

Jefe de Gobierno

Anibal Ibarra

Secretaría de Desarrollo Económico

Eduardo Hecker

Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano

Matías Kulfas

Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística

Pablo Rascovan

Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo

Pablo Singerman



Informe de coyuntura turística

Ciudad de Buenos Aires

PEIET-Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo
CEDEM-Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano
GCBA-Secretaría de Desarrollo Económico

Nº 9
Abril 2003

El presente trabajo ha sido realizado por el Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo (PEIET) del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) y la Dirección General de Promoción y Desarrollo Turístico, dependientes de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Dirección del CEDEM

Lic. Matías Kulfas

Coordinador del PEIET

Lic. Pablo Singerman

Asesor

Lic. Camilo Makón

Participaron en el presente informe los siguientes Consultores, Asistentes y Encuestadores:

Patricia Fernández

Blas Molinari

Florencia Rocha

Diego Llovet

Ana Laura Lobo

Romina Staffieri

Paula Colonna

Anahí Costaguta

Dominique Gorín

Martín Felman

Paulina Seivach

Diseño gráfico: Carolina Testa

Balcarce 360 2º Piso - CP. 1064 / Buenos Aires, Argentina / Tel: (54 11) 4114-5781

E-mail: cmakon@buenosaires.gov.ar / www.cedem.org.ar

Índice

Presentación	7
1. Resumen ejecutivo	9
2. Evolución del turismo receptivo	11
3. Aspectos metodológicos	23
4. Anexo estadístico	27
5. Informes especiales	
5.1. Encuesta Turística Festival Internacional de Tango 2003	35
5.2. Encuesta Cruceros – Temporada 2002-2003	43

Presentación

El Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo (PEIET) inició sus actividades en octubre del año 2001. Surge en el marco de las actividades del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM) de la Secretaría de Desarrollo Económico, con el apoyo de la Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

El objetivo del PEIET es la elaboración, compilación y análisis de información estadística y estudios sobre el Turismo Receptivo en la Ciudad de Buenos Aires. Para ello, cuenta con un equipo de profesionales especializados en la materia, encuestadores para la realización de trabajos de campo, el apoyo técnico de los recursos humanos de la Dirección General de Desarrollo y Promoción Turística y de otros profesionales del CEDEM.

Durante la primera etapa de trabajo se han orientado los esfuerzos hacia el mejoramiento de la información estadística –a través de la realización de encuestas y relevamientos propios y la formulación de convenios de cooperación con diversos organismos afines-, el desarrollo de indicadores de coyuntura del sector turístico en la Ciudad y de herramientas para el análisis del impacto de la actividad turística. Las diversas acciones encaradas se orientan a la elaboración, en el mediano plazo, de la **Cuenta Satélite de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires**.

El presente informe mensual sintetiza las principales tendencias de la coyuntura turística de la Ciudad de Buenos Aires.

1. Resumen Ejecutivo

- En el mes de marzo de 2003, arribaron a la Ciudad de Buenos Aires un total de 559.460 visitantes nacionales y extranjeros, lo cual significó un crecimiento del 33% en comparación con el mismo mes del año anterior.
- El gasto total en la Ciudad de los visitantes, durante marzo de 2003, fue de **395.747.786 pesos**.
- La Provincia de **Buenos Aires** (25,2%) ocupó el primer lugar en el total de los visitantes nacionales.
- **Chile** se mantuvo como el primer mercado de turismo internacional. Asimismo, **EE.UU.** ocupó la segunda ubicación, confirmando su importante participación en estos últimos meses.
- Se advirtió una fuerte presencia de visitantes residentes en países limítrofes (alcanzaron el 51% del total de los visitantes extranjeros a la Ciudad).
- Respecto al mes de marzo de 2002, la estadía media en la Ciudad de los visitantes nacionales durante este mes, pasó de 6 a 8 días (+25%). También el gasto medio diario desembolsado por estos en marzo de 2003, creció en comparación con el mismo mes del año anterior (+94%).

- En el caso de los visitantes extranjeros, durante este mes, tanto su estadía media en la Ciudad, como el gasto medio diario que desembolsaron, crecieron en comparación con marzo de 2002 (+16% y +72%, respectivamente).
- El **Festival Internacional de Tango** que se llevó a cabo entre el 1 y el 9 de marzo, resultó ser un importante evento promotor del flujo turístico a la Ciudad, como así también una significativa fuente de ingresos adicionales para Buenos Aires, principalmente por el elevado nivel de gasto.
- Esto se explica por la gran proporción de visitantes asistentes a dicho festival que optaron por realizar distintas actividades recreativas y compras en la Ciudad.
- Entre los asistentes al Festival, se destacó la presencia de visitantes residentes en el **interior del país, Brasil y EE.UU.**, como de nuevos mercados para la Ciudad, tal es el caso de Colombia.
- En este mes de marzo, finalizó la temporada de cruceros 2002-2003. Se estima que, entre noviembre y marzo, la Ciudad recibió un total **67.799** visitantes nacionales y extranjeros.
- En esta temporada se verificó un incremento en la permanencia de los cruceros que arribaron a la Ciudad respecto a la temporada anterior y, consecuentemente, la estadía media de los visitantes creció un 31% pasando de 1,6 días (temporada 2001-2002) a 2,1 días (temporada 2002-2003)

- Los principales mercados fueron EE.UU. (35,7%) y Brasil (25,1%), aunque se observó un fuerte crecimiento del mercado europeo, respecto a la temporada anterior.

2. Evolución del turismo receptivo

En el mes de marzo de 2003, arribaron a la Ciudad de Buenos Aires un total de **559.460 visitantes** nacionales y extranjeros, lo cual significó un crecimiento del 33% en comparación con el mismo mes del año anterior.

Así el trimestre veraniego de enero-marzo de 2003 cerró con un total de 1.655.111 visitantes, que representa un crecimiento del 47%, respecto al mismo período del año pasado.

Cuadro 1

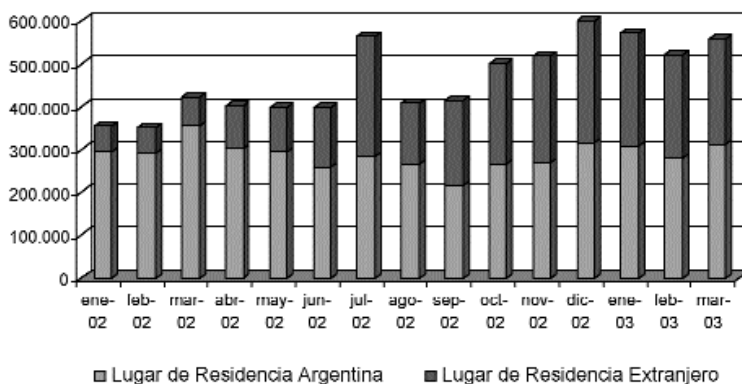
Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires según Lugar de Residencia. Enero 2002 – Marzo 2003.

Mes	Lugar de residencia		Total
	Argentina	Extranjeros	
ene-02	295.195	59.098	354.293
feb-02	292.609	57.640	350.249
mar-02	354.040	67.436	421.476
abr-02	302.029	100.676	402.705
may-02	294.597	103.508	398.105
jun-02	258.576	139.233	397.809
jul-02	282.906	281.154	564.060
ago-02	267.895	139.419	407.314
sep-02	217.500	199.941	417.441
oct-02	264.709	238.086	502.795
nov-02	271.163	247.313	518.476
dic-02	314.714	284.548	599.262
Total 2002	3.415.933	1.918.052	5.333.985
ene-03	310.052	262.031	572.083
feb-03	280.047	243.521	523.568
mar-03	313.298	246.162	559.460

Estimación propia en base a datos de movimiento de pasajeros y servicios suministrados por TEBA, Aeropuertos Argentina 2000 y Buquebus.

Gráfico 1

Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Enero 2002 - Marzo 2003.



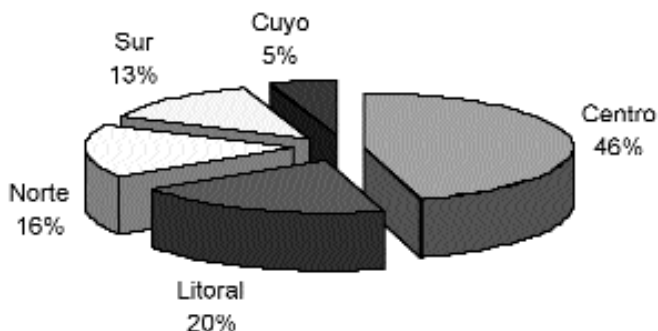
Durante este mes de marzo, la cantidad de visitantes residentes en la Argentina que arribaron a la Ciudad, descendió en un 12% respecto a lo acontecido en el mes de marzo de 2002

Es importante mencionar que la **Semana Santa de 2002** coincidió con la última semana de marzo, donde se registró un importante flujo de visitantes nacionales a la Ciudad, lo que explica este descenso observado cuando se comparan marzo de 2003 con el mismo mes del año pasado.

La Provincia de **Buenos Aires** (25,2%) ocupó el primer lugar en el total de los visitantes nacionales a la Ciudad de Buenos Aires, seguido por Santa Fe (11,7%) y las provincias de Litoral (Entre Ríos, Corrientes y Misiones), que sumadas alcanzan al 20,5% del total.

Gráfico 2

Lugar de Residencia de los Visitantes de Argentina a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.



Centro: Buenos Aires, Córdoba, La Pampa y Santa Fe.

Norte: Catamarca, Chaco, Formosa, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.

Litoral: Corrientes, Entre Ríos y Misiones.

Sur: Chubut, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Cuyo: Mendoza, San Juan y San Luis.

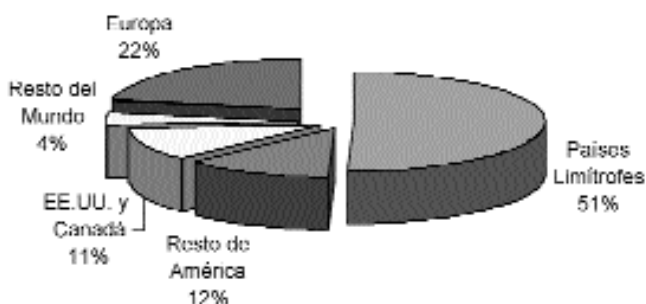
La cantidad de visitantes residentes en el Extranjero que arribaron a la Ciudad en marzo de 2003, se incrementó en un 273% respecto al mismo mes del año anterior.

Chile (28,3%) se mantuvo como el primer mercado de turismo internacional. EE.UU. (10%) ocupó la segunda ubicación, confirmando su destacada participación en estos últimos meses (en febrero de 2003, se ubicó en la tercera posición, con el 8,2%), sin duda, debido a que el mercado estadounidense (36% del total de cruceristas) fue el más importante de la temporada de cruceros en la Ciudad, que concluyó a fines de marzo pasado.

El Gráfico 3 permite observar que, en el mes de marzo de 2003, el **turismo regional** continuó representando el principal componente del flujo de turismo internacional a la Ciudad de Buenos Aires. Del total de visitantes residentes en el extranjero, el 51% provino de los países limítrofes.

Gráfico 3

Lugar de Residencia de los Visitantes residentes en el Extranjero a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

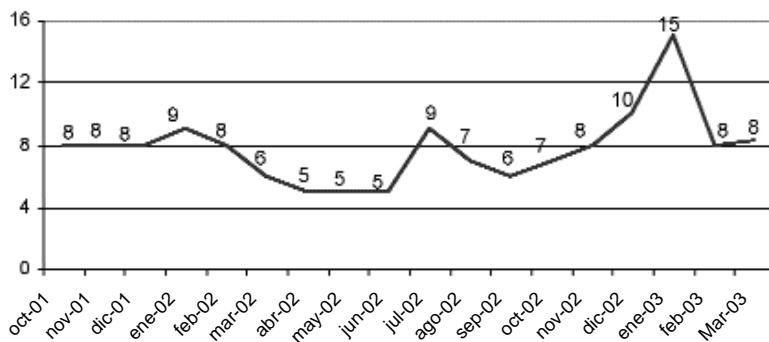


La estadía media¹ en la Ciudad de los visitantes nacionales durante el mes de marzo, se mantuvo constante respecto al mes de febrero; sin embargo, comparado con marzo de 2002, se incrementó un 25% pasando de 6 a 8 noches. (Gráfico 4).

¹ Para el cálculo de la variable Estadía Media sólo se tuvo en cuenta a los visitantes que pernoctaron en la Ciudad de Buenos Aires, excluyendo a aquellos que pasaron menos de un día en la misma.

Gráfico 4

Estadía Media (en noches de alojamiento) de los Visitantes residentes en Argentina a la Ciudad de Buenos Aires. Octubre 2001 - Marzo 2003.



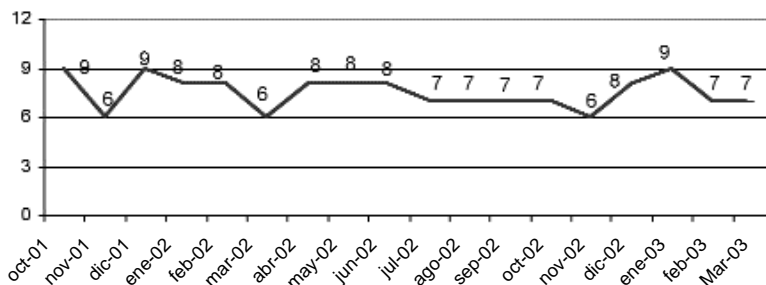
Comparado el trimestre enero-marzo 2003 con el mismo periodo del año anterior, se observa que la estadía media de los visitantes nacionales se incrementó en este verano pasado empujada, principalmente, por el pico registrado en el mes de enero último con 15 noches de alojamiento en la Ciudad.

Por otra parte, la estadía media de los visitantes que se alojaron en hoteles fue de 5 noches (ver Cuadro 7 en Anexo Estadístico).

La estadía media en la Ciudad de los visitantes extranjeros fue de 7 noches, manteniéndose constante en relación al mes pasado e incrementándose en una noche si se compara con marzo de 2002 (Gráfico 5).

Gráfico 5

Estadía Media (en noches de alojamiento) de los Visitantes residentes en el Extranjero a la Ciudad de Buenos Aires. Octubre 2001 - Marzo 2003.



En el verano de 2003, la estadía media de los visitantes extranjeros fue mayor que en el anterior período estival.

A su vez, la estadía media de los visitantes residentes en el exterior, que se alojaron en hoteles fue de 5 noches (ver Cuadro 7 en Anexo Estadístico).

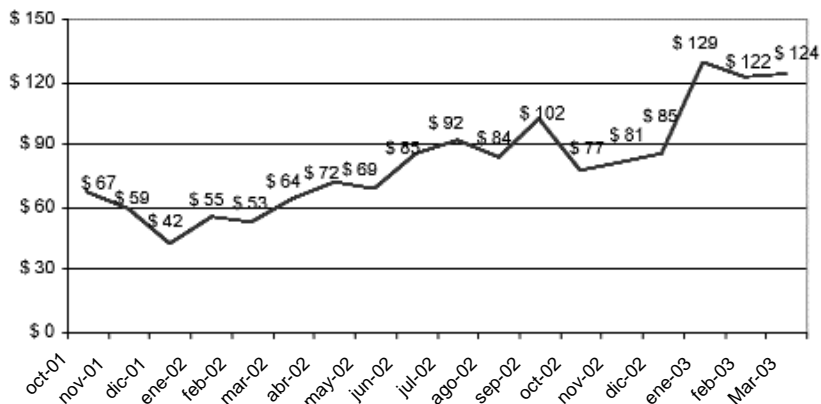
El gasto medio² de los visitantes nacionales en marzo fue levemente mayor que el del mes de febrero pasado, situándose en **\$124** (Gráfico 6). Sin embargo, si se lo compara con marzo del año anterior, el gasto medio diario se incrementó en un **94%**. En esto se aprecia el importante impacto que tuvo la inflación registrada entre los meses de marzo de 2002 y de 2003 en los precios de los servicios turísticos.

Se estima, por otro lado, que la propensión al consumo de la demanda, reflejada en este mayor nivel de gasto, se vio favorecida por cierto grado de estabilidad de los precios en estos últimos meses.

² El Gasto Medio diario por persona incluye todos los gastos corrientes (Hotelería, Gastronomía, Transporte, Recreación, Compras, Espectáculos, etc.) enajenados diariamente por los visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.

Gráfico 6

Gasto Medio por día por persona (en Pesos) de los Visitantes residentes en Argentina a la Ciudad de Buenos Aires. Octubre 2001 - Marzo 2003.



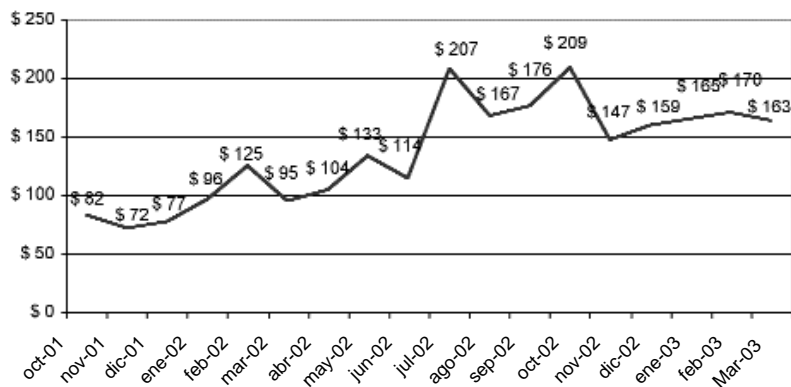
Durante este mes de marzo, el gasto medio de los visitantes extranjeros fue de **\$163**, levemente inferior al registrado en febrero último; sin embargo, superior al de marzo del año pasado en un **72%** (Gráfico 7).

Es necesario indicar que en marzo se llevó a cabo en la Ciudad de Buenos Aires el primer **Festival Internacional de Tango**, y según los datos obtenidos de una encuesta realizada a los turistas extranjeros asistentes a las actividades programadas en el marco de este evento, se observó que el gasto medio de estos fue de **\$ 279** por día por persona.

Así, se demuestra que un evento de carácter internacional, singular por referirse a la expresión cultural identificada con la Ciudad, es capaz de generar un nivel de gasto importante.

Gráfico 7

Gasto Medio por día por persona (en Pesos) de los Visitantes residentes en el Extranjero a la Ciudad de Buenos Aires. Octubre 2001 - Marzo 2003.



El gasto total en la Ciudad de los visitantes, durante marzo de 2003, fue de **395.747.786 pesos**, de los cuales **155.283.420 pesos** corresponde a turismo interno y **240.464.366 pesos** a turismo internacional.

De esta manera, la temporada estival 2003 (enero-marzo) significó para la Ciudad de Buenos Aires un ingreso total por consumo turístico de **1.164.664.755 pesos**.

Cuadro 2

Gasto total de los Visitantes. Verano 2003.

Lugar de residencia	enero - 03	febrero - 03	marzo - 03	Total
Argentina	266.250.275	173.819.086	155.283.420	595.352.781
Extranjero	181.186.332	147.661.276	240.464.366	569.311.974
Total	447.436.607	321.480.362	395.747.786	1.164.664.755

Como consecuencia del inicio del ciclo lectivo, en el mes de marzo de 2003 se observó un incremento en la cantidad de visitantes nacionales que arribaron a la Ciudad por motivo estudio, si se lo compara con febrero de 2003 (**+68,7%**).

Esto demuestra la importancia de Buenos Aires como centro nacional de formación académica-profesional, cautivando a una gran proporción de personas que se movilizan de su provincia de origen para emprender un estudio terciario o universitario.

En este orden, el inicio del ciclo lectivo y laboral provocó que durante este mes disminuyera la cantidad de visitantes nacionales que vacacionaron en la Ciudad respecto al mes de febrero de 2003 (**-32,7%**).

Es importante mencionar que la merma observada en el caso de los visitantes nacionales no se verificó para los visitantes extranjeros: el turismo internacional que arribó a la Ciudad por motivo vacaciones creció en un **16,4%** respecto a lo acontecido en el mes de febrero de 2003.

3. Aspectos metodológicos

A. Objetivos de las encuestas realizadas

1. Conocer el Perfil y Gasto de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.
2. Estimar asimismo la cantidad de Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires por las cuatro Terminales (Aeropuerto Internacional de Ezeiza, Aeroparque Metropolitano J.Newbery, la Terminal de Ómnibus de Retiro y la Terminal Fluvial del Puerto de la Ciudad)

B. Características de la Encuesta

1. Objeto de Estudio

Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires que salen por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, el Aeroparque Metropolitano J.Newbery, la Terminal de Ómnibus de Retiro y la Terminal Fluvial del Puerto de la Ciudad. Es decir, se entrevista a los visitantes al momento de finalizar su estadía en la Ciudad.

2. Metodología

Muestreo al azar de las personas **no residentes** en la Ciudad de Buenos Aires. Se entrevista a una persona que responde por su grupo de viaje. Asimismo, se lleva también el conteo de las personas que se entrevistan e informan que son residentes de la Ciudad. Por último, se releva información referida a la capacidad y ocupación de una muestra de los servicios que salen de las terminales.

3. Lugares de las toma

Las tomas se realizaron en el Aeroparque Metropolitano J.Newbery, la Terminal de Ómnibus de Retiro, el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y la Terminal Fluvial del Puerto de Buenos Aires.

4. Cantidad Total de Visitantes entrevistado durante el mes de marzo

Se entrevistó a un total de **1.620 visitantes nacionales y extranjeros** entre las cuatro Terminales.

Para la realización de este trabajo ha sido de gran importancia la colaboración de **Aeropuertos Argentina 2000** (Aeroparque Jorge Newbery y Aeropuerto Internacional de Ezeiza), **TEBA** (Terminal de Ómnibus de Retiro) y **Buquebus** (Terminal Fluvial del Puerto de la Ciudad), quienes autorizan a los encuestadores a realizar sus tareas en las respectivas terminales que operan y brindan toda la información complementaria para el diseño del operativo y el análisis de los resultados obtenidos; y **Manuel Tienda León**, que transporta a los encuestadores al Aeropuerto Internacional de Ezeiza.

4. Anexo Estadístico

Cuadro 1
Lugar de Residencia de los Visitantes residentes en Argentina a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

Lugar de residencia	%
Buenos Aires	25,2%
Santa Fe	11,7%
Entre Ríos	8,2%
Corrientes	7,4%
Córdoba	7,3%
Misiones	4,9%
Chaco	4,7%
Mendoza	4,0%
Tucumán	3,3%
Río Negro	3,2%
Neuquen	3,1%
Chubut	2,9%
Formosa	2,4%
Santa Cruz	2,0%
Salta	2,0%
Santiago del Estero	1,6%
Tierra del Fuego	1,5%
La Pampa	1,3%
Catamarca	0,9%
San Juan	0,9%
Jujuy	0,8%
San Luis	0,5%
La Rioja	0,3%
Total	100%

Cuadro 2

Lugar de Residencia de los Visitantes residentes en el Extranjero a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

Lugar de residencia	%
Chile	28,3%
EE.UU.	10,0%
Uruguay	8,2%
Brasil	5,8%
Paraguay	5,6%
Alemania	5,1%
España	4,4%
Perú	4,3%
Italia	3,9%
Ecuador	3,3%
Gran Bretaña	3,1%
Bolivia	2,8%
Francia	2,1%
Suiza	1,7%
México	1,6%
Israel	1,2%
Canadá	1,0%
Colombia	1,0%
Japón y Corea	0,4%
Australia	0,4%
Resto de Europa	1,9%
Resto de América	2,1%
Resto de Asia	0,4%
Resto del Mundo	1,3%
Total	100%

Cuadro 3

Motivo de Viaje de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

Motivo del viaje	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Vacaciones	20,6%	68,7%
Visita familiares o amigos	27,0%	15,2%
Negocios/Profesional	22,5%	10,8%
Salud	11,0%	0,9%
Estudio	8,1%	0,9%
Trámites	5,2%	0,6%
Ferias y Congresos	0,7%	0,8%
Otros	4,9%	2,0%
Total	100%	100%

Cuadro 4

Estadía (en noches de alojamiento) de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
0 noches	44,7%	25,9%
1 o más noches	55,3%	74,1%
Total	100%	100%

Cuadro 5

Estadía Media (en noches de alojamiento) de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Octubre 2001 – Marzo 2003.

Mes	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Oct-01	8	9
Nov-01	8	6
Dic-01	8	9
Ene-02	9	8
Feb-02	8	8
Mar-02	6	6
Abr-02	5	8
May-02	5	8
Jun-02	5	8
Jul-02	9	7
Ago-02	7	7
Sep-02	6	7
Oct-02	7	7
Nov-02	8	6
Dic-02	10	8
Ene-03	15	9
Feb-03	8	7
Mar-03	8	7

Cuadro 6

Estadía Media (en noches de alojamiento) por Motivo de Viaje de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

Motivo de viaje	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Vacaciones	10	7
Visita familiares o amigos	6	11
Negocios/Profesional	7	8
Salud	14	28
Estudio	7	15
Trámites	3	2
Ferias y Congresos	3	5
Otros	3	16

Cuadro 7

Estadía Media (en noches de alojamiento) por Tipo de Alojamiento utilizado por los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

Tipo de alojamiento	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Albergue juvenil	s/d	6
Alquiler	19	30
Appart-hotel	3	7
Casa familiares o amigos	8	13
Hotel	5	5
Hospedaje	1	5
Vivienda propia	8	34
Otros	18	32

Cuadro 8

Motivo de arribo de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Turismo	69,9%	75,8%
En tránsito	30,1%	24,2%
Total	100%	100%

Cuadro 10

Gasto Medio por día por persona (en Pesos) de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires por Lugar de Residencia. Octubre 2001 – Marzo 2003.

Mes	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Oct-01	\$ 67	\$ 82
Nov-01	\$ 59	\$ 72
Dic-01	\$ 42	\$ 77
Ene-02	\$ 55	\$ 96
Feb-02	\$ 53	\$ 125
Mar-02	\$ 64	\$ 95
Abr-02	\$ 72	\$ 104
May-02	\$ 69	\$ 133
Jun-02	\$ 85	\$ 114
Jul-02	\$ 92	\$ 207
Ago-02	\$ 84	\$ 167
Sep-02	\$ 102	\$ 176
Oct-02	\$ 77	\$ 209
Nov-02	\$ 81	\$ 147
Dic-02	\$ 85	\$ 159
Ene-03	\$ 129	\$ 165
Feb-03	\$ 122	\$ 170
Mar-03	\$ 124	\$ 163

Cuadro 11

Tipo de Alojamiento de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires. Marzo de 2003.

Tipo de alojamiento	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Casa familiares o amigos	62,0%	22,3%
Hotel	25,7%	59,9%
Vivienda propia	5,8%	2,1%
Alquiler	0,8%	0,6%
Appart-hotel	0,5%	3,5%
Hospedaje	0,1%	2,7%
Albergue juvenil	0%	5,4%
Otros	5,0%	3,5%
Total	100%	100%

5. Informes especiales

5.1. Encuesta Turística Festival Internacional de Tango 2003

Este relevamiento tuvo por objetivo obtener información sobre las características (perfil, comportamiento y gasto) de los visitantes a la Ciudad de Buenos Aires que asistieron a las actividades programadas en el marco del Festival Internacional de Tango 2003.

Entre el 1 y 9 de marzo de 2003 se entrevistaron a **656** visitantes en las sedes del Festival (Centro Cultural General San Martín, Teatro Colón, Teatro de la Ribera, Teatro Metropolitano, Teatro Regio).

Conclusiones

- a. El **36%** de los visitantes a la Ciudad asistentes al Festival corresponde a **turismo interno**, es decir, personas residentes en el interior del país.
- b. El tango resulta de gran interés para los visitantes procedentes de **Brasil**, pues el **11%** de los entrevistados residen en dicho país, seguidos por **EEUU (7%)**, **Chile (5%)** y **Colombia (4%)**; en tanto que los residentes en **Europa** suman el **19%** del total de visitantes asistentes al Festival.
- c. El **44%** de los visitantes tienen entre **18 y 30 años**.

- d. El motivo de viaje del **38%** de los visitantes extranjeros fue la **asistencia al Festival**.
- e. Respecto a las compras, se observa que, por parte de los visitantes extranjeros, hubo una alta preferencia en la adquisición de productos vinculados con el tango: el **68%** compraron **Discos**, el **60%** **Souvenirs** y el **54%** **Zapatos de Tango** y el **46%** **Libros**.
- f. El gasto medio de los visitantes extranjeros que asistieron al Festival fue de **\$ 279** por día por persona. Comparado con meses anteriores este gasto medio es significativamente superior: en enero y febrero de 2003 el gasto medio fue de \$ 165 y \$ 170, respectivamente.
- g. También, se observa una estadía media de los visitantes extranjeros muy superior a la media de los últimos meses. Los visitantes extranjeros asistentes al Festival permanecieron en promedio en la Ciudad **14 noches**, versus las 9 y 7 noches, respectivamente, de enero y febrero de 2003.
- h. Resulta importante recalcar que el Festival tuvo una duración de **9 días**, lo que promovió una estadía mayor de los turistas extranjeros.
- i. La mayoría de los visitantes residentes en el extranjero realizaron gran cantidad de actividades durante su estadía en la Ciudad. Así, se observa que el **59%** visitó museos, el **50%** realizó excursiones contratadas y el **32%** city tour.

Cuadros

Cuadro 1

Lugar de Residencia de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires

Lugar de residencia	%
Argentina (*)	36%
Brasil	11%
EEUU	7%
Chile	5%
Colombia	4%
Uruguay	4%
Japón	3%
Alemania	3%
Ecuador	3%
Francia	3%
España	3%
Italia	2%
Países Escandinavos	2%
Suiza	1%
Canadá	1%
Gran Bretaña	1%
México	1%
Holanda	1%
Otros de América	4%
Otro de Europa	3%
Otro del Mundo	3%
Total	100%

(*) Se refiere a los residentes del interior del país.

Cuadro 2

Rango etéreo de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires

País o Región	Lugar de residencia			Total
	Menores de 30	31 a 45	Mayores de 46	
Europa	37%	39%	24%	100%
EEUU/Canadá	25%	24%	51%	100%
Argentina	48%	28%	23%	100%
Brasil	55%	28%	17%	100%
Chile	40%	13%	47%	100%
Japón	63%	21%	17%	100%
Otros de América	38%	30%	32%	100%
Otro del Mundo	47%	31%	23%	100%
Total	44%	29%	27%	100%

Cuadro 3

Motivo de Viaje según Lugar de Residencia de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires

Motivo de Viaje	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Estudio	3,7%	4,7%
Festival de Tango	73,6%	37,7%
Negocios	4,7%	4,0%
Otros	1,2%	1,3%
Turismo	10,2%	46,6%
Visita a Familiares	6,5%	5,6%
Total	100%	100%

38

Cuadro 4

Tipo de Alojamiento utilizado por los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.

Tipo de Alojamiento	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Casa de Familiares	56,5%	20,4%
Dto.Alquilado	5,7%	5,3%
Hospedaje	2,5%	5,7%
Hotel	30,0%	57,4%
Vivienda Propia	5,1%	3,0%
Aparthotel	0,2%	2,5%
Otros	0,0%	5,6%
Total	100%	100%

Cuadro 5

Compras realizadas por los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.

Compras	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Ropa	16%	25%
Zapatos de Tango	33%	54%
Joyas	3%	10%
Discos	54%	68%
Libros	29%	46%
Souvenirs	26%	60%

Cuadro 6

Compras realizadas según País de Residencia de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.

Lugar de residencia	Ropa	Zapatos de Tango	Joyas	Discos	Libros	Souvenirs
Alemania	34%	59%	9%	73%	41%	57%
Argentina	16%	33%	3%	54%	29%	26%
Brasil	9%	34%	1%	63%	35%	58%
Canadá	6%	71%	18%	53%	65%	65%
Chile	18%	62%	4%	75%	62%	57%
EEUU	32%	55%	23%	62%	44%	76%
España	33%	19%	11%	78%	53%	67%
Francia	26%	59%	3%	64%	46%	69%
Italia	31%	48%	3%	69%	55%	62%
Japón	19%	63%	13%	98%	56%	44%
México	38%	77%	15%	77%	46%	62%
Otro de Europa	27%	68%	18%	73%	40%	52%
Otro del Mundo	22%	51%	4%	58%	38%	27%
Otros de América	29%	66%	8%	67%	48%	72%
Países Escandinavos	67%	67%	30%	63%	63%	59%
Uruguay	16%	33%	0%	55%	35%	43%

Cuadro 7

Gasto Medio diario (en pesos) de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.

Lugar de residencia	Gasto medio
Argentina	58
Extranjero	279

Cuadro 8**Estadía Media (en noches) de los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires.**

Lugar de residencia	Estadía media (en noches)
Argentina	8
Extranjero	14

Cuadro 9**Estadía Media (en noches) por Tipo de Alojamiento utilizado por los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires**

Tipo de Alojamiento	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Aparthotel	20	17
Casa de Familias	9	20
Dto.Alquilado	8	23
Hospedaje	7	17
Hotel	7	10
Vivienda Propia	9	29
Otros	s/d	30

Cuadro 10

Actividades realizadas por los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires

Actividades realizadas	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Visita a Museos	58,8%	35,2%
Teatro / Cine	69,6%	55,3%
City Tour	31,6%	6,8%
Excursiones contratadas	49,4%	31,5%
Disco - Pub	28,4%	9,6%

Cuadro 11

Medio por el cual se enteraron del Festival Internacional de Tango los Visitantes a la Ciudad de Buenos Aires

Medio de Información	Lugar de residencia	
	Argentina	Extranjero
Internet	20%	17%
Familiares/Amigos	17%	21%
Guía Turística	3%	8%
Radio/Tv	27%	10%
Afiches	5%	14%
Otros	28%	29%
Total	100%	100%

5.2. Encuesta Cruceros – Temporada 2002-2003

Este relevamiento tuvo por objetivo obtener información sobre las características (perfil, comportamiento y gasto) de los visitantes por cruceros a la Ciudad de Buenos Aires, durante la temporada 2002-2003.

Se entrevistaron a **2.513** visitantes en la Terminal de Cruceros de la Ciudad de Buenos Aires.

Conclusiones

Se estima que el total de personas transportadas durante la Temporada 2002-2003 fue de **69.253 cruceristas**, de los cuales, **67.799** fueron Visitantes Nacionales y Extranjeros a la Ciudad de Buenos Aires.

Si se compara esta cifra con el último dato disponible de la demanda mundial del año 2000 (10 millones de cruceristas), el flujo de pasajeros que circuló por el Puerto de la Ciudad representó el **0,7%** de la demanda global de este tipo de vacaciones.

En la temporada 2002-2003, arribaron al Puerto de la Ciudad de Buenos Aires, un total de 47 cruceros. Cabe destacar que en ésta temporada, se verificó un incremento en la permanencia de dichos cruceros en la Ciudad: 37 barcos del total estuvieron anclados en la Terminal Portuaria entre 1 y 3 noches, contra 28 barcos de la temporada anterior.

Las características particulares del crucero turístico, que lo distinguen de otros tipos de vacaciones, son su modalidad de ser un viaje de ocio y su permanente expansión, de tal modo que a medida que se crea la oferta se genera paralelamente la correspondiente demanda.

Durante la última década, el negocio de los cruceros ha manifestado un crecimiento importante y sostenido a lo largo del tiempo.

Sin embargo es un producto turístico que no ha madurado todavía. Las expectativas son favorables: se espera que la tendencia creciente se mantenga, tanto para la oferta como para la demanda.

La oferta de cruceros está viviendo una acelerada propensión a la concentración horizontal, ratificada con la reciente fusión entre las navieras Royal Caribbean Cruise Line y P&O Princess.

El grupo dominante, que concentra más del 75% de la oferta mundial de camas, se completa con las empresas Carnival Corporation y Star Cruises.

Al mismo tiempo, la oferta está experimentando un fuerte crecimiento en la disponibilidad de plazas de crucero. Esto ha sido logrado gracias a los cambios tecnológicos que permitieron alcanzar economías de escala en la industria naviera, a través de la utilización de barcos de mayor tamaño.

De esta manera, se ha conseguido que un segmento cada vez mayor de personas pudieran realizar un viaje en crucero: la optimización de los costos tornó más accesible a estos viajes, motivando un notorio incremento en la demanda mundial de cruceros, con una fuerte aceleración del crecimiento mundial entre los años 1996-2000 (**50%** de incremento en el periodo).

Actualmente, las empresas navieras están sumergidas en la búsqueda de nuevas regiones que logren cautivar a este mercado creciente, destacándose Sudamérica y Asia-Pacífico como dos de las principales regiones para absorber los incrementos en la cantidad de pasajeros que se incorporarán en los próximos años.

Sin embargo, debido a la epidemia de la afección respiratoria mortal (SARS) que actualmente azota a la costa asiática, las expectativas de crecimiento de esta área se ven fuertemente amenazadas (es para destacar que al inicio de la temporada 2002-2003, se esperaba que la región Asia-Pacífico manifestara la mayor tasa de crecimiento, situándolo en 13,6 millones de pasajeros para el año 2005¹).

Vale mencionar, además, que la inestable situación que padece el Golfo Árabe y Oriente Medio debida a la guerra, puede que produzca la deserción de las grandes navieras en realizar dicho itinerario.

Ambas situaciones hacen prever que, durante la próxima temporada, se acelerará el crecimiento de la región sudamericana, competidora directa del itinerario por Asia-Pacífico y por el Golfo Árabe, pues todos se llevan a cabo durante la temporada invernal del Hemisferio Norte.

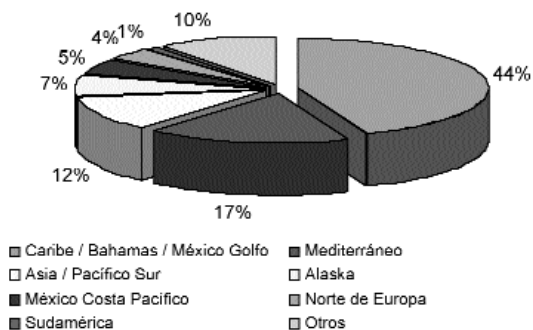
¹ Fuente: Seatrade, cruise review, EE.UU., Diciembre, 2002.

A esto se suma el notable potencial de Sudamérica, pues su participación a nivel mundial en los itinerarios de cruceros es solamente del orden de 1,4%.

Los principales itinerarios atendidos por los cruceros son la región del Caribe, seguida por la región del Mediterráneo y Asia-Pacífico Sur, (representan el 44,3%, 17,0% y 11,7% del total de las rutas ofrecida²).

Gráfico 1

Principales rutas de Cruceros. Temporada 2002 – 2003.



También es bajo el nivel de penetración en cuanto a ventas que tiene el itinerario sudamericano: sólo logró obtener, en la temporada pasada, una participación del 11% y 0,5% en el mercado norteamericano y europeo, respectivamente. Estas bajas tasa de participación, hacen esperar un fuerte incremento en la cantidad de pasajeros que desarrollen un viaje de cruceros por esta región³.

Cabe mencionar que para incrementar el arribo de cruceristas a las distintas ciudades que conforman el itinerario de viaje, no es necesario ampliar la cantidad de llegadas de los cruceros.

De hecho en los puertos de Río de Janeiro y Puerto Montt se advirtió que si bien el número de recaladas descendió entre las temporada 2000-2001 y 2001-2002 (-2,7% y -26,9%, respectivamente), se incrementó la cantidad de pasajeros transportados (+19,8% y +31,8%, respectivamente)⁴.

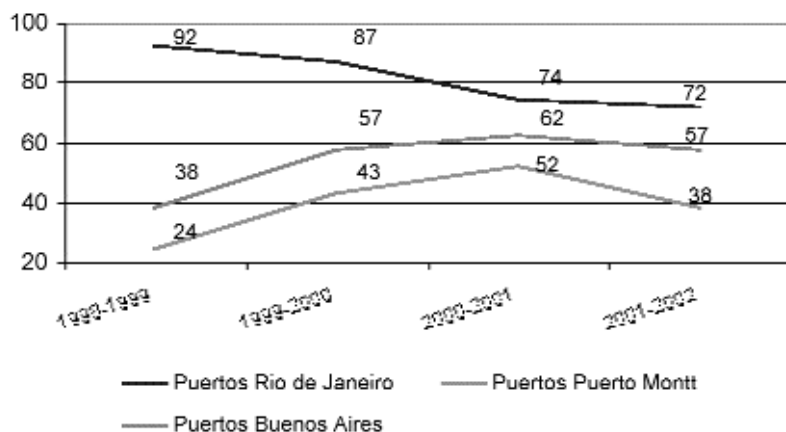
² Fuente: Boletín FAL, CEPAL, Edición N°192, Chile, Agosto 2002.

³ Idem.

⁴ Idem.

Gráfico 2

Cantidad de recaladas de los Cruceros por Sudamérica. Temporada 1998-1999/ Temporada 2001-2002.



Es fundamental indicar que los itinerarios por Sudamérica, generalmente son elegidos por aquellos cruceristas que han realizado anteriormente, 4 ó 5 itinerarios por otros destinos del mundo.

Se advierte que varias empresas comienzan a promover cruceros que recorren exclusivamente América del Sur. Así se observa que durante la temporada 2002-2003, 29 de los 47 cruceros que arribaron al Puerto de la Ciudad de Buenos Aires, recorrieron sólo dicha región. La duración de estos itinerarios osciló entre los 9 y 17 días.

Una cantidad mayor de cruceristas se inclinarán por recorrer Sudamérica, siempre y cuando el itinerario les resulte atractivo. En esto juega un papel fundamental cuales son los destinos de principio y fin del recorrido.

Vale mencionar que de los 47 cruceros que arribaron a la terminal portuaria porteña, 15 iniciaron o finalizaron su recorrido en la Ciudad de Buenos Aires. Esto comprueba que para las grandes empresas navieras, Buenos Aires representa un polo turístico destacado dentro del itinerario por Sudamérica⁵.

⁵ El Puerto de Buenos Aires es uno de los principales puertos bases del itinerario sudamericano, junto con Manaus, Río de Janeiro, Valparaíso y Ushuaia.

Por otra parte, la programación de itinerarios por Sudamérica tiene como atracción adicional la oportunidad de incorporar la visita a la Antártida.

Respecto al origen de la demanda de los cruceros que arribaron a la Ciudad en la temporada 2002-2003, al igual que lo observado en la temporada anterior, **EE.UU.** (**35,7%**) representa el primer mercado del total de pasajeros transportados, seguido por **Brasil** (**25,1%**).

La importante participación de EE.UU. se explica teniendo en cuenta que el mercado norteamericano acapara algo más de las 2/3 de la demanda mundial de cruceros.

Comparado con la temporada pasada, el mercado norteamericano se incrementó en un **43,4%** en esta temporada.

El crecimiento observado en el arribo de cruceristas norteamericanos a la Ciudad contrasta con las previsiones pesimistas que apuntaban a una desaceleración de la demanda norteamericana, luego de los importantes incrementos observados en los años anteriores (a nivel mundial, en el año 2000 el mercado estadounidense creció a una tasa record del 7%)⁶.

Otro es el análisis que merece el mercado brasileño. Como la mayoría de los países sudamericanos, Brasil no se caracteriza por tener una gran participación en la demanda mundial de cruceros. Sin embargo, representó el segundo mercado para la Ciudad.

Esto es fiel reflejo de la importante participación que, en general, tiene el turismo regional en el total de los viajes internacionales. Por otro lado, la propuesta de realizar un viaje en cruceros por la región con todos los servicios incluidos resulta económicamente atractivo, pues es más breve y con un costo menor en comparación con los cruceros por el Caribe o el Mediterráneo.

También la demanda brasileña de cruceros creció en esta temporada 2002-2003 (**+7,3%**) respecto a la temporada anterior. Esta tasa de crecimiento es menor que las observadas en EE.UU. y varios mercados europeos, principalmente por un estancamiento de la oferta disponible en dicho mercado por las compañías de cruceros (sólo el crucero Costa Tropicale,

⁶ Fuente: La actividad de los cruceros turísticos en el mundo, OMT, España, 2003.

llevó a cabo exclusivamente el itinerario Brasil-Buenos Aires, atendiendo, sobre todo, al mercado brasileño).

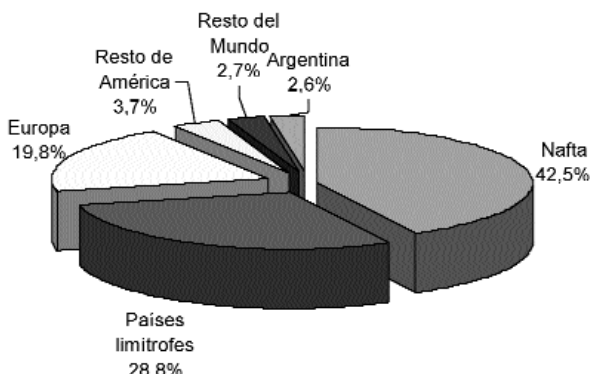
Asimismo, se verifica que varios mercados europeos crecieron significativamente, tal es el caso de **Gran Bretaña (+357,1%)** y **Alemania (+66,7%)**, los cuales pasaron a ocupar el tercer y cuarto lugar del total de pasajeros encuestados, respectivamente.

Este crecimiento de la demanda europea, verifica la tendencia que se había advertido a nivel mundial: Europa es el mercado que presenta a corto plazo las mayores tasas de crecimiento, superando holgadamente al mercado norteamericano⁷.

Vale mencionar que ambos países, junto con EE.UU. figuran como los principales mercados para este segmento turístico en todo el mundo.

Gráfico 3

Lugar de Residencia de los Cruceristas. Temporada 2002 – 2003. Ciudad de Buenos Aires.



Países limítrofes: Brasil, Chile, Uruguay y Paraguay.

Nafta: Canadá, EE.UU. y México.

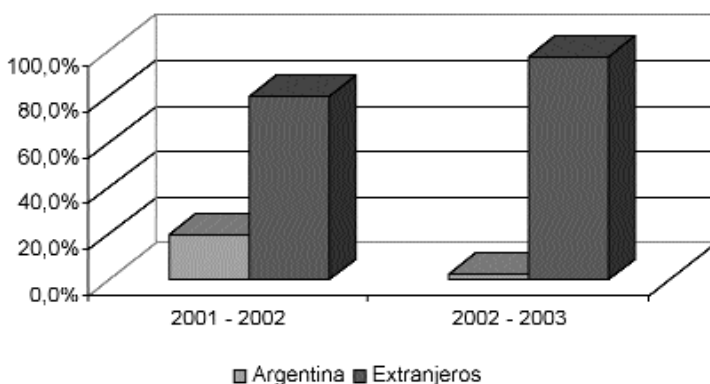
Durante la temporada 2001-2002, los visitantes residentes en Argentina representaban el tercer mercado en el total de cruceristas en el Puerto de Buenos Aires. Sin embargo en esta temporada, su participación experimentó una significativa merma (-661,5%).

⁷ Idem.

Dicha caída es consecuencia directa de la fuerte devaluación de la moneda, que encareció los viajes al extranjero como así también éste tipo de productos turísticos.

Gráfico 4

Lugar de Residencia de los cruceristas. Temporada 2001 – 2002 vs Temporada 2002 – 2003. Ciudad de Buenos Aires.



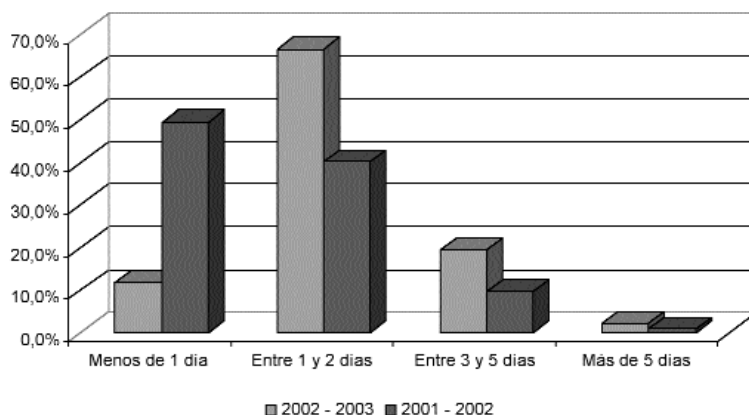
Sabiendo que de los 47 cruceros que arribaron al Puerto de la Ciudad de Buenos Aires en esta temporada 2002-2003, 31 barcos permanecieron en la Ciudad entre 1 y 2 días, era razonable esperar que la mayor proporción de cruceristas que visitaran la Ciudad estuvieran entre 1 y 2 días (el **66%** del total).

Aunque aun no es una magnitud significativa (representa el **2,3%** del total), es importante la cantidad de pasajeros de cruceros que optó por permanecer en la Ciudad más de 5 días: en relación con la temporada anterior, esta variable se incrementó un **187,5%**.

Así, se observa que la Estadía Media de los cruceristas fue de **2,1 días** para los residentes en el extranjero y de **1,4 días** para los residentes en Argentina.

Gráfico 5

Estadía media de los cruceristas. Temporada 2001 – 2002 vs Temporada 2002 - 2003. Ciudad de Buenos Aires.



A diferencia de los cruceros que recorren el Caribe o el Mediterráneo, los cuales son elegidos principalmente por el turismo joven, los cruceros que tienen como itinerario la costa sudamericana o el norte europeo, tiene la particularidad de ser preferidos por personas cuyas edades superan los 46 años (esta franja etárea representa **72,6%** del total de pasajeros encuestados).

Esto es, fundamentalmente, una característica propia de los mercados europeos y norteamericanos que realizan itinerarios en destinos lejanos. De todos modos, hay una fuerte tendencia en la disminución de la edad media de estos cruceristas, sobre todo en los itinerarios de su región de origen. Esto evidencia la presencia de un mercado potencial aún no explotado en nuestra región.

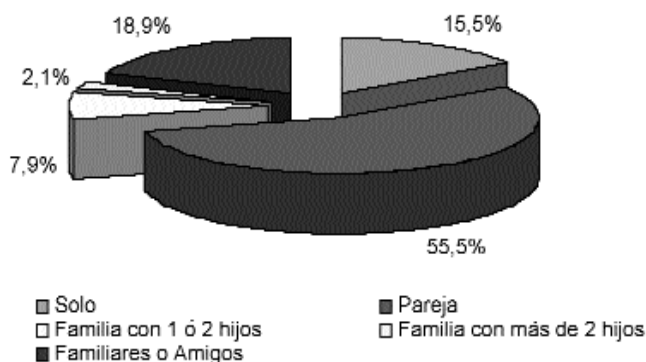
En tanto que, para el mercado brasileño el promedio de edad fue menor (el **76,8%** de los cruceristas brasileños tienen entre 31 y 65 años).

Otro dato interesante para caracterizar a la demanda de Cruceros que visita la Ciudad de Buenos Aires, es la notoria proporción de cruceristas que viajaron en pareja (**55,5%** del total de cruceristas). Asimismo la participación de familias con hijos es aún muy baja, principalmente para el mercado europeo.

Sin embargo, se pudo observar una fuerte proporción de cruceristas sudamericanos (especialmente brasileños, mexicanos y chilenos) que realizaron el viaje en cruceros acompañados por sus hijos. Esto fue producto de la reducción de costos, que tornó asequible para las familias con sus hijos este tipo de vacaciones, que hasta ese momento podía estar fuera de su alcance económico.

Gráfico 6

Composición del Grupo de Viaje de los cruceristas. Temporada 2002 - 2003. Ciudad de Buenos Aires.



Conocer las distintas ciudades que conforman el itinerario de viaje de un crucero, es uno de los atractivos que lleva a embarcarse, más allá de la experiencia particular que sólo brinda este tipo de vacaciones. Para ello es necesario realizar actividades que le permitan apreciar diferentes aspectos sociales y culturales de la misma.

Durante la temporada 2002-2003, el **85%** del total de los pasajeros que viajaban en crucero realizó distintas actividades recreativas en la Ciudad de Buenos Aires: de estos, el **55,1%** realizó city tour, el **41%** asistió a show de tango y el **12%** tour de compras.

Los city tour programados son un componente fundamental de numerosos itinerarios, pues constituye un medio de enriquecerlos. Su precio y duración son básicos en el progresivo interés que despierta para los cruceristas.

Para la Ciudad de Buenos Aires, las tasas medias de participantes de city tour son crecientes: se incrementó en un 45% respecto a la temporada anterior. Esto es una constante también advertida en la región del Mediterráneo, cuya tasa de participación pasó de 64% en 1993 a 75% en 1994⁸.

Asimismo, la posibilidad de realizar un circuito independiente por la ciudad de arribo es un atractivo creciente para los cruceristas: creció en un 378,3% la cantidad de cruceristas que se decidió por recorrer por su cuenta la Ciudad respecto al temporada 2001-2002.

Esto se explica teniendo en cuenta que la estadía media en la Ciudad fue mayor que en la temporada pasada, con lo que el mayor tiempo disponible, permitió a los visitantes realizar excursiones no contratadas luego de haber efectuado las excursiones receptivas programadas.

A nivel mundial se advierte que los cruceristas optan por realizar compras por dos motivos principales: los precios más bajos y la mayor posibilidad de elección.

Actualmente, Buenos Aires está más preparada para atender ambas cuestiones. La devaluación tornó más competitiva en precios a la Ciudad y la posibilidad de hacer tour de compras por la misma, permite garantizar que el crucerista encuentre una mayor gama de alternativas para comprar.

Esto se nota en la importante proporción de visitantes que realizaron compras en la Ciudad durante esta temporada 2002-2003 (75,7%), lo cual representa un incremento del 48,5% si se lo compara con lo acontecido en la temporada anterior.

Aunque la proporción de pasajeros que realizaron compras en la Ciudad de Buenos Aires es menor que lo observado en la región del Mediterráneo (90%), se situó en un nivel similar al advertido en la región del Caribe (76%)⁹.

De mantenerse la disparidad cambiaria y ampliarse los tours de compra disponibles, se espera que las compras que efectúen los cruceristas se

⁸ Idem.

⁹ Idem.

incrementen en la próxima temporada de cruceros, situándose a un nivel similar al del Mediterráneo.

Las compras hechas por los cruceristas pueden ir desde pequeños recuerdos a otras de mayor categoría, variando según la nacionalidad y la clase socioeconómica de los cruceristas.

Se verifico que durante esta temporada, el 49,5% de los cruceristas se inclinaron por comprar souvenirs, el 45,3% ropa y el 14,1% prefirieron comprar artículos de cuero, principalmente bolsos, carteras, zapatos y camperas.

Respecto a la forma de alojamiento utilizada por los cruceristas, se observa que la gran mayoría (74,2% del total) pernoctaron en el barco; en tanto, el 25,2% se alojó en hoteles de la Ciudad, principalmente 4 y 5 estrellas.

Un dato llamativo es que para el 64,5% del total de los pasajeros esta fue la primera vez que visitaban la Ciudad de Buenos Aires. Esto demuestra que la promoción del segmento de cruceros es una oportunidad interesante para generar nuevos flujos turísticos a la Ciudad.

Además, es importante mencionar que el viaje en cruceros, es capaz de incitar en el crucerista grandes deseos de regresar al destino, pero con otro tipo de vacaciones. La Ciudad se vería notoriamente beneficiada por esta conducta.

Para finalizar, es fundamental establecer la importancia económica que tienen los cruceros para el destino turístico al que arriban, principalmente por el gasto desembolsado por los cruceristas tanto en compras, visitas guiadas y excursiones como así también en hoteles.

Durante esta temporada, el gasto medio en pesos (por día por personas) de los cruceristas fue significativamente superior a la media de los visitantes nacionales a la Ciudad de Buenos Aires. Los cruceristas residentes en el extranjero tuvieron un gasto medio de \$281, en tanto que para los residentes en Argentina fue de \$147.

El Gasto Total realizado por los cruceristas en la Ciudad de Buenos Aires fue de 40.011.807 pesos, de los cuales 39.659.849 pesos correspondió a los visitantes residentes en el extranjero y 351.957 pesos a los visitantes residentes en Argentina.

Cuadros

Cuadro 1

Cruceros recalados en el Puerto de Buenos Aires. Temporada 2002-2003.

Nº	Buque	Fecha de arribo	Origen	Destino	Fecha de salida
1	SILVER SHADOW	17/11/2002	Brasil	Chile	18/11/2002
2	ZENITH	23/11/2002	Chile	Chile	25/11/2002
3	SILVER SHADOW	01/12/2002	Brasil	Chile	02/12/2002
4	COLUMBUS	16/12/2002	Uruguay	Brasil	17/12/2002
5	ZENITH	21/12/2002	Uruguay	Chile	23/12/2002
6	MARCO POLO	29/12/2002	Chile	Chile	30/12/2002
7	COSTA TROPICALE	29/12/2002	Chile	Brasil	30/12/2002
8	ARCADIA	02/01/2003	Chile	Uruguay	03/01/2003
9	SILVER SHADOW	03/01/2003	Uruguay	Chile	04/01/2003
10	NORWEGIAN DREAM	05/01/2003	Uruguay	Chile	05/01/2003
11	COSTA TROPICALE	08/01/2003	Chile	Chile	09/01/2003
12	DELPHIN	08/01/2003	Brasil	Brasil	09/01/2003
13	DEUSTCHLAND	09/01/2003	Uruguay	Chile	10/01/2003
14	PALOMA 1	14/01/2003	Uruguay	Chile	14/01/2003
15	COSTA TROPICALE	17/01/2003	Brasil	Brasil	18/01/2003
16	ZENITH	18/01/2003	Uruguay	Brasil	20/01/2003
17	ALBRATOS	22/01/2003	Uruguay	Chile	24/01/2003
18	AMSTERDAM	23/01/2003	Uruguay	Chile	24/01/2003
19	ROYAL PRINCESS	25/01/2003	Uruguay	Uruguay	25/01/2003
20	COSTA TROPICALE	26/01/2003	Uruguay	Uruguay	27/01/2003
21	OLIVIA	27/01/2003	Brasil	Chile	28/01/2003
22	BLACK WATCH	29/01/2003	Brasil	Chile	30/01/2003
23	SEVEN SEAS NAVEGATOR	30/01/2003	Chile	Uruguay	01/02/2003
24	NOWERIGIAN DREAM	02/02/2003	Chile	Uruguay	02/02/2003
25	COSTA TROPICALE	04/02/2003	Brasil	Brasil	05/02/2003
26	SILVER SHADOW	05/02/2003	Uruguay	Uruguay	06/02/2003
27	CRYSTAL SIMPHONY	06/02/2003	Brasil	Uruguay	07/02/2003
28	SEABOURNE PRIDE	08/02/2003	Chile	Uruguay	09/02/2003
29	RYNDAM	08/02/2003	Chile	Uruguay	09/02/2003
30	ASTORIA	09/02/2003	Chile	Uruguay	09/02/2003
31	ZENITH	13/02/2003	Uruguay	Brasil	14/02/2003
32	COSTA TROPICALE	13/02/2003	Brasil	Uruguay	14/02/2003
33	RYNDAM	19/02/2003	Uruguay	Chile	20/02/2003
34	ROYAL PRINCESS	22/02/2003	Chile	Uruguay	22/02/2003
35	COSTA TROPICALE	22/02/2003	Brasil	Uruguay	23/02/2003
36	ZENITH	25/02/2003	Brasil	Chile	26/02/2003
37	NORWEGIAN DREAM	02/03/2003	Chile	Uruguay	02/03/2003
38	BREMEN	03/03/2002	Antartida	Uruguay	04/03/2003
39	COSTA TROPICALE	03/03/2003	Uruguay	Brasil	04/03/2003
40	PALOMA 1	04/03/2003	Chile	Uruguay	04/03/2003
41	MARCO POLO	07/03/2003	Uruguay	Chile	07/03/2003
42	ZENITH	11/03/2003	Chile	Uruguay	12/03/2003
43	OLYMPIC EXPLORER	14/03/2003	Chile	Uruguay	16/03/2003
44	RYNDAM	14/03/2003	Chile	Uruguay	15/03/2003
45	ROYAL PRINCESS	22/03/2003	Uruguay	Chile	22/03/2003
46	RYNDAM	25/03/2003	Uruguay	Chile	26/03/2003
47	ZENITH	25/03/2003	Uruguay	Chile	27/03/2003

Cuadro 2

Principales Mercados y Cantidad de Recaladas de los Cruceros en el Puerto de Buenos Aires. Temporada 2002-2003.

Crucero	Principales Mercados	Cantidad de Recaladas
Costa Tropicale	Brasil, Argentina y Chile	8
Crystal Symphony	EE.UU.	1
Norwegian Dream	EE.UU.	3
Seabourn Pride	EE.UU.	1
Seven Seas Navigator	EE.UU.	1
Olympic Explorer	EE.UU. y Canadá	1
Ryndam	EE.UU. y Canadá	4
Zenith	EE.UU. y Europa	7
Marco Polo	EE.UU. y Gran Bretaña	2
Royal Princess	EE.UU. y Gran Bretaña	3
Silver Shadow	EE.UU. y Gran Bretaña	4
Amsterdam	Europa	1
Astoria	Europa	1
Albatros	Europa (principalmente Alemania)	1
Bremen	Europa (principalmente Alemania)	1
Columbus	Europa (principalmente Alemania)	1
Delphin	Europa (principalmente Alemania)	1
Deutschland	Europa (principalmente Alemania)	1
Paloma 1	Europa (principalmente Alemania)	2
Arcadia	Europa (principalmente Gran Bretaña)	1
Black Watch	Europa (principalmente Gran Bretaña)	1
Olivia	Japón	1

Cuadro 3
Principales Rutas de los Cruceros. Temporada 2002-2003.

Ruta	Participación
Caribe / Bahamas / México Golfo	44,3%
Mediterráneo	17,0%
Asia / Pacífico Sur	11,7%
Alaska	6,6%
México Costa Pacífico	5,0%
Norte de Europa	4,0%
Sudamérica	1,4%
Otros	10,0%
Total	100%

Cuadro 4
Cantidad de recaladas de los Cruceros por Sudamérica. Temporadas 1998 / 2002.

Temporada	Puertos		
	Río de Janeiro	Puerto Montt	Buenos Aires
1998-1999	92	24	38
1999-2000	87	43	57
2000-2001	74	52	62
2001-2002	72	38	57

Cuadro 5

Cantidad de recaladas de los Cruceros en el Puerto de la Ciudad de Buenos Aires. Temporadas 1996 / 2003.

Temporada	Cruceros
1996/1997	26
1997/1998	39
1998/1999	38
1999/2000	57
2000/2001	62
2001/2002	57
2002/2003	47

Cuadro 6

Lugar de Residencia de los cruceristas. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.

Lugar de residencia	2001 - 2002	2002 - 2003
Argentina	19,8%	2,6%
Extranjero	80,2%	97,4%
Total	100%	100%

Cuadro 7

Lugar de Residencia por Región de los cruceristas. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.

Lugar de residencia	2001 - 2002	2002 - 2003
Nafta	32%	42%
Países limítrofes	35%	30%
Europa	11%	20%
Resto del Mundo	2%	3%
Argentina	19%	3%
Resto de América	1%	3%
Total	100%	100%

Cuadro 8

País de Residencia de los cruceristas. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.

Lugar de residencia	2001 - 2002	2002 - 2003
EEUU	24,9%	35,7%
Brasil	23,4%	25,1%
Gran Bretaña	2,1%	9,6%
Alemania	2,7%	4,5%
México	1,8%	3,5%
Canadá	3,3%	3,2%
Resto de América	6,8%	3,7%
Chile	0,9%	3,0%
Resto de Europa	0,5%	2,8%
Argentina	19,8%	2,6%
Francia	2,0%	1,1%
Resto del Mundo	0,8%	1,1%
Japón	0,6%	1,0%
Italia	1,5%	0,9%
España	0,4%	0,6%
Australia	1,2%	0,6%
Uruguay	6,8%	0,5%
Paraguay	0,5%	0,3%
Países Escandinavos	0,1%	0,2%
Total	100%	100%

Cuadro 9**Rango etario de los cruceristas. Temporada 2002 – 2003.**

Edad	%
Menor de 18	0,3%
De 18 a 30	9,0%
De 31 a 45	18,1%
De 46 a 65	46,2%
66 años y más	26,4%
Total	100%

Cuadro 10**Composición del Grupo de Viaje de los cruceristas. Temporada 2002 – 2003.**

Composición del grupo	%
Solo	15,5%
Pareja	55,5%
Familia con 1 o 2 hijos	7,9%
Familia con mas de 2 hijos	2,1%
Familiares o Amigos	18,9%
Total	100%

Cuadro 11**Estadía en la Ciudad de los cruceristas. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.**

Estadía	2001 - 2002	2002 - 2003
Menos de 1 día	49,4%	11,3%
Entre 1 y 2 días	40,1%	66,5%
Entre 3 y 5 días	9,7%	19,8%
Más de 5 días	0,8%	2,3%
Total	100%	100%

Cuadro 12**Frecuencia de Visita a la Ciudad de Buenos Aires. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.**

Primera visita	2001 - 2002	2002 - 2003
Sí	61%	65%
No	39%	35%
Total	100%	100%

Cuadro 13**Ranking de Actividades Realizadas. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.**

Actividades Realizadas	2001 - 2002	2002 - 2003
City Tour	37%	55%
Noche de tango	29%	41%
Paseo no contratado	6%	29%
Tour de compras	5%	12%
Museos	2%	10%
Día de campo	4%	9%
Tigre	4%	8%
Otras	9%	6%

Cuadro 14**Realizó compras? Temporadas 2001-2002 y 2002-2003.**

Realizó compras?	2001 - 2002	2002 - 2003
Sí	51%	76%
No	49%	24%
Total	100%	100%

Cuadro 15
Ranking de Compras. Temporadas 2001-2002 y 2002-2003

Compras Realizadas	2001 - 2002	2002 - 2003
Souvenirs	35%	50%
Ropa	22%	45%
Art. Cuero	6%	14%
Alimentos envasados	2%	12%
Discos, Libros, Videos	5%	11%
Joyas	1%	3%
Otros	4%	5%

Cuadro 16
Formas de Alojamiento utilizado. Temporada 2002 – 2003.

Forma de Alojamiento	%
4 o 5 estrellas	23,5%
1, 2 o 3 estrellas	1,7%
Appart Hotel	0,4%
Casa de Familiares	0,3%
En el barco	74,2%
Total	100%

Cuadro 17**Gasto Medio (en Pesos) de los Cruceristas. Temporada 2002 – 2003.**

Lugar de Residencia	Gasto Medio
Argentina	147
Extranjero	281

Cuadro 18**Estadía Media (en días) de los Cruceristas. Temporada 2002 – 2003.**

Lugar de Residencia	Estadía Media
Argentina	1,4
Extranjero	2,1

Impreso en Next Print S.A.

Abril de 2003

Portela 1137/41 - C1406FDW - Bs. As. - Argentina

Tel.:/Fax: 4613-4224 (líneas rotativas)

info@nextprint.com.ar - www.nextprint.com.ar