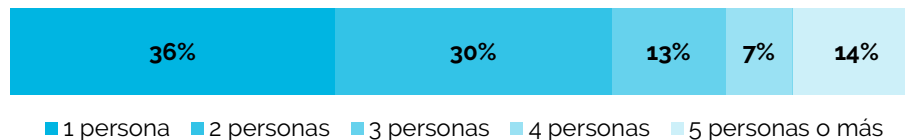
¿De dónde vienen?

Región de residencia habitual*



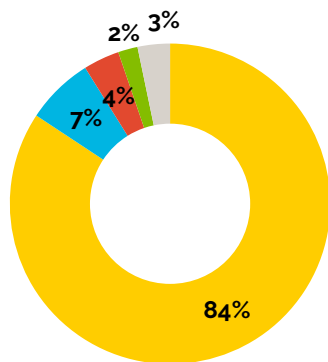
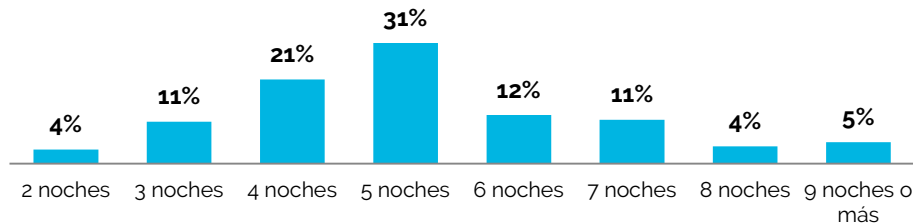
| País* | % |
|--------------|-----|
| Brasil | 17% |
| Paraguay | 14% |
| Perú | 12% |
| Chile | 12% |
| México | 9% |
| Uruguay | 6% |
| Bolivia | 6% |
| Colombia | 5% |
| Otros países | 20% |

Grupo de viaje promedio
3,1 personas



¿Cuánto tiempo se quedan y dónde se alojan?*

Estadía promedio
5,5 noches



- Hotel
- Vivienda Propia, de familiares o amigos
- Vivienda Alquilada
- Apart-Hotel
- Otra

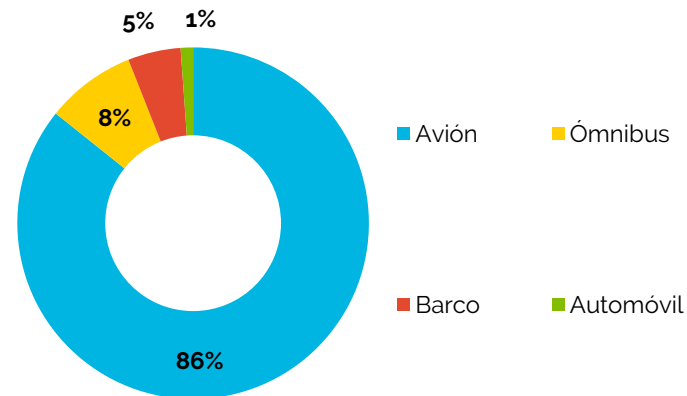
De quienes se alojan en hoteles:

- 25% **Hotel 5** ★
- 63% **Hotel 4** ★
- 12% **Hotel 3** ★
- 1% **Hotel 1-2** ★

¿Cómo se informan y en qué vienen?*

| Medio de información sobre el evento** | % |
|--|-----|
| Internet | 45% |
| Entidad organizadora | 42% |
| Empresa donde trabaja | 24% |
| Diario / Revistas | 1% |
| Otro medio | 4% |

Medio de transporte de arribo

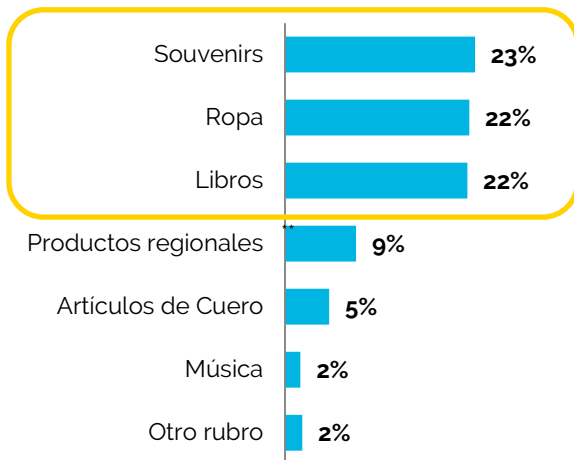


* Casos sin ponderar.

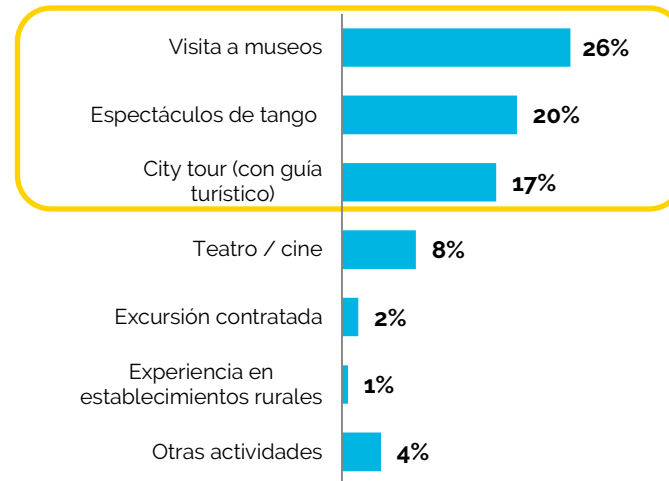
** Respuesta múltiple. n = 431.

¿Qué compran y qué actividades realizan?*

Compras



Actividades

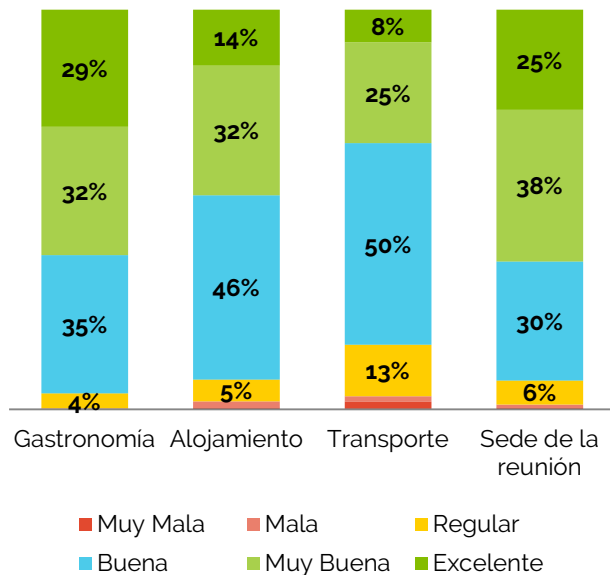


* Casos sin ponderar. Respuesta múltiple.

** Productos regionales productos de producción local y artesanal (como mates, dulce de leche o artesanías)

¿Cómo califican los servicios de la Ciudad? ¿Regresarían?*

El 36% visita la Ciudad por 1º vez



El 99% regresaría a la Ciudad



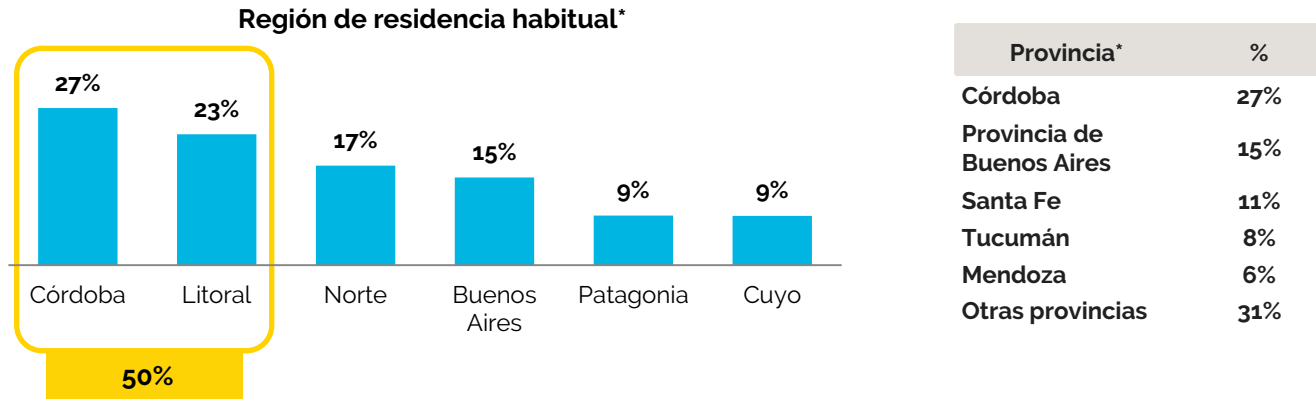
Motivo por el que regresaría**

| | |
|------------------------------------|-----|
| Por ocio | 65% |
| Por otras reuniones / eventos | 36% |
| Por negocios | 29% |
| Por estudio | 25% |
| Para visitar a amigos / familiares | 15% |
| Por deporte | 3% |
| Por otros motivos | 3% |

* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

¿De dónde vienen?

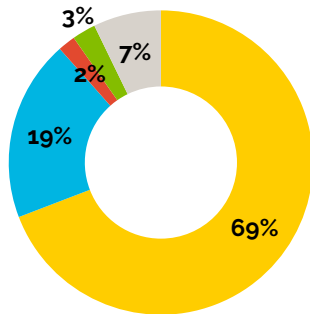
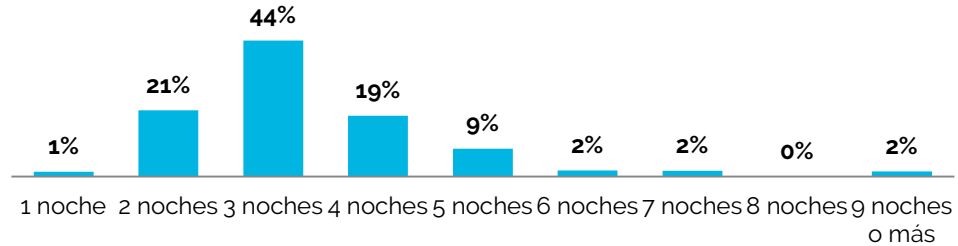


Grupo de viaje promedio
2,4 personas



¿Cuánto tiempo se quedan y dónde se alojan?*

Estadía promedio
3,4 noches



- Hotel
- Vivienda Propia, de familiares o amigos
- Vivienda Alquilada
- Apart-Hotel
- Otra

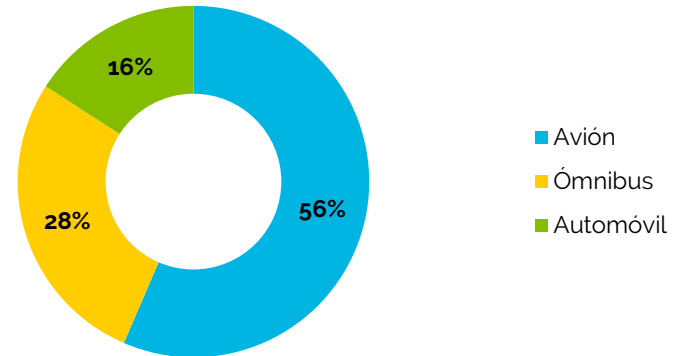
De quienes se alojan en hoteles:

- 4% **Hotel 5** ★
- 63% **Hotel 4** ★
- 32% **Hotel 3** ★
- 2% **Hotel 1-2** ★

¿Cómo se informan y en qué vienen?*

| Medio de información sobre el evento** | % |
|--|-----|
| Internet | 42% |
| Entidad Organizadora | 39% |
| Empresa donde trabaja | 24% |
| Diario / Revistas | 1% |
| Otro medio | 7% |

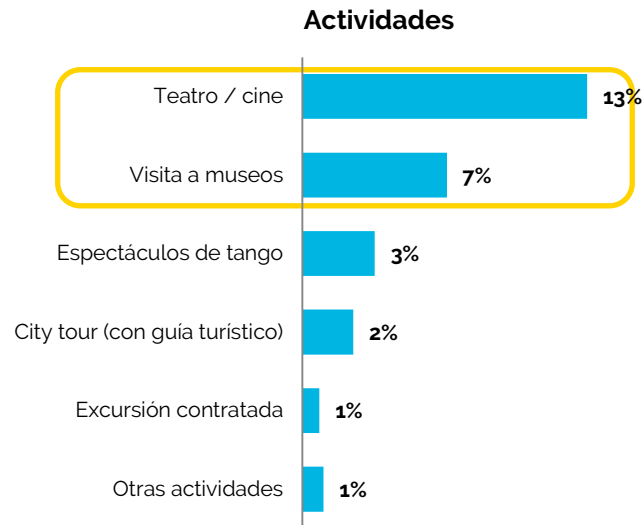
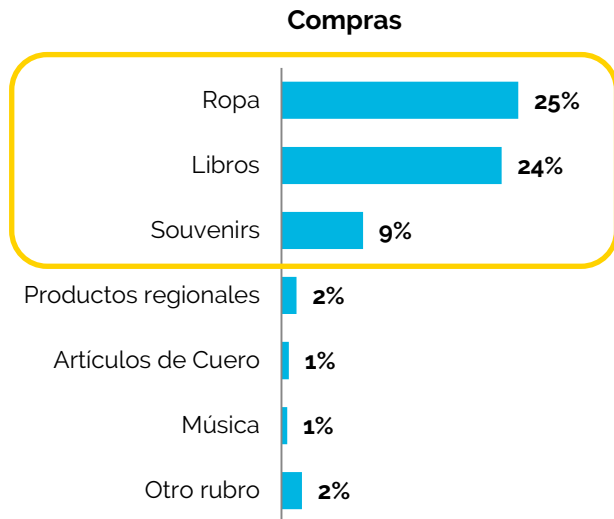
Medio de transporte de arribo



* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple. n = 506.

¿Qué compran y qué actividades realizan?*



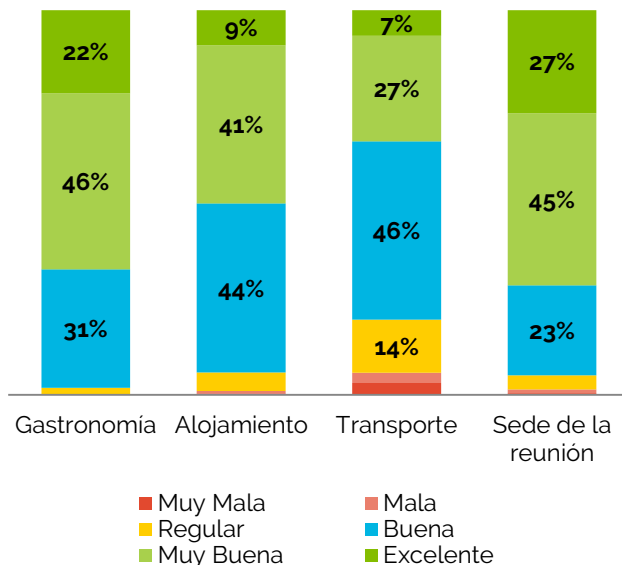
* Casos sin ponderar. Respuesta múltiple.

** Productos regionales productos de producción local y artesanal (como mates, dulce de leche o artesanías)

n = 506

¿Cómo califican los servicios de la Ciudad? ¿Regresarían?*

El 59% visita la Ciudad varias veces al año



El 99% regresaría a la Ciudad



| Motivo por el que regresaría** | % |
|------------------------------------|-----|
| Por otras reuniones / eventos | 52% |
| Por ocio | 48% |
| Por estudio | 44% |
| Por negocios | 28% |
| Para visitar a amigos / familiares | 26% |
| Por deporte | 4% |
| Por otros motivos | 3% |

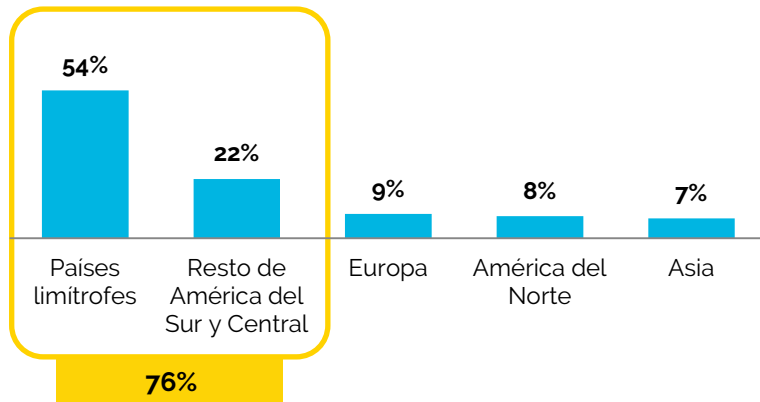
* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

4.2 Turistas en Ferias y Exposiciones

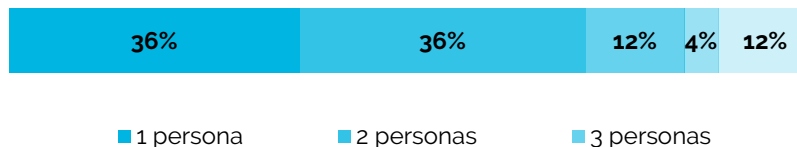
¿De dónde vienen?

Región de residencia habitual*



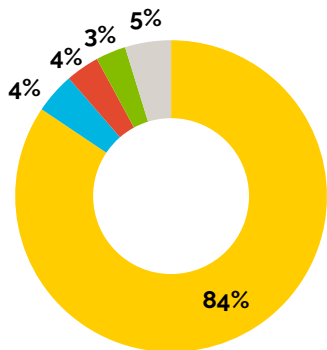
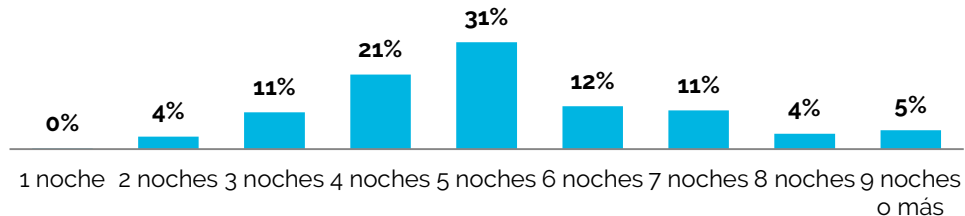
| País* | % |
|----------------|-----|
| Brasil | 26% |
| Uruguay | 13% |
| Chile | 7% |
| Ecuador | 7% |
| Paraguay | 6% |
| Perú | 4% |
| México | 4% |
| Estados Unidos | 4% |
| Otros países | 30% |

Grupo de viaje promedio
2,9 personas



¿Cuánto tiempo se quedan y dónde se alojan?*

Estadía promedio
4,9 noches



- Hotel
- Vivienda Propia, de familiares o amigos
- Vivienda Alquilada
- Apart-Hotel
- Otro alojamiento

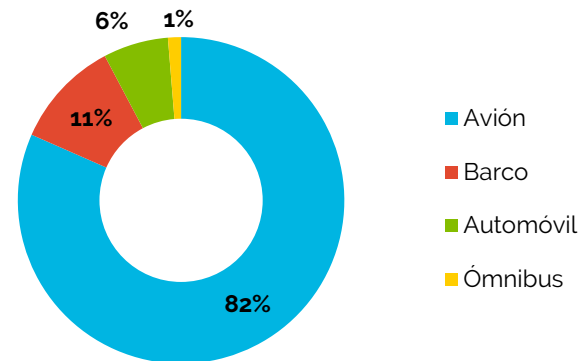
De quienes se alojan en hoteles:



¿Cómo organizan su viaje y en qué vienen?*

| Medio de información sobre el evento** | % |
|--|-----|
| Empresa donde trabaja | 53% |
| Internet | 34% |
| Entidad Organizadora | 28% |
| Diario / Revistas | 3% |
| TV / Radio | 2% |
| Otro medio | 6% |

Medio de transporte de arribo

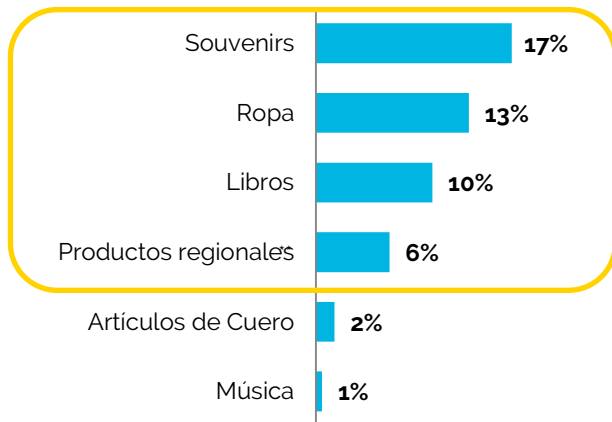


* Casos sin ponderar.

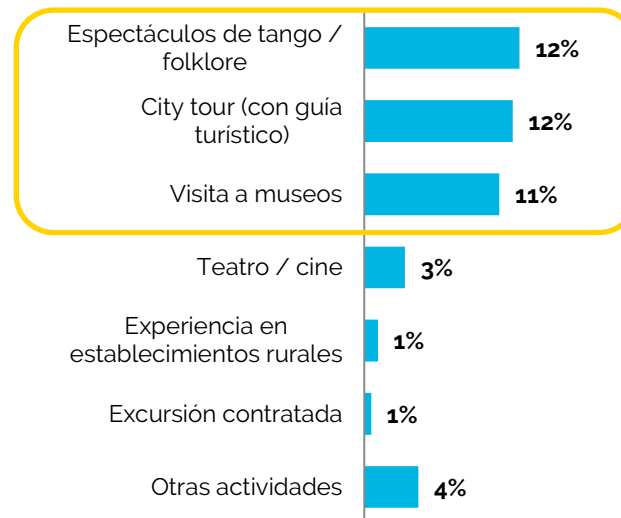
** Respuesta múltiple.

¿Qué compran y qué actividades realizan?*

Compras



Actividades

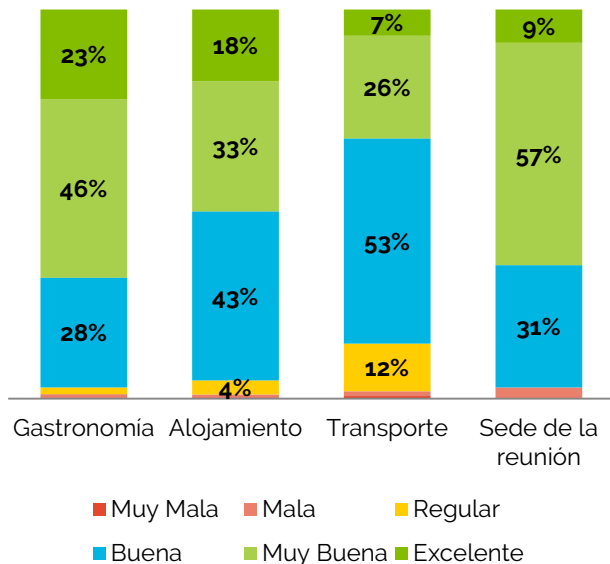


* Casos sin ponderar. Respuesta múltiple.

** Productos regionales hace referencia a los productos de producción local y artesanal (como mates, dulce de leche o artesanías)

¿Cómo califican los servicios de la Ciudad? ¿Regresarían?*

El 30% visita la Ciudad por 1º vez



El 97% regresaría a la Ciudad

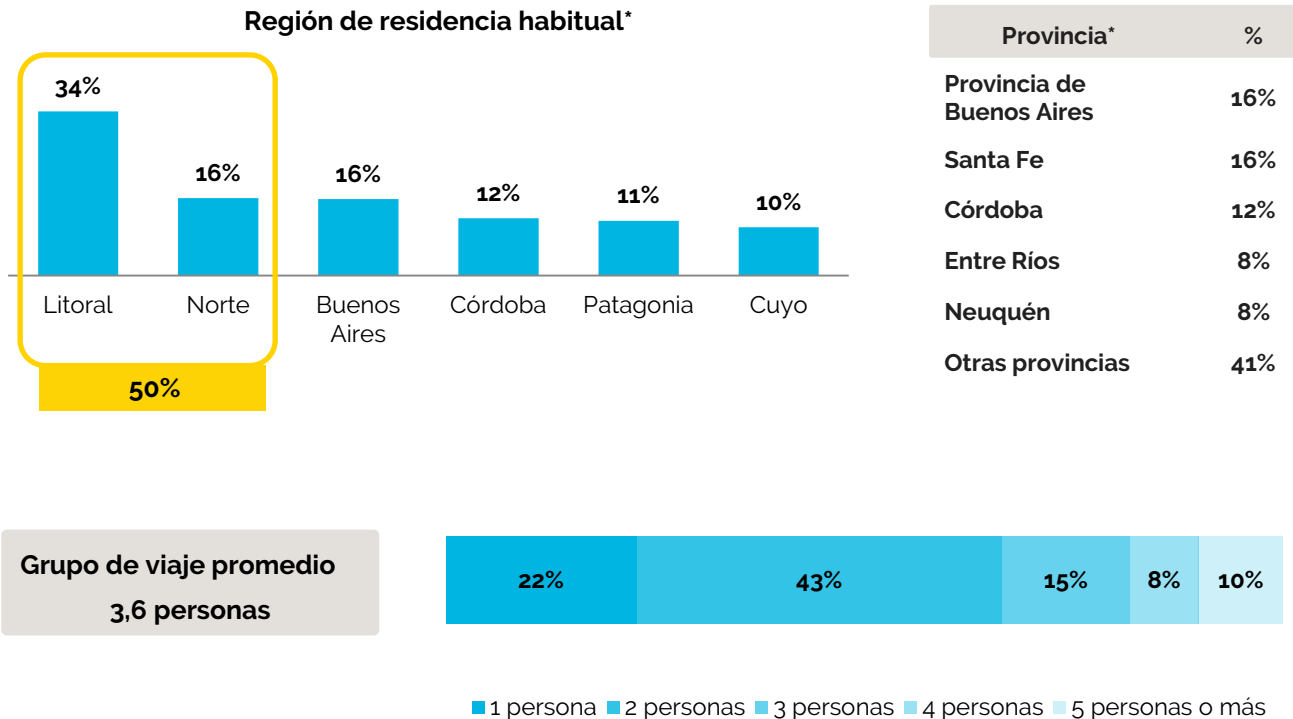


| Motivo por el que regresaría** | % |
|------------------------------------|-----|
| Por otras reuniones / eventos | 65% |
| Por ocio | 56% |
| Para visitar a amigos / familiares | 24% |
| Por estudio | 21% |
| Por deporte | 6% |
| Por negocios | 5% |
| Por otros motivos | 2% |

* Casos sin ponderar.

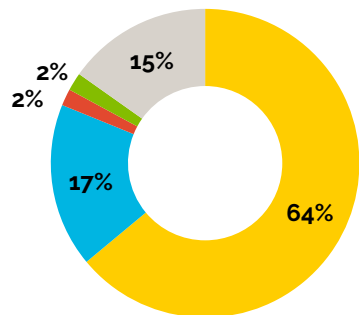
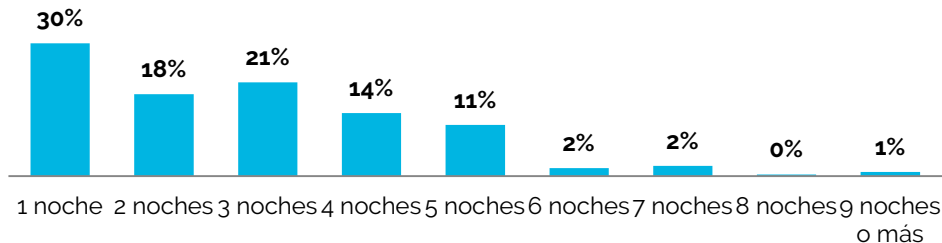
** Respuesta múltiple.

¿De dónde vienen y cuántos son?



¿Cuánto tiempo se quedan y dónde se alojan?*

Estadía promedio
2,9 noches



- Hotel
- Vivienda Propia, de familiares o amigos
- Vivienda Alquilada
- Apart-Hotel
- Otro alojamiento

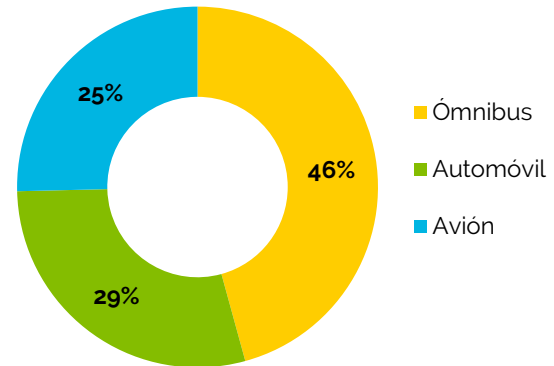
De quienes se alojan en hoteles:

- 3% Hotel 5 ★
- 35% Hotel 4 ★
- 60% Hotel 3 ★
- 2% Hotel 1-2 ★

¿Cómo se informan y en qué vienen?*

| Medio de información sobre el evento** | % |
|--|-----|
| Internet | 45% |
| Empresa donde trabaja | 36% |
| Entidad Organizadora | 22% |
| TV / Radio | 7% |
| Diario / Revistas | 7% |
| Otro medio | 5% |

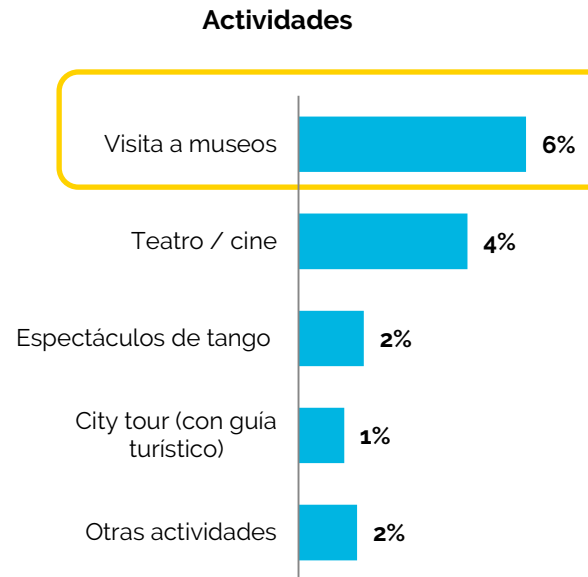
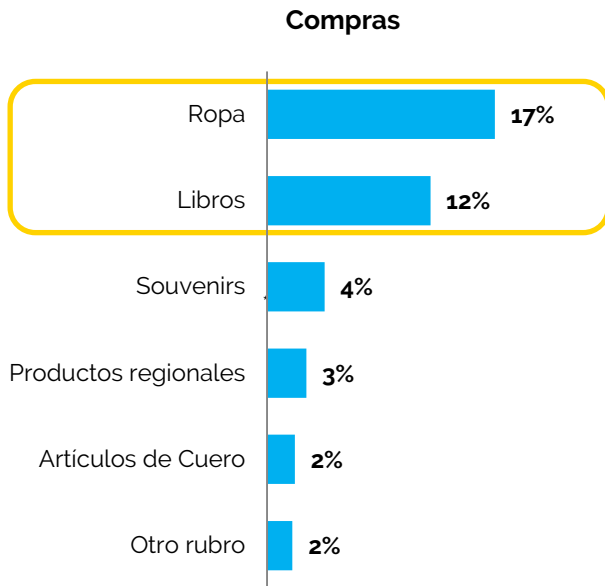
Medio de transporte de arribo



* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

¿Qué compran y qué actividades realizan?*

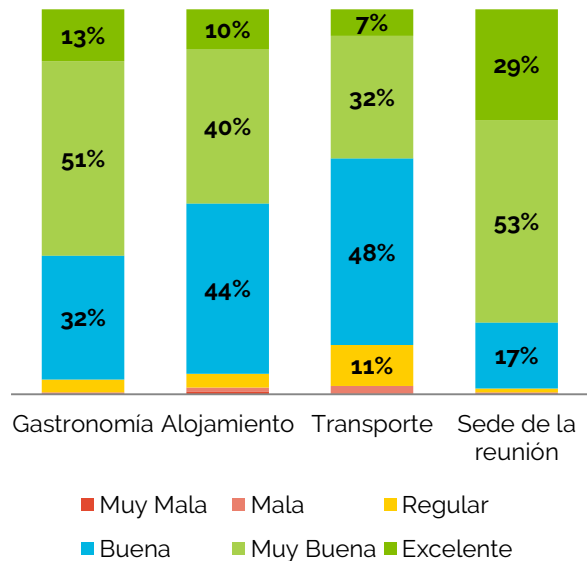


* Casos sin ponderar. Respuesta múltiple.

** La categoría de productos regionales hace referencia a los productos de producción local y artesanal (como mates, dulce de leche o artesanías)

¿Cómo califican los servicios de la Ciudad? ¿Regresarían?*

El 60% visita la Ciudad varias veces al año



El 99% regresaría a la Ciudad



| Motivo por el que regresaría** | % |
|------------------------------------|-----|
| Por negocios | 61% |
| Por ocio | 50% |
| Por otras reuniones / eventos | 31% |
| Para visitar a amigos / familiares | 24% |
| Por estudio | 8% |
| Por deporte | 4% |
| Por otros motivos | 2% |

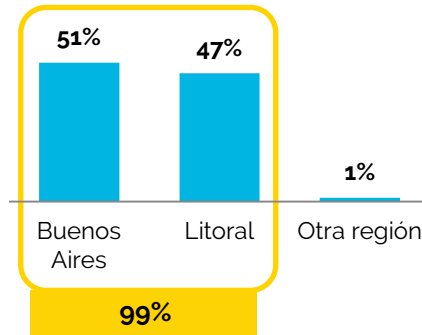
* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

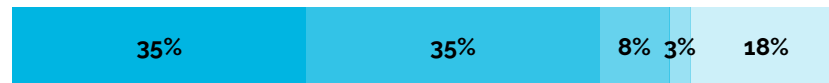
4.3 Excursionistas

¿De dónde vienen?

Región de residencia habitual*



Grupo de viaje promedio
4,6 personas

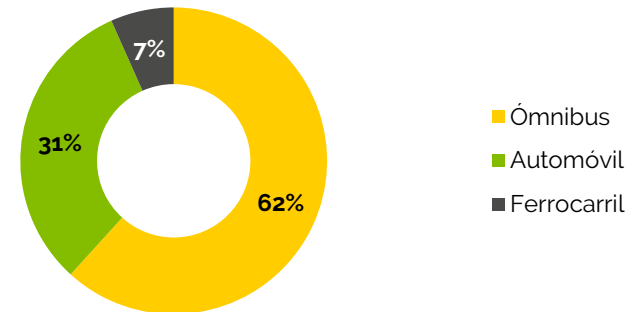


■ 1 persona
 ■ 2 personas
 ■ 3 personas
 ■ 4 personas
 ■ 5 personas o más

¿Cómo organizan su viaje y en qué vienen?*

| Medio de información sobre el evento** | % |
|--|-----|
| Empresa donde trabaja | 42% |
| Internet | 36% |
| Entidad Organizadora | 29% |
| TV / Radio | 1% |
| Diario / Revistas | 2% |
| Otro medio | 7% |

Medio de transporte de arribo

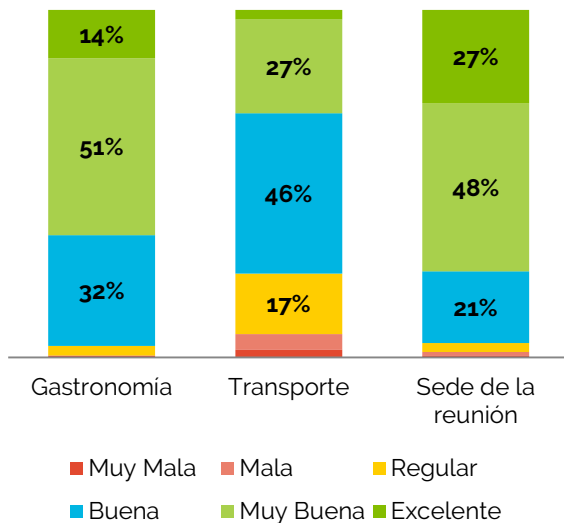


* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple. n = 196.

¿Cómo califican los servicios de la Ciudad? ¿Regresarían?*

68% visita la Ciudad varias veces al año



El 99% regresaría a la Ciudad



| Motivo por el que regresaría** | % |
|------------------------------------|-----|
| Por ocio | 43% |
| Por negocios | 39% |
| Por otras reuniones / eventos | 38% |
| Por estudio | 37% |
| Para visitar a amigos / familiares | 24% |
| Por deporte | 5% |
| Por otros motivos | 2% |

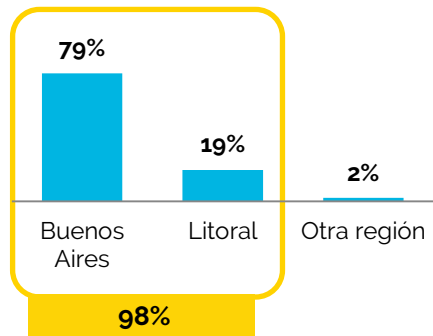
* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

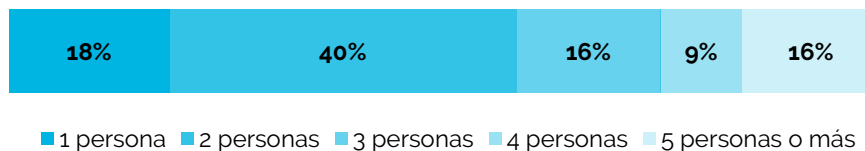
n = 196.

¿De dónde vienen?

Región de residencia habitual*



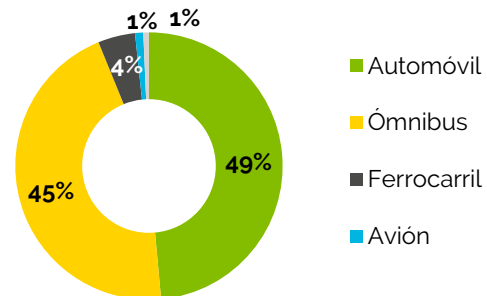
Grupo de viaje promedio
3,7 personas



¿Cómo se informan y en qué vienen?*

| Medio de información sobre el evento** | % |
|--|-----|
| Internet | 50% |
| Empresa donde trabaja | 27% |
| Entidad Organizadora | 12% |
| TV / Radio | 12% |
| Diario / Revistas | 7% |
| Otro medio | 10% |

Medio de transporte de arribo



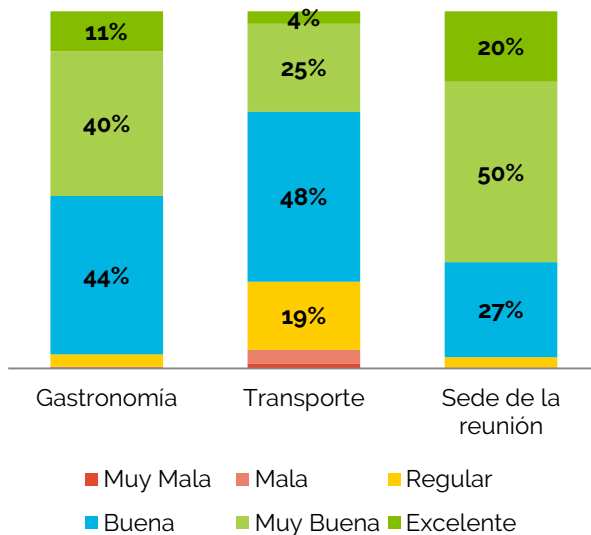
* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

n = 1057.

¿Cómo califican los servicios de la Ciudad? ¿Regresarían?*

El 74% visita la Ciudad varias veces al año



El 100% regresaría a la Ciudad



| Motivo por el que regresaría** | % |
|------------------------------------|-----|
| Por ocio | 43% |
| Por negocios | 39% |
| Por otras reuniones / eventos | 38% |
| Por estudio | 37% |
| Para visitar a amigos / familiares | 24% |
| Por deporte | 5% |
| Por otros motivos | 2% |

* Casos sin ponderar.

** Respuesta múltiple.

5. Notas metodológicas

Objetivos y metodología de la encuesta de demanda

Objetivo

Profundizar el estudio sobre las características y el perfil de los excursionistas y turistas, argentinos y extranjeros, que asistieron a congresos, convenciones, ferias y exposiciones realizados en la Ciudad de Buenos Aires durante 2017.

Metodología

- Estudio cuantitativo no probabilístico.
- Abordaje coincidental en congresos, convenciones, ferias y exposiciones.
- Entrevista personal con un cuestionario estructurado en soporte electrónico. Selección de casos aleatoria.
- Selección de los eventos realizada con el INPROTUR, considerando sólo aquellos con una asistencia mayor a 50 personas, de acuerdo a su importancia y a la potencial participación de asistentes extranjeros.
- Trabajo de campo: marzo a diciembre de 2017.

Muestra

| | | | |
|-------|----------------|-------------|------|
| C&C | Turistas | Extranjeros | 431 |
| | | Nacionales | 506 |
| | Excursionistas | Argentinos | 196 |
| F&E | Turistas | Extranjeros | 189 |
| | | Nacionales | 594 |
| | Excursionistas | Argentinos | 1057 |
| Total | | | 2973 |

Conceptos

Categorías de asistentes o participantes en las reuniones

- **Residentes:** su lugar de residencia habitual es la ciudad donde se desarrolla el evento.
- **Nacionales:** arriban a la ciudad para participar en una reunión. Residen en el país donde se desarrolla el evento pero no en la ciudad sede.
- **Extranjeros:** arriban a la ciudad para participar en una reunión. No residen en el país donde se desarrolla el evento.

Entre los nacionales y extranjeros se incluyen:

- **Turistas:** permanecen por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.
- **Visitantes de día o excursionistas:** no pernoctan en el lugar visitado.

Conceptos

Categorías de reuniones

- **Congresos.** encuentros de especialistas en alguna temática, generalmente los más destacados de un país, región o a nivel internacional en materia científica, académica, técnica o empresarial; cuyos asistentes se reúnen con el fin de compartir datos e informaciones y debatir una agenda fijada con antelación, o buscar soluciones a una problemática planteada en un área específica.
- **Convenciones.** eventos formales de órganos legislativos, partidos políticos, instituciones políticas, sociales o económicas, donde se difunde información sobre un tema en particular o temas de actualidad, y posteriormente se delibera con el fin de lograr consenso al respecto entre los participantes.
- **Ferías y Exposiciones.** espacios comerciales donde los empresarios tienen la oportunidad de exhibir y vender sus productos o servicios y realizar contactos comerciales con los diferentes actores de la cadena productiva.

Agradecemos a todos los organizadores de reuniones que han permitido el ingreso del equipo de encuestadores del Ente de Turismo de la Ciudad para la realización de las encuestas de demanda.

ENTE DE TURISMO

GONZALO ROBREDO
Presidente del Ente de Turismo

FEDERICO ESPER
Director General de Inteligencia de Mercado y Observatorio

SILVINA DI GIANO
Gerente Operativo de Investigación Turística

CAROLINA INÉS GARCIA
Analista de Investigación

MAURO ABOUD Y SILVIA WEBER
Calendario de Eventos

LUCAS FONTAN Y PAULA VILLALOBOS
Coordinadores de campo

TAMARA ARELLANO, NICOLÁS ASCANI, MARIA CAPURRO, NICOLÁS PAULIN
Equipo de encuestadores