

Anuario Turístico 2003

Ciudad de Buenos Aires



Cedem | Centro de Estudios para el
Desarrollo Económico Metropolitano

Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Jefe de Gobierno

Anibal Ibarra

Vicejefe de Gobierno

Jorge Telerman

Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable

Eduardo Epszteyn

Subsecretaría de Turismo

Marcela Cuesta

Dirección General de Industria y Comercio

Jorge Lulo

Centro de Estudio para el Desarrollo Económico Metropolitano

Pablo Perelman

La presente publicación fue realizada por el Centro de Estudios de Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), de la Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Coordinador del CEDEM

Pablo Perelman

Consultores

Adriana Cusmano
Patricia Fernández
Cecilia Fernández Bugna
Alejandro Gaggero
Santiago Juncal
Mariela Molina
Paulina Seivach
Marcelo Yangosian

Asistentes

Anahi Costaguta
María José Pérez de Arrilucea
Cecilia Vitto

Relevadores

Valeria Gariglio
Enrique Pacheco

Coordinación del CEDEM

Pablo Perelman

Coordinación del Informe

Paulina Seivach

Redacción del Informe

Patricia Fernández
María José Pérez de Arrilucea

Relevamiento e Ingreso de Datos

Rosa Liliana Barbeito
Paula Colonna
Anahi Costaguta
Ana Florido
Gimena Fuertes
Domiique Gorín
Diego Llovet
Ana Laura Lobo
Carlos Locatelli
Gloria Peña
María José Pérez de Arrilucea
Romina Staffieri
Cecilia Vitto

Apoyo Subsecretaría de Turismo del GCBA

Martín Felman
Miriam Glezer
Carmen Ingenito
Camilo Makón
Blas Molinari
Florencia Rocha
Lucía Scarpia
Pablo Singerman

Diseño gráfico y digital

Carolina Testa
Ana Llosa

Índice

| | |
|--|------------|
| 1. Oferta Turística | 8 |
| 1.1. Alojamientos Turísticos | 13 |
| 1.2. Transportes | 18 |
| 1.3. Congresos | 24 |
| 1.4. Agencias de Viaje | 28 |
| 1.5. Oferta Cultural | 30 |
| 1.6. Entretenimientos | 37 |
| 1.7. Infraestructura, accesibilidad y movilidad interna | 41 |
| 1.8. Organismos y Asociaciones Turísticas | 43 |
| 2. Demanda Turística | 44 |
| 2.1. Turismo a escala mundial y nacional | 45 |
| 2.2. Turismo a escala nacional | 48 |
| 2.3. Turismo en la Ciudad de Buenos Aires | 49 |
| 2.4. Turismo extranjero | 76 |
| 2.4.1. Uruguay | 76 |
| 2.4.2. Brasil | 85 |
| 2.4.3. Chile | 92 |
| 2.4.4. Estados Unidos | 100 |
| 2.4.5. España | 107 |
| 2.4.6. Paraguay | 115 |
| 2.4.7. México | 116 |
| 2.4.8. Perú | 116 |
| 2.4.9. Bolivia | 117 |
| 2.4.10. Francia | 117 |
| 3. Anexo | 118 |

El turismo es un fenómeno complejo y dinámico en el cual confluyen diversos factores y variables. Sus efectos multidimensionales se hacen presentes en la Ciudad de Buenos Aires repercutiendo en su desarrollo cultural, social y económico.

Durante el año 2003, los diferentes conflictos socio-políticos y económicos (como la Guerra en Iraq, el terrorismo y la marcha atrás de los indicadores económicos de ciertos países), junto con el SRAS, han producido un notable impacto en el turismo mundial.

Considerando los datos brindados por la Organización Mundial de Turismo (OMT), en 2003 se registró una caída mundial de 1,2% en las llegadas internacionales, lo que traducido a valores absolutos implica 8,5 millones menos.

En especial, el continente americano registró un descenso de 1%, aunque con marcados contrastes internos. Así, se mantuvo la caída de América del Norte de años anteriores, mientras se produjo un incremento de 8% en la zona del Caribe y un destacable aumento de 12% para la región de América del Sur.

Los datos elaborados por la OMT dan cuenta de la sensibilidad del turismo frente a los cambios producidos en las coyunturas de una región. En este punto juegan un rol fundamental las campañas de prensa y difusión que rescaten los valores culturales e históricos de un territorio e informen sobre los servicios ofrecidos, el cuidado de los espacios verdes, incitando de esta forma a los turistas a elegir según sus preferencias, entre distintas partes del mundo.

El conocimiento de la importancia del turismo genera una conducta en los residentes orientada hacia la hospitalidad, la cortesía y el respeto, persuadiendo al turista a difundir destinos y promoviendo el regreso a los mismos.

Pese a los riesgos que conlleva cualquier tipo de simplificación en lo que al turismo respecta, el Anuario 2003 pretende exponer las principales características de la oferta y la demanda turística en la Ciudad de Buenos Aires, así como también las nuevas actividades que se han generado producto del intercambio de las expectativas entre los turistas y los habitantes de la Ciudad de Buenos Aires.

1. Oferta Turística



La experiencia turística comprende una ruptura con lo cotidiano para el visitante; en la misma se recrean un conjunto de vivencias en un espacio no habitual. La Ciudad de Buenos Aires posee un mosaico de opciones que proporciona al turista múltiples alternativas de actividades para que su estadía en la Ciudad se transforme en una experiencia inolvidable.

A lo largo del año 2003, la oferta turística de la Ciudad se fue incrementando al compás del *boom* turístico. Dentro de la misma, es interesante destacar el desarrollo en los últimos años de las diferentes áreas, tales como el turismo de negocios, el de reuniones, el gastronómico, el de estudios, el cultural, el religioso y el deportivo. Estos espacios se presentan en muchas ocasiones interrelacionados, aportándole al turista una amplia gama de alternativas.

Turismo de negocios

Es el turismo llevado a cabo por aquellas personas que realizan un viaje con el fin de desarrollar actividades mercantiles o profesionales. Este tipo de turismo, además de realizar actividades propias del sector, suele aprovechar el viaje para conocer diferentes aspectos de la ciudad que visitan.

El turismo de reuniones o de eventos contempla actividades relacionadas con congresos, convenciones y ferias. La Ciudad de Buenos Aires posee una infraestructura capaz de albergar las diferentes actividades del mundo de los negocios, por este motivo, se dan cita en la Ciudad ferias y congresos de carácter internacional, a los que asisten de diversos países del mundo.

Turismo de salud

La excelencia de los profesionales de la salud proporciona al turista extranjero una opción de reconocimiento mundial en la Ciudad de Buenos Aires. Numerosos centros de atención de diferentes especialidades médicas –públicos y privados-, muchos de ellos dotados con equipos de última generación son concurridos cada año por miles de turistas que encuentran en estos establecimientos la posibilidad de seguir tratamientos confiables a costos accesibles.

Turismo gastronómico

El desplazamiento turístico puede ser motivado por el interés de degustar las famosas carnes argentinas y las comidas típicas de las diferentes regiones del país que se ofrecen en la Ciudad de Buenos Aires. Del mismo modo, la oferta gastronómica incluye las cocinas de las diferentes culturas traídas por los inmigrantes que arribaron a la Ciudad masivamente a finales de siglo XIX.

Los bares contemplan todos los gustos; hay alternativos y tradicionales, temáticos y literarios. Entre los más antiguos se destacan *El Tortoni*, *36 Billares*, *La Giralda*, *Las Violetas* y *La Biela* que integran el grupo de Cafés Notables de la Ciudad.

Turismo de estudios

El aprendizaje en un lugar distinto al de procedencia es una experiencia que cada vez más gente elige. La Ciudad de Buenos Aires ofrece diferentes clases de cursos para extranjeros entre los que se destacan los de gastronomía, hotelería e idioma español. El turismo de estudio, a veces

considerado como un subconjunto del turismo cultural, ha producido el crecimiento del número de matriculados de origen extranjero en varias universidades, institutos educativos y centros de estudios de la Ciudad.

Turismo deportivo

Esta clase de turismo es considerada de dos formas. Una de ellas es el "turismo deportivo activo", que es el efectuado por aquellas personas que viajan con el fin de practicar un deporte. En este caso, la Ciudad de Buenos Aires ofrece una gran cantidad de canchas, estadios y clubes deportivos en donde se puede aprender, competir o simplemente jugar participando de alguna disciplina deportiva.

La segunda forma del turismo deportivo es llamada "turismo deportivo pasivo" que consiste en la asistencia a los diferentes espectáculos de este tipo. En este sentido, se destacan los futbolísticos (en donde Diego Armando Maradona es la figura más representativa y el clásico *Boca Juniors – River Plate* es el evento deportivo que más gente convoca), el polo, el boxeo (en donde el *Luna Park* es considerado un lugar de culto) y el tenis, entre otros deportes que también son de interés de los turistas.

Turismo religioso

La pluralidad religiosa presente en la Ciudad se manifiesta en la variedad y en la cantidad de establecimientos pertenecientes a diferentes cultos.

Quien visite la Ciudad de Buenos Aires, ya sea por motivos religiosos o no, se encontrará con templos, basílicas, capillas, parroquias, mezquitas en donde podrá formar parte de actos

religiosos, participar de peregrinaciones o simplemente apreciar el valor histórico-cultural del patrimonio religioso.

Turismo cultural

La motivación cultural en el desplazamiento turístico tiene en foco la puesta en contacto con otras identidades.

El capital cultural y artístico presente en la Ciudad ejercen una gran atracción sobre los turistas. Los sitios histórico-patrimoniales, las manifestaciones artísticas (como por ejemplo los *shows* que se ofrecen en las casas de tango, milonga o peñas folklóricas), los museos, los teatros (en donde se destaca el Teatro Colón como uno de los teatros líricos más importantes del mundo), los cines, las esculturas y los monumentos, seducen a los turistas proporcionándoles una gran variedad de opciones para apreciar los diferentes movimientos culturales y artísticos presentes en la Ciudad.

El auge del turismo en la Ciudad de Buenos Aires impulsa a generar nuevos circuitos como por ejemplo los vinculados al turismo gay. En el mes de diciembre del año 2002 se promulgó la ley de Unión Civil en la Ciudad de Buenos Aires, lo que contribuye a que esta Ciudad sea considerada por la comunidad gay como una de las preferidas para hacer visitas. Hoteles exclusivos, agencias de viaje especializadas, actividades culturales, restaurantes y discotecas orientadas para la comunidad lésbica-gay, proporcionan al turismo una opción diferente.

Desde mediados del siglo XIX, se produjo en la Argentina la llegada de inmigrantes de diferentes partes del mundo. De esta forma nuestro país recibió una corriente migratoria que modificó definitivamente su composición socio-cultural.

Italianos, españoles, alemanes, franceses e inmigrados provenientes de los más variados rincones del mundo, se asentaron en vastas regiones del país, entre ellas, la Ciudad de Buenos Aires. A través de su fisonomía, diferentes barrios de la Ciudad dan cuenta de la presencia de estas comunidades. Muchos turistas se ven atraídos por la pluralidad étnica presente en la Ciudad potenciando el interés de quienes poseen lazos con alguna etnia.

La puesta en contacto con la diversidad cultural, la visita de los lugares elegidos por los abuelos a la hora de “hacerse la América”, la observación de los rastros que aun se encuentran presentes en la Ciudad hacen de Buenos Aires una metrópoli del encanto de aquellos que buscan rodearse de un pasado ligado a sus antecesores.

En el año 1996, la Ciudad de Buenos Aires comenzó a recibir Cruceros de diferentes partes del mundo y desde entonces, la cantidad de naves recaladas y de pasajeros está en crecimiento. Esta nueva modalidad de acceso a la Ciudad permite que aquellos que prefieren conocer distintos lugares a través de un crucero disfruten en su itinerario de viaje de la Ciudad de Buenos Aires, la cual tiene el Puerto Benito Quinquela Martín especialmente equipado para el confort de los cruceristas. El mismo se encuentra ubicado en las cercanías de la zona céntrica de la Ciudad, permitiendo a los cruceristas la realización de compras en centros comerciales y en uno de los principales circuitos porteños de la Ciudad situado en la calle Florida. Cabe destacar que durante la temporada 2003-2004 arribaron a la Ciudad 50 cruceros, aumentando la cantidad en comparación con la temporada anterior. 31 de estos cruceros iniciaron o finalizaron su recorrido en la Ciudad de Buenos Aires. Para estos buques, la terminal porteña fue puerto base, es decir el puerto de cabecera en el cual se produjo el embarco y desembarco de pasajeros, al final o al inicio del itinerario. Esto pone de manifiesto que, para las

grandes empresas navieras, la Ciudad representa un polo turístico clave. Es preciso subrayar que dos de cada tres cruceristas que visitaron la Ciudad en la última temporada lo hizo por primera vez. Estos viajeros llegan a Buenos Aires en la búsqueda de conocer destinos nuevos y lejanos. Al tener una larga experiencia alrededor del mundo, estos cruceristas suelen ser exigentes a la hora de elegir cada destino. En este sentido, resulta destacable la preferencia por cruceros que incluyan la Ciudad de Buenos Aires.

Infraestructura

Acompañando el crecimiento en la demanda de los turistas, la oferta de alojamientos en la Ciudad de Buenos Aires proporciona diferentes tipos de comodidades según el gusto y las posibilidades económicas que el visitante requiere. Al llegar, el turista tiene la posibilidad de alojarse en alguna de las diferentes categorías hoteleras presentes en la Ciudad. Además de incluirse dentro de la oferta, hoteles de categorías y hoteles sociales (sindicales, mutuales y residencias universitarias), en los últimos años se ha producido una expansión notable en el número de “Hostels”. Este tipo de alojamiento es escogido por aquellos turistas que realizan largos recorridos por distintos países, pueblos y ciudades del mundo”.

La expansión de hoteles vinculados a las grandes cadenas internacionales es otro de los aspectos destacados del crecimiento de la oferta de alojamiento en la Ciudad. Este fenómeno comenzó a desarrollarse en la última década.

Accesibilidad

La accesibilidad hacia la Ciudad y dentro de la misma es muy buena. El Aeropuerto Internacional de Ezeiza, a 30 minutos de la Ciudad, recibe a los visitantes internacionales.

El Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery, localizado dentro de la Ciudad permite acceder a la misma desde otras regiones del país, las principales ciudades de Uruguay (Montevideo y Punta del Este) y desde Santiago de Chile.

El Puerto de la Ciudad también es una ruta de acceso muy usada junto con la Terminal de Ómnibus de Retiro y las diferentes rutas y autopistas nacionales siendo la Ciudad de Buenos Aires el nodo de las mismas.

Dentro de la Ciudad, cualquier turista puede movilizarse fácilmente a través de las 5 líneas de subterráneo, las 136 líneas de colectivos, taxis, remises y autos de alquiler.

Organización del viaje

Agencias de viaje y Guías turísticos especializados proporcionan al turista el asesoramiento, la coordinación, la venta y la organización de viajes y otros servicios turísticos. En el mes de diciembre del año 2003 el Gobierno de la Ciudad creó el Registro de Guías de Turismo¹ regulando de esta forma la actividad a través de la individuación y seguimiento de los mismos. Los guías de turismo hablan diferentes idiomas y además están capacitados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, para desempeñar sus tareas.

Esparcimiento

El entretenimiento también forma parte de la vasta oferta turística.

Durante el día, el turista tiene 1583 hectáreas de espacios verdes en donde recrearse; entre las principales áreas se destacan el Jardín Botánico, el Jardín Japonés, el Rosedal, el Parque Chacabuco, y la Reserva Ecológica.

El Hipódromo de Palermo, el Jardín Zoológico y Tierra Santa (primer parque temático religioso del mundo) también forman parte de la oferta de paseos; asimismo, las Ferias Artesanales llaman la atención de los turistas especialmente durante los fines de semana. La Feria de Caminito, la Feria de San Pedro Telmo, la Feria de Mataderos y de Plaza Francia son algunas de las elegidas a la hora de descubrir curiosidades y costumbres porteñas.

Para hacer compras, los 15 centros de compras presentes en la Ciudad satisfacen las variadas necesidades de consumo de los turistas optimizando el uso del tiempo que destinan a ese fin, de la misma forma, los ejes comerciales de la Ciudad proporcionan a los visitantes otra alternativa para adquirir los artículos que demandan. Los principales ejes comerciales elegidos por los turistas son: Florida, Recoleta, Defensa y Murillo², los turistas nacionales que en algunos casos realizan compras para abastecimiento también utilizan los ejes comerciales de Corrientes, Avellaneda, Callao y Pueyrredón. Los precios bajos acompañan a la gran variedad de productos que se ofrecen en los centros de compras y en los locales comerciales.

También hay una amplia gama de actividades nocturnas para el visitante la Ciudad de Buenos Aires es conocida internacionalmente por la intensidad de sus noches. Las

¹ La Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires sancionó la Ley 1264. La Subsecretaría de Turismo es la responsable del registro.

² El eje comercial Murillo tiene como temática los artículos de cuero, asimismo en el eje comercial de la calle Defensa predominan los negocios de antigüedades

discotecas, los pubs y bares están abiertos los siete días de la semana. Los recitales y shows de diferentes estilos musicales abundan en la Ciudad. Otra opción de entretenimiento es en lugares de juego, como los bingos y el Casino Flotante de Puerto Madero.

Seguridad

Los visitantes cuentan con una Comisaría del Turista que se encarga de brindarles una rápida respuesta en caso de que sean víctimas de robos o delitos comunes o que pierdan su documentación. Esta Comisaría cuenta con 30 oficiales especializados que hablan japonés, inglés, francés, italiano y ucraniano, entre otros idiomas. Además en esta misma comisaría funciona una línea 0-800 (servicio gratuito) que es atendida por personal bilingüe capacitado y preparado, entrenado para evaluar cada situación en particular. En caso de necesidad, la llamada se deriva a la jurisdicción correspondiente.

1.1. Alojamientos Turísticos

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con una infraestructura hotelera muy variada que abarca más de 170 hoteles de entre 1 y 5 estrellas, 27 aparts, y alrededor de 200 hoteles sociales (sindicales, mutuales, residencias universitarias), hospedajes y albergues alternativos (*hostellins*, y otros establecimientos independientes y en cadena).

De acuerdo con los datos proporcionados por la Secretaría de Turismo de la Nación, en el período 1991-2002, la cifra de inversión hotelera nacional con franquicia de cadenas internacionales alcanzó los 1.962 millones de dólares.

Si bien estas obras se situaron en todo el país, una proporción importante se radicó en la Ciudad de Buenos Aires³.

Mediante esta amplia disponibilidad de alojamientos, la Ciudad puede satisfacer la demanda de los más disímiles flujos turísticos que arriban a la misma: por un lado, hay una amplia oferta de hoteles de alta categoría (68, entre hoteles 4 y 5 estrellas) capaces de albergar al turismo *VIP* o de lujo, como así también hospedajes o albergues alternativos principalmente elegidos por el turismo joven.

Entre los años 2002 y 2003, la oferta hotelera de la Ciudad de Buenos Aires manifestó importantes cambios.

Del resultado neto que surge al compensar cierre y apertura de alojamientos hoteleros, se desprende un incremento de 3 hoteles en la oferta de la Ciudad (pasó de 211 en 2002, a 214 durante el año 2003).

Entre las aperturas ocurridas vale mencionar dos hoteles de 5 estrellas, el Palacio *Bencich* de la Cadena *Sofitel-Accor* y la *Mansión Dandi Royal*, en octubre de 2003, primer hotel temático de la Ciudad dedicado exclusivamente al tango porteño el cual fue una inversión privada argentino-norteamericana cercana al millón de dólares; el *Hotel Murano* (4 estrellas) inaugurado en febrero de 2003 y el *Aires Express Hotel* (3 estrellas), en marzo de 2003.

³ La Ciudad de Buenos Aires concentró la mayor cantidad de metros cuadrados en edificación, con 18 obras. La mayor cantidad de proyectos se ubicó en Puerto Madero, Microcentro, Avenida 9 de Julio, y en los últimos tiempos, Congreso.

Cuadro 1.1.1.**Hoteles de 1 a 5 estrellas, *aparts* y sin categorizar. Ciudad de Buenos Aires. Años 1997-2003.**

| Año | Categoría | | | | | | Sin categorizar | Total |
|------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-----------------|-------|
| | 1 estrella | 2 estrellas | 3 estrellas | 4 estrellas | 5 estrellas | <i>Aparts</i> | | |
| 1997 | 29 | 36 | 31 | 40 | 10 | 18 | 7 | 171 |
| 1998 | 28 | 39 | 36 | 44 | 10 | 17 | 9 | 183 |
| 1999 | 27 | 39 | 38 | 44 | 10 | 19 | 13 | 190 |
| 2000 | 27 | 40 | 38 | 48 | 10 | 24 | 23 | 210 |
| 2001 | 29 | 41 | 44 | 52 | 13 | 23 | 13 | 215 |
| 2002 | 27 | 41 | 41 | 51 | 15 | 24 | 11 | 210 |
| 2003 | 26 | 40 | 42 | 52 | 16 | 27 | 11 | 214 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC, GCBA.

En consecuencia la cantidad de habitaciones y plazas disponibles de la Ciudad manifestó un leve aumento interanual (1,8% y 2,7%, respectivamente).

Cuadro 1.1.2.**Habitaciones disponibles por categoría. Hoteles de 1 a 5 estrellas, *aparts* y sin categorizar. Ciudad de Buenos Aires. Años 1997-2003.**

| Año | Categoría | | | | | | Sin categorizar | Total |
|------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-----------------|--------|
| | 1 estrella | 2 estrellas | 3 estrellas | 4 estrellas | 5 estrellas | <i>Aparts</i> | | |
| 1997 | 1.103 | 1.737 | 2.370 | 4.446 | 2.691 | 1.417 | 406 | 14.170 |
| 1998 | 1.038 | 1.897 | 2.653 | 5.109 | 2.581 | 1.091 | 639 | 15.008 |
| 1999 | 1.005 | 1.930 | 2.746 | 4.926 | 2.581 | 1.138 | 943 | 15.269 |
| 2000 | 1.005 | 1.973 | 2.737 | 5.352 | 2.581 | 1.414 | 2.361 | 17.423 |
| 2001 | 1.051 | 2.030 | 3.206 | 5.952 | 3.285 | 1.297 | 1.192 | 18.013 |
| 2002 | 1.026 | 2.026 | 2.986 | 5.562 | 3.818 | 1.317 | 918 | 17.653 |
| 2003 | 996 | 1.945 | 2.994 | 5.695 | 3.962 | 1.521 | 864 | 17.977 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC, GCBA.

Cuadro 1.1.3.

Plazas disponibles por categoría. Hoteles de 1 a 5 estrellas, *aparts* y sin categorizar. Ciudad de Buenos Aires. Años 1997-2003.

| Año | Categoría | | | | | | Sin categorizar | Total |
|------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-----------------|--------|
| | 1 estrella | 2 estrellas | 3 estrellas | 4 estrellas | 5 estrellas | <i>Aparts</i> | | |
| 1997 | 2.281 | 3.465 | 4.796 | 9.064 | 5.436 | s/d | 816 | 25.858 |
| 1998 | 2.150 | 3.799 | 5.369 | 10.386 | 5.196 | s/d | 1306 | 28.206 |
| 1999 | 2.089 | 3.860 | 5.555 | 10.064 | 5.196 | s/d | 1912 | 28.676 |
| 2000 | 2.089 | 3.946 | 5.537 | 10.926 | 5.196 | s/d | 4.609 | 32.303 |
| 2001 | 2.178 | 4.060 | 6.489 | 12.082 | 6.514 | s/d | 2.281 | 33.604 |
| 2002 | 2.144 | 4.031 | 6.291 | 11.468 | 7.617 | 2.642 | 1794 | 35.987 |
| 2003 | 2.076 | 3.880 | 6.296 | 11.734 | 7.905 | 3.286 | 1.808 | 36.985 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC, GCBA.

La tasa de ocupación promedio mide el grado de ocupación del total de las habitaciones que conforman la capacidad hotelera de la Ciudad de Buenos Aires. Se calcula como el cociente entre el número de habitaciones efectivamente ocupadas y el número de habitaciones disponibles a la venta.

La tasa promedio general mensual de ocupación calcula la ocupación media entre los alojamientos de las distintas categorías (incluyendo los hoteles sin categorizar).

En 2003, la misma presentó los picos más elevados durante los meses de julio, octubre y noviembre.

En los meses de julio y octubre, correspondientes a las vacaciones de invierno y al fin de semana largo del 12 de octubre en Argentina y en la mayoría de los países latinoamericanos, respectivamente, la tendencia creciente de la tasa de ocupación media se debió principalmente al incremento en la ocupación de los hoteles de 3 y 4 estrellas.

Este hecho se debió, entre otros factores, a la fuerte preferencia de los turistas de origen latinoamericano por alojarse en hoteles de 3 y 4 estrellas, de mayor auge turístico en los dos momentos mencionados.

Por otra parte, en el mes de noviembre, la elevación de la tasa promedio radicó en la mayor ocupación de los alojamientos de 4 y 5 estrellas.

Los hoteles 4 estrellas fueron los que presentaron la mejor performance en el balance de todo el año, no obstante también los alojamientos de 5 estrellas presentaron altos niveles de preferencia debido a un incremento en la visita de los turistas denominados "de lujo" o VIP, cuyo rasgo distintivo es el de presentar un elevado nivel de gasto diario, lo cual se debe, entre otros factores, a su preferencia por los alojamientos de alta categoría.

Cuadro 1.1.4.

Tasa de ocupación de las habitaciones disponibles por categoría. Hoteles de 1 a 5 estrellas y *aparts*. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Mes | Categoría | | | | | | Promedio General |
|--------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|------------------|
| | 1 estrella | 2 estrellas | 3 estrellas | 4 estrellas | 5 estrellas | <i>Aparts</i> | |
| ene-03 | 17,1% | 30,0% | 35,3% | 48,3% | 43,7% | 42,5% | 40,3% |
| feb-03 | 24,1% | 32,3% | 42,6% | 56,7% | 50,5% | 47,2% | 47,1% |
| mar-03 | 46,8% | 37,9% | 48,4% | 66,0% | 59,0% | 53,7% | 55,7% |
| abr-03 | 36,3% | 38,7% | 50,4% | 63,7% | 51,8% | 57,3% | 53,4% |
| may-03 | 39,2% | 38,0% | 47,7% | 59,1% | 48,1% | 50,5% | 50,1% |
| jun-03 | 40,2% | 98,0% | 50,7% | 60,3% | 49,8% | 55,7% | 52,0% |
| jul-03 | 43,5% | 51,2% | 65,9% | 70,8% | 49,1% | 59,3% | 60,0% |
| ago-03 | 42,8% | 50,3% | 58,9% | 70,2% | 47,7% | 57,0% | 57,9% |
| sep-03 | 46,6% | 46,6% | 46,1% | 62,0% | 51,4% | 57,1% | 58,1% |
| oct-03 | 45,6% | 52,2% | 67,6% | 74,6% | 62,2% | 63,1% | 66,2% |
| nov-03 | 47,4% | 56,6% | 69,4% | 80,7% | 75,4% | 69,1% | 71,8% |
| dic-03 | 44,8% | 48,4% | 54,9% | 64,1% | 60,7% | 54,6% | 57,9% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC, GCBA.

La tarifa promedio mensual⁴ de los alojamientos hoteleros no presentó grandes oscilaciones a lo largo del año 2003: la mitad de los meses sólo presentó un desvío de \$2 respecto a la tarifa promedio del total del año (\$ 111).

El menor precio medio registrado ocurrió en julio de 2003, cuando fue de \$103, debido a la baja en la tarifa de los alojamientos de mayor categoría (4 y 5 estrellas y *apart* hotel). Contrariamente, el pico se evidenció en noviembre (\$121), acorde al mayor precio cobrado por estas mismas categorías.

De esto se sigue que el comportamiento de la tarifa mensual promedio está fuertemente influido por la tendencia en la tarifa de los hoteles de 4 y 5 estrellas y los *apart*, pues al poseer estos los importes más elevados entre los distintos tipos de alojamientos repercuten con mayor intensidad en la tasa promedio.

Mientras que en noviembre el alza intermensual de las tarifas de los hoteles de 4 y 5 estrellas y de los *aparts* se debió a un fuerte crecimiento de la demanda que se traduce en una mayor tasa de ocupación intermensual, en julio aunque la demanda se incrementó notoriamente con respecto al mes precedente (con excepción de los alojamientos de 5 estrellas), la tarifa cobrada por los mismos no siguió el mismo comportamiento, disminuyendo respecto a lo acontecido en el mes anterior, debido entre otros factores, a las acostumbradas tarifas promocionales de las vacaciones de invierno.

Asimismo como los hoteles de mayor categoría tienen una alta proporción de sus tarifas dolarizadas, cuando el dólar baja como lo hizo en la segunda mitad del año, las tarifas de los mismos tiende a bajar en pesos, acentuando el efecto mencionado anteriormente.

⁴ Es la tarifa que surge del cociente entre el monto de ingresos en pesos por venta de habitaciones del mes y el número de habitaciones vendidas de ese mes.

Cuadro 1.1.5.

Tarifas Promedio¹ por categoría. Hoteles de 1 a 5 estrellas y *aparts*. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Mes | Total | Categoría | | | | | Apart |
|---------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|
| | | 1 estrella | 2 estrellas | 3 estrellas | 4 estrellas | 5 estrellas | |
| ene-03 | \$ 110,3 | \$ 39,9 | \$ 40,6 | \$ 55,6 | \$ 83,9 | \$ 252,5 | \$ 100,2 |
| feb-03 | \$ 111,3 | \$ 29,9 | \$ 42,5 | \$ 59,3 | \$ 82,1 | \$ 258,5 | \$ 95,1 |
| mar-03 | \$ 109,4 | \$ 37,7 | \$ 40,1 | \$ 60,9 | \$ 82,8 | \$ 244,6 | \$ 105,9 |
| abr-03 | \$ 106,6 | \$ 32,6 | \$ 37,9 | \$ 61,5 | \$ 82,8 | \$ 234,8 | \$ 101,4 |
| may-03 | \$ 106,9 | \$ 31,9 | \$ 33,7 | \$ 62,0 | \$ 82,4 | \$ 237,9 | \$ 103,1 |
| jun-03 | \$ 110,7 | \$ 31,4 | \$ 36,8 | \$ 58,3 | \$ 82,5 | \$ 257,3 | \$ 99,1 |
| jul-03 | \$ 103,3 | \$ 32,5 | \$ 38,8 | \$ 62,4 | \$ 81,9 | \$ 222,4 | \$ 94,9 |
| ago-03 | \$ 110,2 | \$ 39,4 | \$ 39,7 | \$ 57,8 | \$ 89,9 | \$ 240,6 | \$ 100,0 |
| sep-03 | \$ 107,8 | \$ 41,5 | \$ 39,2 | \$ 59,4 | \$ 81,0 | \$ 243,4 | \$ 95,2 |
| oct-03 | \$ 112,3 | \$ 38,5 | \$ 40,7 | \$ 61,9 | \$ 85,6 | \$ 250,1 | \$ 93,1 |
| nov-03 | \$ 121,0 | \$ 33,7 | \$ 38,7 | \$ 61,1 | \$ 88,8 | \$ 282,1 | \$ 102,1 |
| dic-03 | \$ 115,9 | \$ 38,9 | \$ 42,0 | \$ 62,6 | \$ 87,3 | \$ 260,4 | \$ 96,0 |
| Promedio 2003 | \$ 110,5 | \$ 35,7 | \$ 39,2 | \$ 60,2 | \$ 84,3 | \$ 248,7 | \$ 98,8 |

¹ Se refiere al precio de una habitación doble standard con baño privado. El precio está expresado en pesos y no incluye IVA. Los valores representan el promedio, ponderado por las habitaciones ocupadas, de las tarifas efectivamente cobradas.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC, GCBA.

Desde la década pasada, las principales cadenas internacionales han venido apostando al potencial turístico de la Ciudad de Buenos Aires.

En el año 2003, la oferta de la Ciudad contó con la presencia de 15 de las más importantes cadenas hoteleras a escala mundial, principalmente de origen británico y norteamericano.

Entre las inversiones ejecutadas por este sector se destacó la realizada por el grupo francés *Accor* junto con la familia *Bencich*, al inaugurar un hotel en el Palacio Bencich por un monto de U\$S 25 millones.

Asimismo la misma cadena francesa anunció la construcción de un nuevo edificio en Puerto Madero por valor de U\$S 15 millones, mientras que la empresa española *Sol Meliá* destinó el mismo monto para la ampliación de su edificio sito en la ex discoteca *Palladium*.

Cuadro 1.1.6.
Cadenas hoteleras nacionales e internacionales radicadas
en la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Cadenas Hoteleras | País de Origen |
|--------------------------------|----------------|
| Accor de Argentina | Francia |
| Amerian Cadenas de Hoteles | Argentina |
| Caesar Park Hotels & Resorts | EE.UU. |
| Grupo Rivotel | Francia |
| Hilton | EE.UU. |
| Hoteles Microtel Inns | EE.UU. |
| Howard Johnson de Argentina | EE.UU. |
| InterContinental Group | UK |
| Inter Continental* | UK |
| Crowne Plaza Hotels Resorts* | UK |
| Holiday Inn* | UK |
| Six Continents* | UK |
| Marriott Hotels Resorts Suites | EE.UU. |
| Melia Confort | España |
| Microtel Inns | EE.UU. |
| NH Hoteles | España |
| Park Plaza Kempinsky Hotels | Alemania |
| Sheraton de Argentina | EE.UU. |
| Tulip Inn** | Holanda |

* Forman parte del InterContinental Group

** Pertenecen al Golden Group

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de AHT.

1.2. Transportes

Durante el 2002, los flujos turísticos internacionales a nivel mundial se vieron fuertemente reducidos con respecto a años anteriores, debido principalmente a síntomas de incertidumbre generalizada luego de los atentados del 11 de septiembre de 2001.

La baja demanda de viajes a distintos destinos turísticos repercutió negativamente en la oferta de vuelos internacionales. Así, el tráfico aéreo mundial cayó al compás de la demanda.

Argentina no fue ajena a esta crisis global, la que se vio agudizada en el ámbito local principalmente por dos motivos. Uno, originado en el sustancial incremento en los costos operativos de las compañías que volaban hacia el país, debido a la abrupta devaluación del tipo de cambio, que significó prácticamente una triplicación de los costos de los servicios de aterrizaje, estacionamiento, balizamiento nocturno, atención en tierra a las aeronaves, depósitos fiscales y en el precio de combustibles y lubricantes, entre otros⁵. El principal motivo fue vinculado con la crisis política, social y financiera local, que restringió el turismo emisor argentino, hasta entonces principal dinamizador de los vuelos internacionales de la Ciudad de Buenos Aires.

En 2002, varias compañías restringieron la cantidad de vuelos hacia la Ciudad y otras tantas, como *KLM*, *Air Canada*, *Qantas Airways*, *Delta Airlines Inc*, *Mexicana de Aviación*, abandonaron el mercado local.

Si bien ya promediando los últimos meses de 2002, el flujo turístico hacia la Ciudad manifestó un crecimiento considerable, la reactivación de los vuelos hacia la misma no evolucionó a la par del incremento de la demanda, debido principalmente a los elevados costos de instalar nuevas rutas de tráfico aéreo.

La incorporación de 4 nuevas compañías aéreas (*Aerovip*, *Air Canadá*, *Air Europa* y *LanEcuador*)⁶ durante 2003, es sumamente destacable ya que da cuenta de una perspectiva empresarial favorable sobre el posicionamiento futuro de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico.

Durante 2003, la Ciudad de Buenos Aires fue servida por 30 compañías aéreas.

⁵ A modo de ejemplo, mientras el costo operativo de una aeronave Boeing 776/300 con 4 hs. de estacionamiento en 16 aeropuertos del continente americano fue USD 1.418 en promedio durante 2002, en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza alcanzó USD 2.746, de lo cual se desprende que la operación en Argentina resultaba 93,6% más cara que en el resto de América.

⁶ Mientras que el servicio de la Compañía *Air Canada* fue una reincorporación tras la restricción temporaria en 2002, las empresas *LanEcuador*, *Aerovip* y *Air Europa*, volaron hacia Argentina por primera vez en el 2003.

Cuadro 1.2.1.
Compañías Aéreas nacionales e internacionales. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Compañías Aéreas Internacionales y Nacionales | Cantidad |
|---|----------|
| Total | 30 |
| Aerolíneas Argentinas | |
| Aerovip* | |
| American Falcon | |
| Austral | |
| Lade | |
| Lapa | |
| Southern Winds | |
| AeroSur | |
| Air Europa* | |
| Air France | |
| Air Canadá* | |
| Alitalia | |
| American Airlines | |
| Avianca | |
| British Airways | |
| Copa Airlines | |
| Cubana | |
| Iberia | |
| LAB | |
| LanChile | |
| LanEcuador* | |
| Lufthansa | |
| Malaysia Airlines | |
| Mexicana | |
| Pluna - Pu | |
| Swissair | |
| Taca | |
| TAM | |
| United Airlines | |
| Varig | |

* Incorporadas durante el año 2003.

Nota: Sólo se considera aquellas compañías que operaron con aviones propios. Los vuelos ofrecidos durante los primeros meses del año por la Compañía *AirCanadá*, fueron operados por *Varig*. Quedaron excluidas las compañías *LanPerú*, porque sus servicios fueron operados por aviones de la compañía *LanChile* y la Empresa estatal *Federales S.A.*, cuyos vuelos atendió la Compañía *Southern Winds*.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA en base a datos de la Guía Argentina de Tráfico Aéreo.

Cabe destacar que 24 de las 30 compañías aéreas que operaron con el destino Buenos Aires, atendieron mercados internacionales exclusivamente (80%).

Este guarismo se amplía cuando se incorpora a aquellas compañías que sirvieron tanto a mercados internacionales como a destinos dentro del país (*Aerolíneas Argentinas*, *American Falcon*, *Lapa* y *Southern Winds*), resultando así que casi 95% de las empresas que operaron con Argentina durante el año 2003, unieron Buenos Aires con distintos destinos extranjeros.

Por su parte, el tráfico aéreo nacional (o de cabotaje) fue atendido por una menor cantidad de empresas aéreas (6 compañías en total, 2 de las cuales en forma exclusiva).

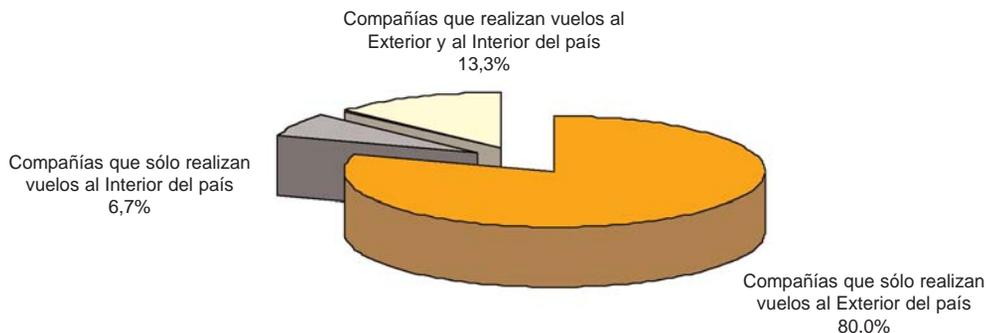
Así sólo dos compañías aéreas (*Austral* y *Lade*) operaron solamente con la Ciudad de Buenos Aires y destinos nacionales.

Las cuatro empresas restantes que incluyeron en su oferta de vuelos directos destinos nacionales atendieron también destinos internacionales, entre los cuales se destacan los tradicionales vuelos hacia Punta del Este y Montevideo desde el Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery⁷.

⁷ De hecho, entre las 6 compañías que atienden el mercado interno, sólo 2, *Aerolíneas Argentina* y *Southern Winds*, atienden destinos internacionales alejados.

Gráfico 1.2.1.

Compañías Aéreas por tipo de vuelo ofrecido. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la Guía Argentina de Tráfico Aéreo.

Durante 2003, 32 metrópolis internacionales fueron unidas con la Ciudad de Buenos Aires en forma directa⁸.

América del Sur resultó el principal mercado atendido, con vuelos diarios desde Buenos Aires hacia las principales ciudades sudamericanas (15 en total): Santiago de Chile, Montevideo, Punta del Este, Río de Janeiro, San Pablo, Lima, La Paz, Caracas, Quito, entre otras. Cabe destacar que esta última fue incluida por primera vez promediando el final del año 2003, con la incorporación de los vuelos directos ofrecidos por la compañía *LanEcuador*.

En este orden, 8 de las principales ciudades europeas fueron conectadas periódicamente con la Ciudad de Buenos Aires, a través de las más importantes compañías aéreas

internacionales de capital europeo (*Lufthansa, Iberia, British Airways, Alitalia, Swiss Air*, entre otras).

Asimismo, la Ciudad tuvo conexión directa con 5 ciudades distintas de América del Norte, 2 de América Central y una de Asia y Oceanía, respectivamente Cuadro 1.2.2.)

La Ciudad de Buenos Aires está conectada con una amplia cantidad de destinos, 30 de los cuales son ciudades del interior del país.

El transporte aéreo resulta en muchos casos la forma exclusiva de conexión entre algunos destinos argentinos y la Ciudad. Tal es el caso de Tierra del Fuego, que a diferencia de otras provincias argentinas, debido a su lejanía, no posee servicios de ómnibus que la conecten directamente con la Ciudad.

⁸ Sólo se considera las Ciudades que fueron unidas por vuelos con conexiones directas. El número de ciudades conectadas con la Ciudad se incrementa notablemente si se toma en cuenta las combinaciones con otros vuelos.

Cuadro 1.2.2.
Cantidad de ciudades conectadas con la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Destino | Cantidad de ciudades conectadas |
|-------------------|---------------------------------|
| Interior del País | 30 |
| América del Sur | 15 |
| Europa | 8 |
| América del Norte | 5 |
| América Central | 2 |
| Asia | 1 |
| Oceanía | 1 |
| Total | 62 |

Nota: solo se considera las ciudades conectadas con vuelos directos.
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Guía Argentina de Tráfico Aéreo.

Los pasajes de vuelos internacionales y de cabotaje son gravados por una variada estructura impositiva.

La mayoría se trata de gravámenes fijos (en moneda local o en dólares, según el destino del vuelo) que se aplican sobre el valor del pasaje aéreo. Dentro de este grupo se encuentran los impuestos TQ (Impuesto de Seguridad), XR (Impuesto de Aeropuerto) y QO (Impuesto de Inmigración), que gravan tanto a los pasajes correspondientes a vuelos hacia el interior como hacia el exterior del país.

Los impuestos QN (Impuesto Provincial) y AR imputan un valor porcentual sobre el precio del pasaje aéreo. El primero sólo afecta a los vuelos de cabotaje, mientras que el impuesto AR, se aplica exclusivamente sobre la tarifa de pasajes internacionales hacia la Argentina, cualquiera sea el punto de emisión o venta.

Cuadro 1.2.3.
Tasas impositivas de Aeropuerto. Año 2003.

| Impuesto | Base imponible | Tarifas o tasas |
|---------------------------------|--|----------------------------|
| XR | Vuelos Internacionales | |
| | Desde EZE y AEP hasta Montevideo y Punta del Este | USD 8 |
| | Desde todos los aeropuertos de Argentina a cualquier aeropuerto internacional (excepto Uruguay) | USD 18 |
| | Desde Mendoza a Santiago de Chile | USD 8 |
| | Vuelos de Cabotaje | |
| | Categoría 1 y 2 | \$ 6,05 |
| | Categoría 3 y 4 | \$ 4,24 |
| AR | Se aplica sobre el valor de las tarifas de pasajes internacionales | 5% |
| De inmigración (QO) | Desde cualquier aeropuerto argentino hacia cualquier destino extranjero que no supere los 300 Km. de distancia | USD 6 |
| | Desde cualquier aeropuerto argentino hacia cualquier destino extranjero que supere los 300 Km. de distancia | USD 10 |
| De Seguridad (TQ) | Vuelos de Cabotaje | \$ 1 |
| | Vuelos Internacionales | USD 2,5 |
| Provincial (QN) | Vuelos de Cabotaje | 3,2% |
| Impuesto al Valor Agregado (DL) | Vuelos de Cabotaje (excepto hacia/desde Río Grande y Ushuaia) | Tarifa + QN [3,2%] X 10,5% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Guía Argentina de Tráfico Aéreo.

Al referirnos a la tasa de ocupación promedio de los vuelos internacionales hacia la Ciudad, es fundamental identificar que aquellos destinos que presentaron una menor oferta de vuelos fueron los que, a su vez, exhibieron los mayores niveles de ocupación.

A través de este dato se puede identificar cierto grado de saturación en la oferta de esos vuelos, lo cual puede haber sido una causa atenuante de los flujos turísticos a la Ciudad desde tales orígenes.

Con un valor cercano a 80%, los vuelos entre la Ciudad y países europeos presentaron la mayor tasa de ocupación promedio.

El fuerte incremento en los arribos turísticos provenientes de mercados europeos, llevó al límite las plazas disponibles por vuelo, ya que la oferta de servicios aéreos hacia la Ciudad no había manifestado importantes incrementos desde la crisis, a inicios de 2002⁹.

Durante los últimos meses del año, compañías como Air France y Alitalia manifestaron tener una demanda excedente de pasajes hacia la Ciudad de Buenos Aires. Por una tendencia similar, la empresa aerocomercial alemana *Lufthansa* amplió su frecuencia a 7 vuelos semanales, en diciembre de 2003.

Al poseer la demanda turística desde los países limítrofes formas de conexión alternativas al transporte aéreo internacional, como los buques diarios ofrecidos por las empresas *Buquebus* y *Ferrylineas* (en el caso puntual del mercado uruguayo) y las compañías de ómnibus, es lógico que los vuelos hacia tales destinos presentaran la menor tasa de ocupación promedio durante 2003.

A su vez, la mayor oferta de vuelos diarios salidos desde el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y desde el Aeropuerto Metropolitano J. Newbery, tuvieron como destino países limítrofes, atenuando lógicamente su tasa de ocupación promedio.

Cuadro 1.2.4. **Tasas de ocupación de aviones salidos del Aeropuerto Internacional de Ezeiza. Por destino del vuelo. Año 2003.**

| Tasa de Ocupación | % |
|--------------------------|----------|
| Europa | 80% |
| Resto del Mundo | 79% |
| Resto de América | 76% |
| EE.UU. y Canadá | 70% |
| Países Limítrofes | 65% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Entre los vuelos de cabotaje, la Región del Norte presentó la mayor tasa de ocupación promedio (93%), lo cual es posible vincular con la escasa oferta de vuelos hacia dicho destino con relación a otras regiones del país, como así también por no poseer una elevada oferta de ómnibus en proporción con la gran cantidad de provincias que la conforman (son 8), que permita canalizar la baja demanda de vuelos.

⁹ Es importante mencionar que hasta la mitad del año 2003 sólo puede considerarse como reacciones considerables de la oferta de vuelos hacia el mercado europeo, la incorporación de los nuevos servicios ofrecidos por las Compañías *AirEuropa* y *Southern Winds*.

Cuadro 1.2.5.
Tasas de ocupación de aviones salidos del Aeroparque
Metropolitano J. Newbery por destino. Año 2003.

| Tasa de Ocupación | % |
|-------------------|-------|
| Litoral | 70,4% |
| Centro | 75,5% |
| Sur | 76,6% |
| Cuyo | 70,5% |
| Norte | 93,2% |

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.
 Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

En promedio, durante el año 2003, más de 25.000 ómnibus unieron la Ciudad de Buenos Aires con distintos destinos del interior del país y del extranjero (países limítrofes).

Los meses en los que la cantidad de servicios se incrementó considerablemente fueron aquellos que contaron con fines de semana largos o períodos vacacionales prolongados, en los cuales se evidencia una mayor demanda (enero, febrero, abril, diciembre, julio, octubre, entre otros).

La Provincia de Buenos Aires y la Región del Centro presentaron la mayor cantidad de servicios mensuales (10.100 y 5.300 en promedio, respectivamente)

Entre los países limítrofes se destaca la fuerte oferta de ómnibus hacia Paraguay (más de 250 servicios mensuales en promedio), Uruguay y, en menor medida, Brasil.

Cuadro 1.2.6.
Servicios salidos de la Terminal de ómnibus de Retiro hacia destinos del interior del país. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Mes | Nacional | | | | | | | Total de servicios nacionales e internacionales |
|-------------|----------|-------|--------|---------|---------|-------|--------|---|
| | Norte | Cuyo | Centro | Litoral | Bs.As.* | Sur | Total | |
| ene-03 | 2.829 | 1.575 | 5.603 | 3.439 | 12.115 | 1.799 | 27.360 | 28.910 |
| feb-03 | 2.506 | 1.419 | 5.062 | 3.207 | 10.679 | 1.503 | 24.376 | 25.650 |
| mar-03 | 2.483 | 1.451 | 5.254 | 3.329 | 10.545 | 1.429 | 24.491 | 25.614 |
| abr-03 | 2.314 | 1.439 | 5.212 | 3.402 | 9.945 | 1.352 | 23.664 | 24.710 |
| may-03 | 2.240 | 1.391 | 5.226 | 3.173 | 9.671 | 1.326 | 23.027 | 23.988 |
| jun-03 | 2.196 | 1.373 | 5.152 | 3.140 | 9.316 | 1.320 | 22.497 | 23.424 |
| jul-03 | 2.801 | 1.634 | 5.705 | 3.588 | 9.638 | 1.865 | 25.231 | 26.390 |
| ago-03 | 2.371 | 1.492 | 5.412 | 3.432 | 9.732 | 1.528 | 23.967 | 25.010 |
| sep-03 | 2.239 | 1.409 | 5.088 | 3.149 | 9.299 | 1.357 | 22.541 | 23.468 |
| oct-03 | 2.349 | 1.501 | 5.350 | 3.465 | 10.146 | 1.413 | 24.224 | 25.206 |
| nov-03 | 2.200 | 1.394 | 5.111 | 3.213 | 9.598 | 1.413 | 22.929 | 23.874 |
| dic-03 | 2.797 | 1.534 | 5.589 | 3.946 | 10.705 | 1.679 | 26.250 | 27.653 |
| Media anual | 2.433 | 1.465 | 5.309 | 3.366 | 10.088 | 1.488 | 24.172 | 25.324 |

* incluye Región Interior y Costa Atlántica

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de TEBA.

Cuadro 1.2.7.

Servicios salidos de la Terminal de ómnibus de Retiro hacia destinos internacionales. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Mes | Internacional | | | | | | | Total de servicios nacionales e internacionales |
|-------------|---------------|---------|----------|-------|---------|------|---------------------|---|
| | Brasil | Uruguay | Paraguay | Chile | Bolivia | Perú | Total Internacional | |
| ene-03 | 408 | 294 | 673 | 139 | 0 | 36 | 1.550 | 28.910 |
| feb-03 | 307 | 252 | 552 | 122 | 11 | 30 | 1.274 | 25.650 |
| mar-03 | 205 | 243 | 528 | 98 | 14 | 35 | 1.123 | 25.614 |
| abr-03 | 148 | 251 | 530 | 77 | 13 | 27 | 1.046 | 24.710 |
| may-03 | 124 | 240 | 489 | 70 | 13 | 25 | 961 | 23.988 |
| jun-03 | 119 | 244 | 465 | 61 | 13 | 25 | 927 | 23.424 |
| jul-03 | 162 | 281 | 607 | 67 | 15 | 27 | 1.159 | 26.390 |
| ago-03 | 136 | 266 | 532 | 70 | 12 | 27 | 1.043 | 25.010 |
| sep-03 | 121 | 241 | 457 | 69 | 13 | 26 | 927 | 23.468 |
| oct-03 | 132 | 276 | 466 | 70 | 12 | 26 | 982 | 25.206 |
| nov-03 | 132 | 266 | 452 | 55 | 11 | 29 | 945 | 23.874 |
| dic-03 | 208 | 336 | 737 | 68 | 12 | 42 | 1.403 | 27.653 |
| Media anual | 169 | 264 | 534 | 77 | 11 | 29,2 | 1.096 | 25.324 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de TEBA.

1.3. Congresos

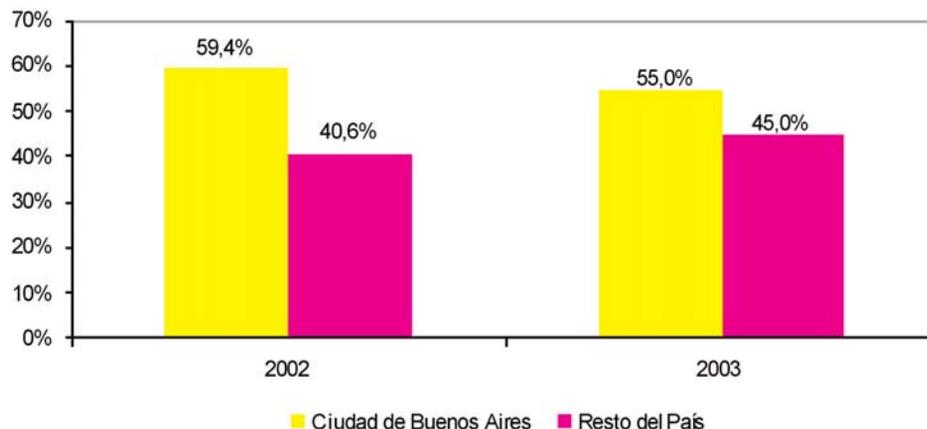
Tanto por la variedad y jerarquía de sus instalaciones y servicios como por su gran cantidad de atractivos turísticos, la Ciudad de Buenos Aires se sitúa como la principal plaza en lo que respecta a la organización de congresos dentro del país.

La infraestructura presente en la Ciudad permite la realización de congresos de diversas índoles y tamaños.

Del total de los congresos realizados en el país, 56% tuvieron como sede la Ciudad de Buenos Aires, manteniéndose de esta forma la proporción observada en el año anterior.

Gráfico 1.3.1.

Congresos realizados en la Ciudad de Buenos Aires y en el resto del país. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de Ferias y Congresos.

En 2003, la realización de congresos en la Ciudad manifestó un crecimiento interanual de 16%. Si bien este incremento es para destacar, debe tomarse en consideración que se verifica contra el año en el que la actividad congresal de la Ciudad de Buenos Aires presentó los menores valores desde 1992.

No obstante, no deja de ser un dato alentador pues demuestra una reversión de la tendencia negativa advertida en 2002, y se identifica con el reposicionamiento de la Ciudad como anfitriona de este tipo de eventos.

Cuadro 1.3.1.

Congresos realizados en la Ciudad de Buenos Aires. Años 1991-2003

| Año | Congresos |
|------|-----------|
| 1991 | 302 |
| 1992 | 356 |
| 1993 | 372 |
| 1994 | 378 |
| 1995 | 397 |
| 1996 | 427 |
| 1997 | 556 |
| 1998 | 591 |
| 1999 | 626 |
| 2000 | 616 |
| 2001 | 509 |
| 2002 | 333 |
| 2003 | 386 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de Ferias y Congresos.

Por segundo año consecutivo, el hotel *Crown Plaza Panamericano* de la Ciudad de Buenos Aires resultó el complejo que albergó la mayor cantidad de congresos en el país (43 eventos).

En tanto, el *Sheraton Buenos Aires* congregó en sus salas la mayor cantidad de asistentes (más de 50.000 personas), casi duplicando la demanda del año anterior.

Por otra parte, dado que estos eventos se suelen programar con mucha antelación, los resultados de 2003 aun estuvieron muy influidos por la crítica situación evidenciada en 2002. Por tal razón, se espera que en 2004 se produzca un notorio incremento de la cantidad de eventos y el número de asistentes.

Cuadro 1.3.2.

Principales sedes de Congresos y Convenciones. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Congresos realizados | Asistentes | Duración promedio (en días) |
|------------------------------------|----------------------|------------|-----------------------------|
| Crown Plaza Panamericano | 43 | 22.177 | 1,8 |
| Centro Cultural General San Martín | 34 | 14.205 | 2,5 |
| Sheraton Buenos Aires Hotel | 27 | 51.940 | 3,1 |
| La Rural | 27 | 18.034 | 2,2 |
| Palais Rouge | 26 | 6.645 | 1,4 |
| Paseo La Plaza | 15 | 8.800 | 2,1 |
| Hilton Buenos Aires | 14 | 13.317 | 3,3 |
| Centro Costa Salguero | 11 | 5.494 | 2,9 |

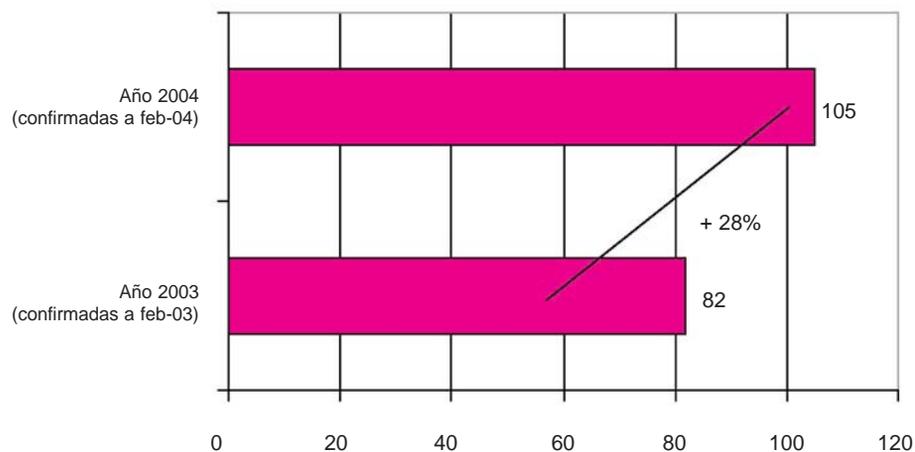
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de Ferias y Congresos.

De la comparación entre el número de exposiciones confirmadas a febrero de 2003 y las de 2004, se puede inferir la dinámica de esta actividad para el año 2004.

Según datos de la revista Ferias y Congresos, mientras que en febrero de 2003 sólo estaban confirmadas 82 exposiciones, durante el mismo mes del año 2004, ya habían confirmado su presencia en la Ciudad 105 exposiciones (+28%), permitiendo inducir, de esta manera, que el corriente año será más próspero en lo que respecta a dicha actividad.

Gráfico 1.3.2.

Exposiciones confirmadas. Ciudad de Buenos Aires. Años 2003–2004.



Nota: En base al calendario ferial de los años 2003 y 2004, sujeto a posibles modificaciones. Corresponde a la cantidad de ferias confirmadas en febrero de 2003 y 2004 para el transcurso de todo el año, por lo tanto permite delinear la tendencia de crecimiento del año 2004.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de Ferias y Congresos.

Es importante considerar el beneficio económico resultante de la realización de congresos a escala nacional.

Durante el 2003, la actividad congresal significó una facturación cercana a los \$180M. Si bien este monto resultó muy distante del nivel del año 1999 (-47%), significó un crecimiento sustancial con relación al año 2002 (+69%) (ver Cuadro 1.3.4.).

Así, luego de la crisis que azotara al sector en 2002, la actividad congresal durante el año 2003 comenzó a mostrar signos claros de recuperación que se evidencian en un mayor nivel de gasto y en un número más importante de congresos, convenciones y exposiciones realizadas.

Cuadro 1.3.3.
Monto invertido en la realización de Congresos. Argentina. Año 2003.

| Descripción | Gasto total |
|---------------------------------------|----------------|
| Inscripciones | \$ 50.511.177 |
| Auspicios | \$ 11.728.200 |
| Decoración y armado de stands | \$ 11.785.500 |
| Merchandising | \$ 9.048.614 |
| Promoción y folletería | \$ 11.995.652 |
| Alojamiento y otros gastos turísticos | \$ 84.189.511 |
| Total | \$ 179.258.654 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de Ferias y Congresos.

Cuadro 1.3.4.
Monto invertido en la realización de Congresos. Argentina. Años 1999-2003.

| Año | Monto (en millones) | Variación (%) Año base 1999 | Variación interanual |
|------|---------------------|-----------------------------|----------------------|
| 1999 | \$ 338 | | |
| 2000 | \$ 290 | -14,2% | -14,2% |
| 2001 | \$ 193 | -42,9% | -33,4% |
| 2002 | \$ 106 | -68,6% | -45,1% |
| 2003 | \$ 179 | -47,0% | 68,9% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de Ferias y Congresos.

1.4. Agencias de Viaje

Las agencias de viaje son de gran utilidad para toda persona que desee conocer la Ciudad.

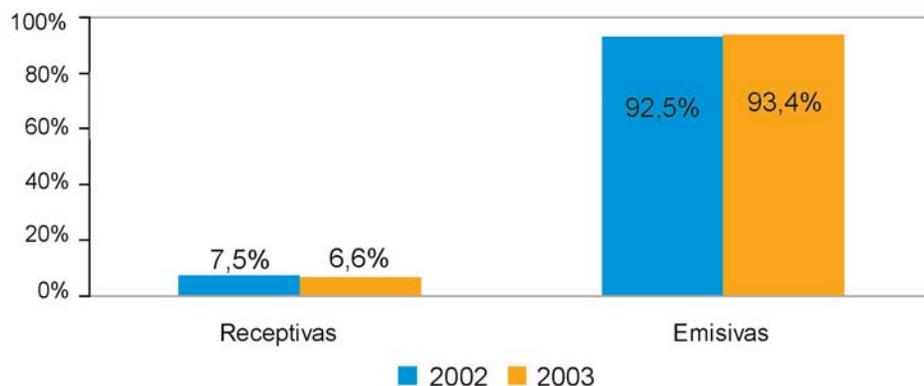
Si bien como muestra el Cuadro 1.4.1 encontramos un número mayor de agencias de viaje emisoras, se estima que

dentro de ellas hay un sector creciente que se ocupa del turismo receptivo.

Con la modificación de las condiciones cambiarias y el boom turístico local, es esperable que se produzca una fuerte expansión de las agencias y los servicios para el turismo receptivo.

Gráfico 1.4.1.

Agencias de Viaje por tipo. Ciudad de Buenos Aires. Años 2002-2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la Subsecretaría de la Ciudad de Buenos Aires.

La mayoría de las agencias de viajes citas en la Ciudad de Buenos Aires son puntualmente agencias de turismo (80%).

En segundo lugar, se encuentran las empresas dedicadas a atender la demanda de viajes y turismo (emisoro y receptoro), que representan 19% del total.

Las agencias que se dedican exclusivamente a la venta de pasajes y las entidades sin fines de lucro, acaparan la menor proporción de la oferta, sumando en conjunto apenas 62 instituciones (ver Cuadro 1.4.1.)

Cuadro 1.4.1.

Agencias de Viaje por categoría. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Agencias de viaje | Cantidad |
|------------------------------|----------|
| Agencias de Turismo | 901 |
| Empresas de Viajes y Turismo | 167 |
| Agencias de Pasajes | 34 |
| Entidades sin Fines de Lucro | 28 |
| Total | 1138 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

1.5. Oferta Cultural

La oferta cultural de la Ciudad de Buenos Aires es reconocida mundialmente por su diversidad y atractivo. En esta sección se exponen algunos de sus principales componentes como los museos, teatros, cines, el tango, el folklore, las ferias de interés turístico y, finalmente, la pluralidad de establecimientos religiosos presentes en la Ciudad.

a. Museos

La Ciudad de Buenos Aires posee una gran cantidad de museos los cuales exponen obras de diferentes temáticas, estilos y períodos históricos.

Los museos nacionales de Bellas Artes, de Arte Decorativo, y de la Ciudad de Arte Hispanoamericano Isaac Fernández Blanco, de Arte Moderno y de Artes Plásticas Eduardo Sívori, entre otros, frecuentemente ofrecen muestras itinerantes de gran envergadura.

El museo Nacional de Bellas Artes, fue creado el 16 de julio de 1895 y abrió sus puertas el 25 de diciembre de 1896. En la actualidad, el Museo tiene 32 salas entre la planta baja y los dos niveles superiores, que, con el resto de las instalaciones, totalizan una superficie de casi 10.000 m². En esas 32 salas se incluye el pabellón de muestras temporarias sito en la planta baja, sobre el frente posterior; y la sala de exhibiciones de arquitectura así como los dos Patios de Esculturas.

Entre los museos privados el MALBA (Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires) fue fundado en septiembre de 2001 con el objetivo de coleccionar, preservar, estudiar y difundir el arte latinoamericano desde principios del siglo XX

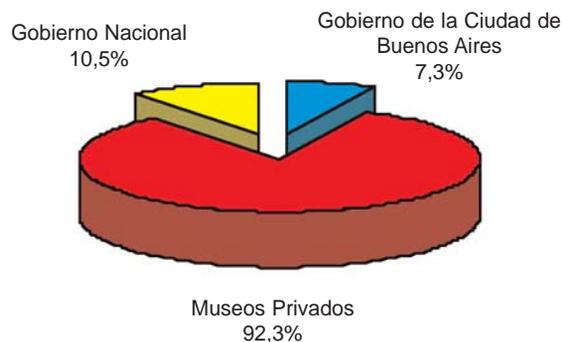
hasta la actualidad. Conserva y exhibe como patrimonio fundacional un conjunto de más de doscientas obras de los principales artistas latinoamericanos modernos y contemporáneos.

Dentro de los museos que dependen del Gobierno de la Ciudad se destaca el Museo de Arte Moderno, en el cual se exponen obras de vanguardias artísticas, conteniendo fundamentalmente la producción argentina de arte contemporáneo de las décadas de 1940, '50 y '60 y obras nacionales e internacionales que llegan hasta la actualidad.

Otro museo notable es el Museo de la Ciudad, que rastrea e investiga la idiosincrasia y las costumbres de los porteños. Actualmente se encuentra instalado en un complejo de edificios pertenecientes a distintas épocas, situados en el barrio de Monserrat.

Gráfico 1.5.1.

Museos dependientes del Gobierno Nacional, del Gobierno de la Ciudad y del sector privado. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de DGyC, GCBA.

La diversidad de museos permite que el turista encuentre en la Ciudad, una gran variedad de muestras sobre una multiplicidad de temas de interés.

Si bien la mayoría de los museos tienen como temática principal la historia, la etnografía, el arte o las ciencias, también hay museos más excéntricos tales como el de Maquetas, el de Caricaturas, el de Títeres y el de las Balanzas.

Cuadro 1.5.1

Museos por categoría. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Categoría | Cantidad |
|----------------------------|----------|
| Histórico y Etnográfico | 38 |
| Arte | 24 |
| Ciencia | 23 |
| Fuerzas Aéreas y Seguridad | 8 |
| Teatro | 2 |
| Automóvil | 2 |
| Cine | 1 |
| Títeres | 1 |
| Otra categoría | 25 |
| Total | 124 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la Subsecretaría de Turismo de GCBA.

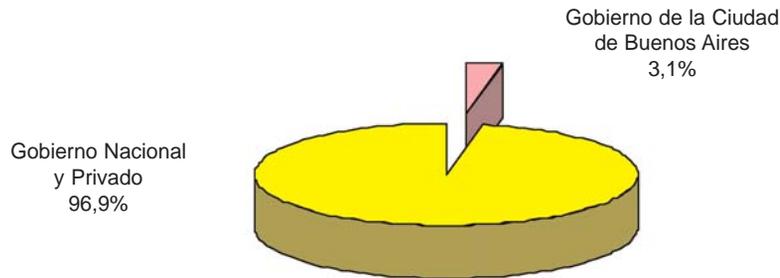
b. Teatro

También la oferta teatral de la Ciudad de Buenos Aires es reconocida mundialmente por la cantidad, calidad y variedad de obras de teatro presentadas en cada temporada. El Gobierno de la Ciudad administra el Complejo Teatral de Buenos Aires conformado por 5 teatros: Presidente Alvear, de la Ribera, Regio, Sarmiento y General San Martín.

El Teatro Colón es una de las salas líricas más importantes del mundo, comparable a la *Scala de Milán*, el *Metropolitan* de Nueva York y el Nuevo Teatro Nacional de Tokio. Es conocido en el mundo por su belleza, su excepcional acústica y su programación de música y de danzas clásicas. En los últimos años, se han llevado a cabo conciertos de *rock* y *folklore*, marcando el comienzo de una nueva etapa en la tradición musical del teatro.

Gráfico 1.5.2

Teatros dependientes del Gobierno Nacional, del Gobierno de la Ciudad y Privados. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

Los teatros tradicionales del circuito de la Ciudad están ubicados sobre la Avenida Corrientes y calles aledañas. Entre ellos se destacan el *Luna Park*, en el cual se presenta cada temporada una gran variedad de eventos: actos artísticos, religiosos, políticos, deportivos (mas de 23 títulos de boxeo, *volley*, básquet, tenis, ciclismo, entre otros) y sociales. Artistas de ópera y de música popular de reconocimiento mundial, así como compañías de ballet se dan cita en este ícono de la Ciudad de Buenos Aires.

Otro teatro muy importante es el Cervantes, único teatro nacional de la República Argentina, que, además, fue declarado monumento histórico-artístico nacional.

Asimismo, Buenos Aires cuenta con una nutrida cantidad de teatros independientes, donde se pueden presenciar obras de calidad a cambio de entradas con precios muy accesibles.

Cuadro 1.5.2.
Teatros. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Teatros | Cantidad |
|--------------------------|----------|
| Teatros tradicionales | 10 |
| Teatros no tradicionales | 177 |
| Total | 193 |

Nota: teatros tradicionales incluye al Teatro Colón y Complejo Teatral Buenos Aires.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

c. Cines

Entre la oferta cinematográfica de la Ciudad encontramos 221 salas ubicadas en complejos multipantallas, cines tradicionales o montadas sobre vehículos que les dan un carácter ambulante. Los complejos multipantalla emplean la misma tecnología que las mejores salas del mundo, al mismo tiempo que ofrecen una vasta oferta de servicios (venta de comestibles y *souvenirs*, estacionamiento y seguridad, etc.).

Diferentes cines de la Ciudad ofrecen descuentos para ver películas distintos días de la semana, además muchas empresas otorgan descuentos o promociones para acudir al cine.

Es interesante destacar el Festival Internacional de Cine Independiente que se realiza en la Ciudad de Buenos Aires (BAFICI), de gran convocatoria, en el cual se efectúan competencias de largometrajes y de cortometrajes en las que intervienen jurados internacionales, así como también estrenos de filmes y reestrenos, mesas redondas, presentaciones de libros, etc. Este tipo de eventos consolida el espacio que tiene la metrópoli para la convocatoria a esta clase de eventos constituyéndose un marco significativo para la exhibición de producción nacional.

Cuadro 1.5.3.
Salas de cines. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Salas de cine | Cantidad |
|-----------------------|----------|
| Shoppings y Multiplex | 110 |
| Tradicionales | 86 |
| Ambulantes | 25 |
| Total | 221 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

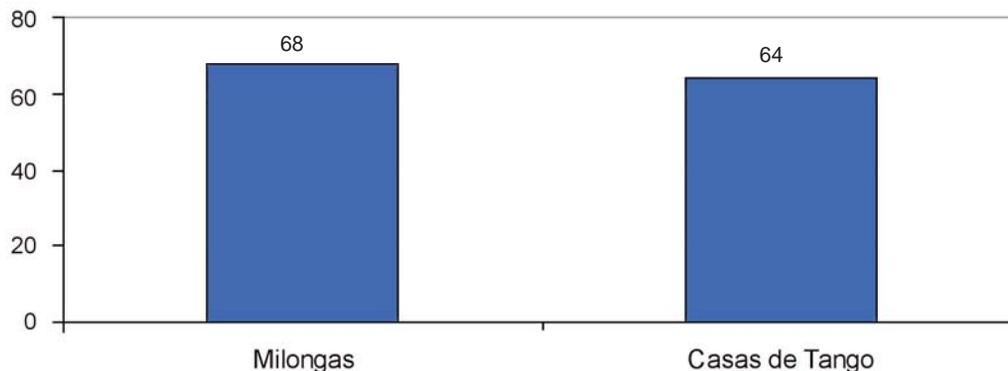
d. Tango

El Tango es indiscutiblemente una característica distintiva de la Ciudad de Buenos Aires a nivel mundial, ocupando un lugar de privilegio entre los emblemas de lo argentino en el exterior. Si bien se distingue al tango como una danza y una música cantable, su lenguaje particular -el lunfardo-, las costumbres "tangueras" enlazadas en este movimiento cultural y la filosofía característica que identifica a los artistas, hacen del mismo un retrato de la Ciudad de Buenos Aires y su gente. Por este motivo, milongas y casas de tango atraen tanto a los turistas nacionales e internacionales, quienes terminan mezclándose en los espectáculos y en la danza con los habitués porteños.

En este sentido, es de gran importancia el Centro de información del Tango ubicado en el hall del Teatro San Martín, donde se puede consultar en forma gratuita por datos de milongas, clases de tango, cartelera de espectáculos, instituciones de enseñanza e información turística de Buenos Aires. Además cuenta con información sobre disquerías del género, sellos discográficos, librerías, venta *on line* de productos, negocios de indumentaria para bailar el tango, biografías y fotografías de músicos y bailarines.

Gráfico 1.5.3

Casas de tangos y milongas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Nota: 7 de las milongas consideradas ofrecen sus propias clases de tango.
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.a

En la zona centro-sur de la Ciudad se concentra un gran número de Casas de Tango. En esta área de la Ciudad se ubica el barrio de San Telmo, uno de los más antiguos y típicos de la misma. Hay quienes afirman que fue en este barrio donde dos siglos atrás nació el tango, en sus veredas, patios y conventillos.

En el barrio de la Recoleta, uno de los más visitados por los turistas, también se concentra una serie de Casas de tango lo que permite incluirlas dentro del paseo por la zona y disfrutar de algún *show*.

Es interesante destacar la realización de Festival de Tango en el cual se presentan espectáculos de danza, música y clases de baile. La Ciudad instala para la ocasión escenarios al aire libre además de la realización de conciertos en grandes teatros, bares y milongas. Por su parte, en el mes de marzo de 2003 se realizó el "I Campeonato Mundial de Tango" coincidiendo con el V Festival "Buenos Aires Tango". Si bien la mayoría de los concursantes son argentinos, se presentaron bailarines de Suiza, Japón, China, Alemania y Colombia, entre otros.

Cuadro 1.5.4
Casas de tango por barrios. Ciudad de Buenos Aires.
Año 2003.

| Barrios | Cantidad |
|---------------|----------|
| San Telmo | 8 |
| Recoleta | 7 |
| Balvanera | 7 |
| Montserrat | 6 |
| Palermo | 5 |
| San Nicolás | 4 |
| San Cristóbal | 4 |
| Boedo | 4 |
| Flores | 2 |
| Colegiales | 2 |
| Caballito | 2 |
| Agronomía | 2 |
| Barracas | 1 |
| Constitución | 1 |
| Floresta | 1 |
| La Boca | 1 |
| Núñez | 1 |
| Pompeya | 1 |
| Puerto Madero | 1 |
| Retiro | 1 |
| Saavedra | 1 |
| Villa Crespo | 1 |
| Villa Urquiza | 1 |
| Total | 64 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

e. Peñas

El folklore se mantiene presente en el tiempo y en la memoria popular. Las peñas folklóricas de la Ciudad de Buenos Aires reúnen las costumbres del ámbito rural de la Argentina.

Música, danza, y comidas típicas se dan cita en estos encuentros de asistentes de todas las edades. Algunas peñas prefieren las llamadas "danzas nuevas" o "danzas de proyección"; otras, en cambio, son completamente fieles a los bailes criollos en sus formas más tradicionales.

Los turistas extranjeros que concurren a las peñas folklóricas tienen allí una buena oportunidad de conocer las costumbres del interior del país, degustando especialmente las comidas del norte argentino tales como las empanadas, la humita y los tamales.

Cuadro 1.5.5.
Peñas folklóricas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Peñas folklóricas | Cantidad |
|-------------------|----------|
| Total | 159 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

f. Ferias

Las capitales de provincia y las metrópolis más importantes del país cuentan con mercados artesanales, generalmente en la forma de ferias ubicadas en plazas. En la Ciudad de Buenos Aires podemos destacar a la feria artesanal de Plaza Francia en el barrio de la Recoleta. Su ubicación estratégica dentro de los paseos más frecuentes, su colorido, su tamaño, la originalidad y la variedad de productos exhibidos son algunos de los motivos de la fuerte atracción turística. Además, las barrancas de la Plaza Francia aportan a la feria un paisaje urbano excepcional.

Otra feria para destacar es la llamada Feria de Mataderos donde los encantos de los artistas callejeros se fusionan con los productos tradicionales. Por ejemplo, el juego de la sortija, que data de siglos pasados exhibe la gran habilidad de quienes lo participan. Familias residentes y turistas son convocadas por esta feria que refleja costumbres y tradiciones autóctonas de origen rural.

De suma atracción turística es la Feria de Vuelta de Rocha ubicada en el barrio de La Boca, en uno de los rincones más antiguos de la Ciudad. En ella, además de los productos tradicionales, se destacan los grabados de los artistas y los bailarines de tango, las estatuas vivientes y las obras de los escultores, entre otras atracciones.

Cuadro 1.5.6
Ferias de interés turístico. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Ferias Turísticas | Especialidades |
|-------------------------|---|
| Caminito | Artesanías y esculturas |
| Feria de la Madres | Artesanías y artículos usados |
| La Calle de los Titeres | Titeres y obras teatrales |
| Las Artes | Pinturas, grabados y esculturas |
| Mataderos | Artesanías y tradiciones populares argentinas |
| Parque Centenario | Artesanías, libros usados y artistas callejeros |
| Parque Chacabuco | Artesanías y artistas callejeros |
| Parque Lezama | Artesanías |
| Parque Lezica | Artículos usados |
| Patio de Cabildo | Artesanías |
| Plaza de Belgrano | Artesanías y espectáculos infantiles |
| Plaza de los Andes | Artesanías y artículos usados |
| Plaza Dorrego | Artesanías |
| Plaza Francia | Artesanías y artistas callejeros |
| Plaza Houssay | Artesanías y antigüedades |
| Plaza Italia | Artesanías |
| Plazota Primera Junta | Revistas y libros usados |
| Retiro | Artesanías y artículos usados |
| Vuelta de Rocha | Artesanías |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

Las ferias de interés turístico están distribuidas en diferentes barrios de la Ciudad. Esta distribución geográfica permite el fácil acceso de los turistas a las mismas proporcionándoles una salida diferente en la cual poder apreciar las particulares costumbres y expresiones artísticas de los porteños.

Cuadro 1.5.7
Ferias de interés turístico por barrio. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Barrio | Cantidad |
|------------------|----------|
| San Telmo | 3 |
| Caballito | 3 |
| La Boca | 2 |
| Recoleta | 1 |
| Palermo | 1 |
| Belgrano | 1 |
| Barrio Norte | 1 |
| Mataderos | 1 |
| Chacarita | 1 |
| Montserrat | 1 |
| Parque Chacabuco | 1 |
| Constitución | 1 |
| Congreso | 1 |
| Retiro | 1 |
| Total | 19 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

g. Religión

La pluralidad religiosa es una característica de la Ciudad de Buenos Aires. Conviven en armonía católicos, judíos, musulmanes, budistas, protestantes, y creyentes en cultos afro-caribeños.

Edificios religiosos de gran valor histórico-cultural y arquitectónico se observan en los diferentes barrios de la Ciudad.

En el centro porteño se encuentra la Catedral Metropolitana que fue declarada Monumento Histórico Nacional. En la misma, descansan los restos mortales del General San Martín. Su altar es de estilo barroco y cuenta con frescos renacentistas y un Cristo tallado en algarrobo muy característico.

En otros barrios de la Ciudad también se ubican distintos edificios de gran significación para las personas religiosas o que aprecian su valor histórico y patrimonial. Así, entre otros, en el barrio de San Telmo, puede apreciarse la Iglesia Ortodoxa Rusa, en Palermo se destaca la Catedral San Gregorio El Iluminador, la cual exhibe la característica planta cuadrada y cúpula cónica de los templos armenios y conserva reliquias del apóstol San Tadeo, el mártir que, junto con San Bartolomé, llevó el cristianismo a Armenia. En el mismo barrio se encuentra el Centro Cultural Islámico Rey Fahd. Este último, fue inaugurado en el año 2000 y es el complejo cultural musulmán más grande de América Latina, deslumbrando con sus tres hectáreas de terreno. El área de culto en la cual se ubica la mezquita posee 2.000 m².

En el barrio de Barracas se encuentra el Templo Or Torah, de gran belleza en su recinto interior. Para los turistas judíos, suele ser de interés participar de un servicio religioso en una de las comunidades más tradicionales de la Ciudad, que

forma parte de la concentración judía más numerosa de Latinoamérica. Esta concentración en la Ciudad, permite ofrecer a los turistas comida *kosher* para el cumplimiento de su dieta. Asimismo, hay hoteles en la Ciudad cuyo equipamiento y servicio facilitan el cumplimiento del *Shabat*.

Cuadro 1.5.8 Establecimientos religiosos católicos, judíos y musulmanes. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Establecimientos Religiosos | Cantidad |
|-----------------------------|----------|
| Parroquias | 182 |
| Capillas | 36 |
| Basílicas | 14 |
| Sinagogas | 24 |
| Mezquitas | 3 |
| Total | 232 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GGBA, en base a datos de la Guía Eclesiástica Argentina-AICA, Mezquita At-Tahuid y AMIA.

1.6. Entretenimientos

La Ciudad de Buenos Aires posee una amplia gama de entretenimientos. Los adultos que gustan de los juegos de azar tienen una opción para disfrutarlos a cinco minutos del centro de la Ciudad, donde funciona el Casino Buenos Aires, sobre la Dársena Sur del puerto de Buenos Aires y a metros de la Reserva Ecológica. El Casino, que abrió sus puertas el 8 de octubre de 1999, funciona en el Buque "Estrella de la Fortuna", una réplica de las tradicionales naves-casino que recorrían el río Mississippi a fines del siglo XIX.

Las Salas de Bingo están ubicadas en el microcentro y en los barrios de Belgrano, Congreso, Caballito y Flores. La variada localización permite un rápido acceso a cualquiera de estas salas, las cuales ofrecen servicios de bar y restaurante, guardarropas gratuito y ambiente climatizado.

Cuadro 1.6.1. Bingos y casinos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Bingos y Casinos | Cantidad |
|---------------------------------|----------|
| Bingo | 5 |
| Bingo Belgrano | |
| Bingo Caballito | |
| Bingo Congreso | |
| Bingo Flores | |
| Bingo Lavalle | |
| Casinos | 1 |
| Casino Flotante de Buenos Aires | |
| Total | 6 |

Nota: El casino Flotante de Buenos Aires no se encuentra ubicado en la jurisdicción de la Ciudad de Buenos Aires, por estar emplazado en la circunscripción marítima.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

Centros de compras

Los centros de compras de la Ciudad de Buenos Aires son de un gran interés para los turistas. La Ciudad cuenta con 15 centros comerciales entre los cuales se destaca el *Shopping Abasto* de Buenos Aires, construido sobre la estructura del Mercado de Abasto, de frutas y verduras de finales del siglo pasado. En la actualidad, el centro comercial Abasto de Buenos Aires es el más grande de la Ciudad con 120.000 m² y cuenta con el Museo de los Niños que es el único en su tipo en toda Latinoamérica.

Por otra parte, el centro comercial Paseo Alcorta se distingue por sus amplias instalaciones repartidas en tres niveles en los cuales se distribuyen 120 locales comerciales, 1.400 cocheras cubiertas, un área de diversión, 4 salas de cine y un hipermercado.

También merece destacarse en el barrio de la Recoleta, el centro comercial *Buenos Aires Design*, el primer y único *shopping* enteramente dedicado al diseño, equipamiento y decoración de interiores. *Buenos Aires Design* alberga, en 2 niveles, alternativas comerciales con las más importantes marcas de diseño y decoración y además góndolas que acompañan las tendencias del mercado arquitectónico. Esta propuesta se complementa con una espectacular terraza de 3.000 m² con restaurantes que ofrecen alternativas gastronómicas diversas.

Las Galerías Pacífico también cautivan al turismo debido al parecido con el Bon Marche de París. Fue construido a fines del 1800 por Francisco Seeber y Emilio Bunge; en 1945 se remodeló el edificio, separando las galerías de comercios de las oficinas administrativas del ferrocarril e incluyendo murales de Spilimbergo, Urruchua, Castagnino, Colmeiro, y Berni en los 450 m² de la cúpula central. En 1989 el edificio fue declarado Monumento Histórico Nacional.

Por su parte, Patio Bullrich es el Centro de Compras más antiguo de la Ciudad habiéndose inaugurado en el año 1988. Su ubicación en el barrio de la Recoleta, rodeado de embajadas, teatros y hoteles cinco estrellas es un rasgo distintivo de su prestigio y exclusividad y la razón por la cual los turistas de mayor poder adquisitivo lo escogen.

Cuadro 1.6.2.
Centros de Compras. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| <i>Shopping Centers</i> | <i>Cantidad</i> |
|--------------------------------------|-----------------|
| <i>Shopping Centers</i> | 15 |
| Abasto de Buenos Aires | |
| Alto Palermo <i>Shopping</i> | |
| Buenos Aires Desing Recoleta | |
| Caballito <i>Shopping Center</i> | |
| Del Parque <i>Shopping Center</i> | |
| Devoto <i>Shopping Center</i> | |
| El Solar de la Abadía | |
| Galerías Pacífico | |
| Jumbo Palermo Centro Comercial | |
| Parque Brown Factory | |
| Paseo Alcorta | |
| Patio Bullrich | |
| Plaza Liniers <i>Shopping Center</i> | |
| Spinetto <i>Shopping</i> | |
| Village Recoleta | |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la Cámara Argentina de *Shopping Centers*.

Estadios

El fútbol es, en la Ciudad de Buenos Aires, el deporte más popular y con mayor poder de convocatoria. Los encuentros en los que se enfrentan los principales equipos rivales pueden llegar a congregarse más de 60.000 espectadores. Asimismo, la Ciudad manifiesta ser la metrópoli con más estadios, y clubes que han obtenido títulos internacionales en toda la historia del fútbol mundial.

Muchos turistas extranjeros y del interior gustan de vivir la experiencia única de presenciar un partido para lo cual se organizan *tours* guiados por especialistas quienes muestran los museos y monumentos, las rivalidades barriales, las canchas y otros íconos del folklore del fútbol. Estos *tours* especializados generalmente se ocupan del traslado en micros o *vans* con asistencia a bordo (en algunos casos de azafatas que los atienden durante el viaje), periódicos y videos relacionados con el partido que van a ver, guías bilingües para los extranjeros y seguridad para los espectadores, que se convierten en protagonistas de un espectáculo autóctono cargado de adrenalina. Es interesante destacar que el “superclásico” entre *Boca Juniors* y *River Plate* jugado en el Estadio de *Boca Juniors* (conocido como “La Bombonera”) encabeza la lista de los 50 acontecimientos deportivos que un espectador debe presenciar en la vida según un Informe del diario inglés *The Observer*, basado en una encuesta a ciudadanos ingleses. Este informe destaca, además, que Buenos Aires es la ciudad con la mayor concentración de clubes de fútbol del mundo.

Cuadro 1.6.3. Estadios de fútbol. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Estadios de Fútbol | Cantidad |
|--|----------|
| Estadios | 11 |
| Estadio Asociación Atlética Argentinos Juniors | |
| Estadio Club Atlético All Boys | |
| Estadio Club Atlético Atlanta | |
| Estadio Club Atlético Boca Juniors | |
| Estadio Club Atlético Huracán | |
| Estadio Club Atlético River Plate | |
| Estadio Club Atlético San Lorenzo de Almagro | |
| Estadio Club Atlético Vélez Sarfield | |
| Estadio Club Comunicaciones | |
| Estadio Club Deportivo Español | |
| Estadio Club Ferrocarril Oeste | |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la Cámara Argentina de *Shoppings Centers*.

Actividades recreativas

Un gran número de actividades recreativas pueden realizarse en la Ciudad, entre ellas asistir al Hipódromo de Palermo, que hace 128 años entretiene a los porteños y a los visitantes que gustan de las competencias de equinos.

Por su parte, el parque temático religioso *Tierra Santa* fue declarado de interés nacional en el año 1999 por la Secretaría de Culto de la Nación y de interés turístico por la Secretaría de Turismo de la Nación en el mismo año. Del mismo modo, fue declarado de interés por el Arzobispado de la Ciudad de Buenos Aires. Este parque temático posee el pesebre más grande del mundo y una imagen de Cristo de 18 metros de altura.

El Jardín Botánico porteño tiene 8 hectáreas diseñadas por el famoso paisajista Carlos Thays. Además de una amplia variedad de especies, posee una serie de esculturas que se encuentran distribuidas a lo largo de su extensión.

La Reserva Ecológica es un espacio de 360 hectáreas que fueron declaradas Parque Natural y Zona de reserva. Este paseo está señalizado para recorrerlo a pie o en bicicleta por diversos senderos que conducen hasta el río.

El Jardín Zoológico de Buenos Aires es de un gran atractivo para los turistas. El mismo fue fundado en el año 1888 separándose del Parque Tres de Febrero. El Zoo es un lugar muy accesible cercano a los bosques de Palermo y al Jardín Botánico, en las avenidas Sarmiento y Las Heras. Una cualidad importante del zoológico es que recrea el hábitat natural de cada especie, con espacios diseñados especialmente como el pabellón gótico de los osos, el palacio francés con sus techos de pizarra que alberga a los leones y la reproducción de un templo de Bombay, donde moran elefantes de la India. Las edificaciones de su interior construidas a fines del siglo XIX, han sido declaradas como "Monumento Histórico".

El Jardín Japonés fue construido en el Parque 3 de Febrero en el año 1967. Los puentes del mismo tienen un carácter simbólico, como por ejemplo, el llamado Puente de Dios muy curvo y difícil de atravesar que representa el camino al paraíso. Los árboles autóctonos se mezclan con una gran variedad de plantas japonesas. Gran atracción generan los peces Carpa multicolores (*koi* en japonés).

Cuadro 1.6.4. **Principales centros de actividades recreativas y al aire libre. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.**

Actividades recreativas

Hipódromo de Buenos Aires
Jardín Botánico
Jardín Japonés
Parque temático Tierra Santa
Parque Zoológico
Planetario Galileo Galilei
Reserva Ecológica Costanera Sur

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable.

1.7. Infraestructura, accesibilidad y movilidad interna

El medio de transporte más utilizado en la Ciudad de Buenos Aires es el "colectivo". Cada rincón de la Ciudad es de fácil acceso gracias a las diferentes líneas de colectivos que la recorren en su totalidad.

Se dice que el colectivo es un invento argentino cuya creación data del 24 de septiembre de 1928, día en que inició su recorrido la primera línea de "auto-colectivos" que empezaron a llevar hasta 6 personas desde lugares relevantes de la Ciudad.

En la actualidad la Ciudad cuenta con 136 líneas de colectivos que hacen posible que los turistas accedan fácilmente a cualquier punto de la Ciudad.

Cuadro 1.7.1. **Líneas de colectivos metropolitanos de pasajeros. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.**

Líneas de colectivos

| | |
|----------------------------------|----------|
| Líneas | 136 |
| Vehículos en circulación | 9.342 |
| Asientos (promedio) | 29,6 |
| Antigüedad del parque (promedio) | 7,3 años |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la CNRT.

La Ciudad de Buenos Aires cuenta con 8 líneas de ferrocarriles que generalmente son usados para acceder a las zonas más alejadas del centro de la Ciudad.

El tren es el medio de transporte más económico y comúnmente utilizado por personas del interior del país y del Gran Buenos Aires.

Cuadro 1.7.2.
Transporte ferroviario metropolitano de pasajeros.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Ferrocarriles | Cantidad |
|----------------------|----------|
| Ferrobaires | 1 |
| Ex Línea Gral. Roca | |
| Metropolitano | 3 |
| Línea Belgrano Sur | |
| Línea Roca | |
| Línea San Martín | |
| Metrovías | 1 |
| Línea Urquiza | |
| TBA | 2 |
| Línea Sarmiento | |
| Línea Mitre | |
| Ferrovías | 1 |
| Línea Belgrano Norte | |
| Total | 8 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de DGEyC de GCBA.

Al interior de la Ciudad de Buenos Aires es muy fácil viajar a través de las 5 líneas de subterráneos que convergen en el microcentro de la Ciudad (principal zona hotelera y de atractivos turísticos.) El subte es el medio de transporte más rápido para trasladarse. Una de sus principales ventajas es la conexión entre las bocas de subte y las principales avenidas, estaciones de trenes y ómnibus.

La red de subterráneo de la Ciudad de Buenos Aires es la más antigua de América Latina. La Línea A comenzó a funcionar a partir de 1 de diciembre de 1913, los vagones de madera con los que funciona hasta el día de hoy se presentan como una curiosidad escondida en las entrañas de la Ciudad.

En estos momentos, se están realizando obras de ampliación en las líneas A, (que sumará 4 estaciones nuevas), B (que

prevé la construcción de 2 estaciones más), D (en donde se esta construyendo la cochera taller a partir de la estación Congreso de Tucumán), E (en la cual se hará una extensión desde su terminal actual en Plaza de Mayo hasta la zona de Retiro.) Asimismo, desde enero de 2001, comenzó la construcción de la línea H cuyo objetivo es la unión de las zonas sur y norte de la Ciudad.

Cuadro 1.7.3.
Transporte subterráneo metropolitano de pasajeros.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Subterráneos | Cantidad |
|-------------------------------------|----------|
| Líneas | 5 |
| A Plaza de Mayo - Primera Junta | |
| B Leandro N. Alem - C. De los Incas | |
| C Constitución - Retiro | |
| D Catedral - Congreso de Tucumán | |
| E Bolivar - Medalla Milagrosa | |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de Metrovías.

Bicisendas y carriles preferenciales

A través de una estrategia de acondicionamiento del espacio público -en parques, veredas y calles- se produce en la Ciudad de Buenos Aires la incorporación del uso de la bicicleta. De esta forma se logra proteger el medio ambiente y mejorar las condiciones del tránsito. Para tal fin, en la Ciudad se encuentran distribuidas tres bicisendas (Parque Tres de Febrero, Interparques y Sur) y carriles preferenciales que funcionan como vías con prioridad para el tránsito de bicicletas.

Para el turista "mochilero", este medio de transporte es una gran alternativa para conocer la Ciudad, cuidando el medio ambiente y practicando un deporte.

1.8 Organismos y Asociaciones Turísticas

En la Ciudad de Buenos Aires existen 30 organismos y asociaciones turísticas las cuales permiten el asesoramiento, el control, la organización y la regulación, de diferentes aspectos que conciernen al turismo. Entre las principales Asociaciones turísticas podemos destacar la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (A.A.A.V.Y.T), la Camara Argentina de Turismo (C.A.T.) y la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (F.E.H.G.R.A.)

Cuadro 1.8.1.
Organismos y Asociaciones turísticas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Organismos y Asociaciones Turísticas | Cantidad |
|---|-----------------|
| Asociaciones turísticas | 13 |
| Organismos oficiales | 7 |
| Organismos de transporte aéreo | 6 |
| Organismos internacionales | 4 |
| Total | 30 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos de la Guía Argentina de Tráfico Aéreo.

2. Demanda Turística



La identificación de los problemas, preferencias y motivaciones que poseen los turistas, le proporciona a la Ciudad una definición clara del grupo humano que la visita. Conocer las características de los turistas que visitan la Ciudad de Buenos Aires, es decir, su demanda turística, permite brindarles a los mismos aquello que manifiestan con el objetivo de incrementar la satisfacción de los visitantes.

Del grado de satisfacción que obtengan los turistas durante su visita a la Ciudad depende el desencadenamiento de efectos muy positivos para la misma. Si el turista tiene una estadía placentera en la Ciudad, muy probablemente se originen nuevos flujos turísticos, ya sea por el deseo de éstos de volver a visitarla o hacerlo más asiduamente, como así también por su recomendación de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico dentro de su entorno, siendo, por lo tanto, su grata estadía, un disparador de nuevos arribos.

Durante el año 2003 se realizó un estudio de la demanda turística en la Ciudad de Buenos Aires a través de una encuesta mensual en los Puntos de Entrada a la misma. En la encuesta se indagó acerca de las características sociodemográficas de los turistas que visitaban la Ciudad de Buenos Aires, el motivo de arribo a la misma, los aspectos previos al viaje, las características de la visita a la Ciudad (alojamiento, actividades, compras, entre otras) y el grado de satisfacción obtenido durante el tiempo de estadía.

Este estudio permanente y sostenido permitió obtener información sobre las necesidades, hábitos, preferencias, comportamientos y actitudes de la demanda, así como también evaluar los servicios que ofrece la Ciudad a través de las percepciones del turista.

2.1. Turismo a escala mundial y nacional

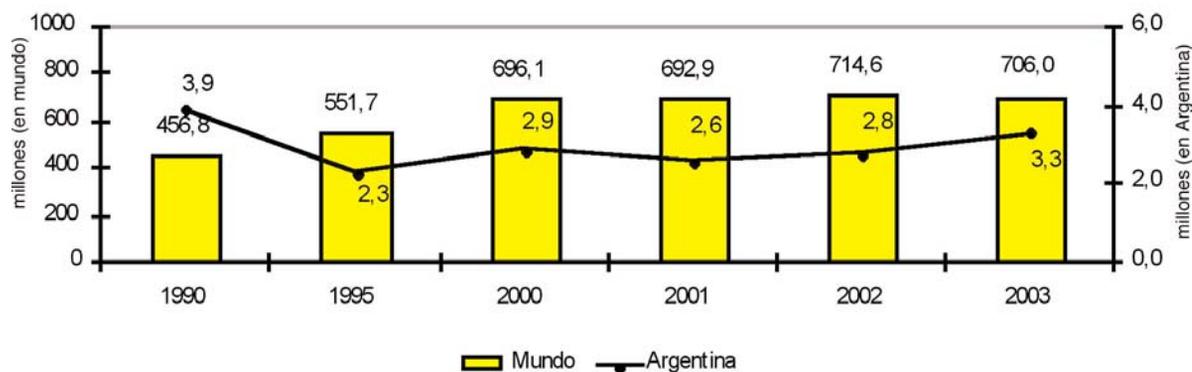
El flujo turístico mundial creció con el correr de los años. Hasta el momento, el año 2002 se sitúa como el más importante en lo que respecta al movimiento internacional de turistas, con casi 715 millones de llegadas.

El único período que manifestó una leve pérdida interanual fue el año 2003, que cayó 1,2% con respecto al 2002. La caída interanual del 2003 se debió principalmente a tres factores; el conflicto de Iraq, el SARS y la debilidad de la economía de algunos países, como se mencionó anteriormente (ver Introducción).

No obstante esta caída, los expertos de la OMT sostienen que el año 2004 se presenta con perspectivas mucho más prometedoras.

Grafico 2.1.1.

Llegadas de turistas internacionales (en millones). Datos mundiales y de Argentina. Años 1990-1995-2000-2001-2002-2003.



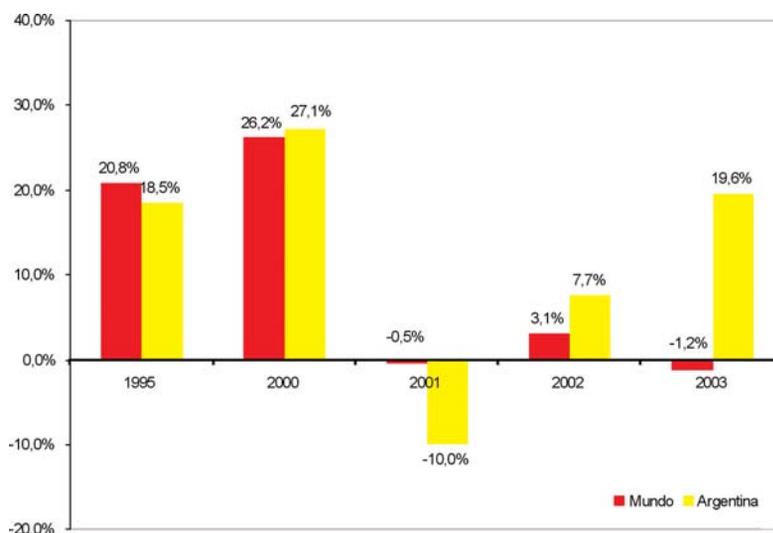
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Durante el año 2003 Argentina recibió 19,6% más turistas internacionales, aún cuando el turismo mundial se contrajo en más de 1 punto porcentual. La mejor posición de Argentina, conjuntamente con la superior *performance* brasileña,

determinó que la región de América del Sur resultara una de las más beneficiadas de 2003, con un incremento interanual de 12%, como se mencionó anteriormente (ver Introducción).

Grafico 2.1.2.

Llegadas de turistas internacionales. Datos mundiales y de Argentina. Variación interanual. Años 1990-1995-2000-2001-2002-2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Europa encabeza la lista entre los destinos turísticos más elegidos a escala mundial. Durante el año 2003, su participación se mantuvo constante con relación a 2002, debido a los comportamientos opuestos de las sub-regiones que la conforman (mientras que Europa Occidental tuvo una caída de 3%, Europa Meridional mantuvo constante las llegadas y Europa Central mostró un crecimiento considerable).

Como consecuencia de la epidemia del SARS, Asia y la región del Pacífico sufrieron una pérdida de 12 millones de llegadas (-9%). Las sub-regiones de Asia Nororiental y

Sudoriental cayeron 9% y 16%, respectivamente, mientras que Asia Meridional creció 17%, gracias al auge económico.

Oriente Medio y África resultó la región con la mejor *performance*, debido principalmente a los viajes intrarregionales en Oriente Medio.

La región de América cayó 1 punto porcentual, siendo América del Norte la única sub-región del grupo que registró una disminución (-5%). El arribo de turistas a las regiones de Caribe y América del Sur creció a tasas de 8% y de 12%, respectivamente.

Cuadro 2.1.1.

Llegadas de turistas internacionales por sub-regiones mundiales. Años 1990-1995-2000-2001-2002-2003.

| | Llegadas de turistas internacionales (en millones) | | | | | | Cuota del mercado Año 2003 | Variación (%) | | |
|-------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------------------|---------------|-----------|-----------|
| | 1990 | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | | 2001/2000 | 2002/2001 | 2003/2002 |
| Mundo | 456,8 | 551,7 | 696,1 | 692,9 | 714,6 | 706,0 | 100% | -0,5% | 3,1% | -1,2% |
| Europa | 282,2 | 324,2 | 402,8 | 401,1 | 411,0 | 411,0 | 58,2% | -0,3% | 2,4% | 0,0% |
| Europa Occidental | 113,8 | 116,7 | 141,2 | 138,9 | 141,4 | 137,2 | 19,4% | -1,6% | -1,8% | -3,0% |
| Europa Meridional | 95,5 | 102,7 | 140,7 | 143,0 | 146,1 | 146,1 | 20,7% | 1,6% | 2,2% | 0,0% |
| Asia y Pacífico | 57,7 | 85,6 | 115,3 | 121,0 | 130,6 | 118,8 | 16,8% | 4,9% | 7,9% | -9,0% |
| Asia nororiental | 28,0 | 44,1 | 62,5 | 65,5 | 73,4 | 66,8 | 9,5% | 4,8% | 12,1% | -9,0% |
| Asia sudoriental | 21,5 | 29,2 | 37,0 | 40,1 | 41,7 | 35,0 | 5,0% | 8,4% | 4,0% | -16% |
| Asia meridional | 3,2 | 4,2 | 6,1 | 5,8 | 5,9 | 6,9 | 1,0% | -4,9% | 1,7% | 17,0% |
| América | 92,9 | 108,9 | 128,3 | 121,0 | 120,2 | 119,0 | 16,9% | -5,7% | -0,7% | -1,0% |
| América del Norte | 71,7 | 80,5 | 91,2 | 85,0 | 85,3 | 81,0 | 11,5% | -6,8% | 0,4% | -5,0% |
| Caribe | 11,4 | 14,0 | 17,2 | 16,9 | 16,4 | 17,7 | 2,5% | -1,7% | -3,0% | 8,0% |
| América del Sur | 7,9 | 11,8 | 15,5 | 14,7 | 13,6 | 15,2 | 2,2% | -5,2 | -7,5% | 12,0% |
| Africa | 15,0 | 20,0 | 27,0 | 27,7 | 28,7 | 30,1 | 4,3% | 2,6% | 3,6% | 5,0% |
| Oriente Medio | 9,0 | 13,1 | 22,7 | 21,8 | 24,1 | 26,5 | 3,8% | -4,0% | 10,6% | 10,0% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

2.2. Turismo a escala nacional

Más de 3,4 millones de turistas arribaron a la Argentina durante el año 2003. Esto representa un crecimiento interanual de 19,6%.

Chile, con casi 750.000 arribos, resultó el primer mercado para el total del país, seguido por Paraguay y Brasil (526.000 y 504.000 llegadas, respectivamente). Este dato evidencia la importancia del turismo regional para la Argentina, situación que también se comprueba en el flujo turístico de la Ciudad de Buenos Aires.

Europa manifestó un incremento superior a 50%, situándose de esta manera, como el mercado con mayor crecimiento interanual en sus llegadas para todo el país (ver Cuadro 2.2.1.).

Cuadro 2.2.1.

Llegadas de turistas internacionales por origen. Argentina. Años 1990-1995-2000-2001-2002-2003.

| | Llegadas de Visitantes internacionales (en millones) | | | | | | Cuota del mercado Año 2002 | Variación (%) | | |
|---------------------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------------------|---------------|-----------|-----------|
| | 1990 | 1995 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | | 2001/2000 | 2002/2001 | 2003/2002 |
| Resto de América | 91.866 | 100.440 | 122.120 | 149.156 | 172.503 | 230.344 | 6,8% | 22,1% | 15,7% | 33,5% |
| Bolivia | 88.860 | 123.699 | 95.071 | 113.234 | 119.121 | 125.322 | 3,7% | 19,1% | 5,2% | 5,2% |
| Brasil | 246.712 | 316.784 | 451.368 | 333.012 | 345.038 | 503.551 | 14,9% | -26,2% | 3,6% | 45,9% |
| Chile | 438.965 | 465.743 | 571.335 | 520.316 | 749.036 | 796.059 | 23,6% | -8,9% | 44,0% | 6,3% |
| Paraguay | 238.556 | 415.945 | 499.836 | 469.191 | 518.310 | 525.617 | 15,6% | -6,1% | 10,5% | 1,4% |
| Uruguay | 385.949 | 387.328 | 488.036 | 392.450 | 362.963 | 366.037 | 10,8% | -19,6% | -7,5% | 0,8% |
| América del Norte | 161.016 | 178.180 | 252.385 | 179.832 | 152.620 | 266.722 | 6,7% | -28,7% | -15,1% | 48,6% |
| Europa | 232.956 | 248.348 | 354.050 | 370.933 | 323.729 | 491.333 | 14,6% | 4,8% | -12,7% | 51,8% |
| Asia y otros países | 45.151 | 52.227 | 75.267 | 92.340 | 76.719 | 109.102 | 3,2% | 22,7% | -16,9% | 42,2% |
| Total | 1.930.034 | 2.288.694 | 2.909.468 | 2.620.464 | 2.820.039 | 3.374.090 | 100% | -9,9% | 7,6% | 19,6% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de la Secretaría de Turismo de la Nación.

2.3. Turismo en la Ciudad de Buenos Aires

Para muchos países del mundo, hasta la devaluación cambiaria acontecida a principios de 2002, Argentina en general -y la Ciudad de Buenos Aires en particular- resultaban sumamente cara.

Durante el período de Convertibilidad se convivió con una moneda local sobrevaluada, que entre otros factores, restringió fuertemente los flujos turísticos internacionales, principalmente de ciertos países que, paradójicamente hoy, se presentan como los principales orígenes del turismo internacional hacia la Ciudad, dada la mayor ventaja real de sus monedas frente al peso argentino

Si bien no hay datos oficiales sobre la cantidad de turistas que arribaron a la Ciudad antes de 2002, se puede obtener una aproximación de este número mediante los datos publicados por el INDEC sobre el ingreso de pasajeros por los tres principales puestos migratorios del Gran Buenos Aires.

Durante los últimos años de la década pasada, el ingreso de personas extranjeras por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, el Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery y el Puerto de la Ciudad de Buenos Aires, se mantuvo prácticamente invariable, creciendo a una tasa anual promedio cercana a 1%.

En el 2001, la entrada de residentes en el exterior manifestó un fuerte decrecimiento interanual (-27%) situándose en niveles cercanos a los 1,5 millones de pasajeros¹⁰.

En diciembre de 2001, el país se vio sacudido por una fuerte crisis política y financiera que desencadenó una situación de caos social e incertidumbre generalizada que rápidamente se divulgó en el resto del mundo por los medios de información masiva. Esto afectó negativamente las intenciones de visita hacia la Ciudad de Buenos Aires.

La recuperación fue lenta. El efecto de la devaluación cambiaría en la reactivación del turismo internacional no fue inmediato. En el corto plazo, pesó más la situación política y social interna desfavorable que el tipo de cambio devaluado.

A medida que la sensación de incertidumbre política menguó y Argentina dejó de ser foco de atención de la opinión pública internacional por fenómenos de inestabilidad política y social, el arribo de turistas se fue recuperando y con el correr de los primeros meses de 2002, la tasa de crecimiento intermensual se incrementó paulatinamente, llegando a una presencia record en el último trimestre de dicho año, cuando la participación del turismo internacional superó los 500.000 arribos.

De esta forma, promediando el año 2002, la Ciudad había alcanzado una posición destacada como destino turístico para el mundo. El "boom turístico" estaba a la puerta.

Así en el año 2003, atenuado el descontento social, la actividad turística de la Ciudad reaccionó favorablemente a la nueva situación cambiaría¹¹.

La aceleración en el arribo de turistas extranjeros y nacionales, el incremento en el monto aportado por la actividad turística en el ingreso económico total de la Ciudad de Buenos Aires, la mayor diversificación de los orígenes extranjeros (con importante incremento en la presencia de turistas peruanos, colombianos, ecuatorianos, panameños, venezolanos, puertorriqueños), así como también el afianzamiento de ciertos mercados nacionales (como las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos), entre otros factores, posicionaron al 2003 como uno año muy significativo para el turismo receptivo de la Ciudad de Buenos Aires.

Durante el año 2003 arribaron a la Ciudad de Buenos Aires 5.250.000 turistas, de los cuales 2.800.000 fueron residentes en la Argentina (53,4%) y casi 2.450.000 procedieron de mercados extranjeros (46,6%).

El desarrollo de ambos mercados mostró un marcado crecimiento con respecto a 2002: el mercado extranjero se incrementó 80%, mientras que los turistas argentinos aumentaron casi 40%.

¹⁰ Vale mencionar que casi 70% del total de ingresos del 2001 ocurrió en los primeros 8 meses del año; luego el flujo de entrada mermó considerablemente, lo cual demuestra el impacto negativo que tuvo el atentado contra las Torres Gemelas del 11 de septiembre en el turismo receptivo de la Ciudad.

¹¹ En este orden, la progresiva apreciación interanual que manifestó la moneda local con respecto a la mayoría de las divisas internacionales no afectó considerablemente los flujos turísticos: resultó más importante la ganancia cambiaría obtenida por las divisas con relación a 2001

Cuadro 2.3.1.

Turistas por lugar de residencia. Ciudad de Buenos Aires. Enero de 2003–Diciembre de 2003.

| Mes | Lugar de Residencia | | Total |
|--------------------------|---------------------|-----------|-----------|
| | Extranjero | Argentina | |
| Año 2002 | 1.374.789 | 2.013.955 | 3.388.744 |
| ene-03 | 139.387 | 182.502 | 321.889 |
| feb-03 | 126.148 | 136.663 | 262.811 |
| mar-03 | 182.760 | 172.834 | 355.594 |
| abr-03 | 203.233 | 180.640 | 383.874 |
| may-03 | 157.505 | 174.541 | 332.046 |
| jun-03 | 188.819 | 221.181 | 410.000 |
| jul-03 | 234.020 | 242.895 | 476.916 |
| ago-03 | 217.374 | 196.232 | 413.606 |
| sep-03 | 165.023 | 222.411 | 387.434 |
| oct-03 | 271.608 | 337.812 | 609.420 |
| nov-03 | 265.821 | 312.179 | 578.001 |
| dic-03 | 294.468 | 426.505 | 720.974 |
| Año 2003 | 2.446.167 | 2.806.396 | 5.252.564 |
| Variación interanual (%) | 77,9% | 39,3% | 55,0% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de Aeropuertos Argentina 2000, TEBA y Buquebus.

Si bien en términos absolutos, la presencia en la Ciudad de turistas residentes en la Argentina fue más importante que en el caso de los orígenes extranjeros (el turismo local superó en casi 15 puntos porcentuales al flujo externo) la tasa de crecimiento interanual en el arribo de turistas internacionales fue notoriamente más pronunciada que para el mercado nacional.

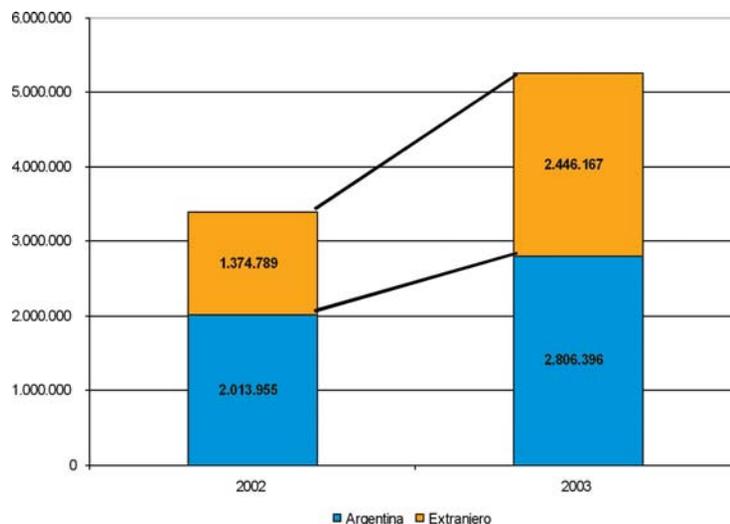
Así, mientras que la participación del turismo nacional creció 39%, la presencia de turistas residentes en el extranjero se incrementó 80%, duplicando, por lo tanto, la tasa de crecimiento del primero.

Esta mayor tasa de crecimiento interanual permitió acortar las diferencias relativas entre ambos mercados¹².

¹² Mientras que en el año 2002, el turismo nacional superó al mercado extranjero en 46,5%, la distancia entre ambos mercados se atenuó casi 30 puntos porcentuales (la divergencia entre uno y otro fue sólo de 15% en el 2003).

Gráfico 2.3.1.

Distribución de turistas por lugar de residencia, según punto de entrada a la Ciudad de Buenos Aires. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de Aeropuertos Argentina 2000, TEBA y Buquebús.

El mayor ingreso de turistas a la Ciudad se produjo por la Terminal de Ómnibus de Retiro (55%).

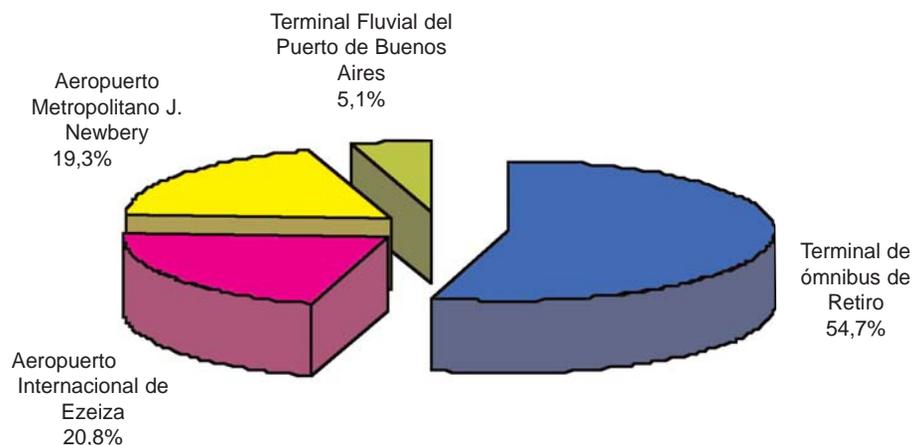
Este dato permite explicar -entre otros- la mayor presencia del turismo interno en la Ciudad de Buenos Aires dado que 96% del total de los micros que parten de la Terminal de Ómnibus de Retiro tiene como destino final una ciudad argentina.

Dos de cada diez turistas ingresaron a la Ciudad por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, siendo similar la proporción de arribos producidos por el Aeropuerto Metropolitano Jorge Newbery (19%).

El arribo de turistas a través de la Terminal Fluvial del Puerto de Buenos Aires continúa siendo notoriamente inferior al que ocurre en las anteriores terminales: sólo 5% de los turistas utilizaron dicha vía de acceso a la Ciudad.

Gráfico 2.3.2.

Ingreso de turistas a la Ciudad de Buenos Aires por punto de entrada. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de Aeropuertos Argentina 2000, TEBA y Buquebus.

A) Perfil demográfico de los turistas

El perfil demográfico de los turistas que visitan la Ciudad es una característica fundamental para el análisis de la demanda.

Conocer el género, la edad, el lugar de residencia, la ocupación, la composición del grupo de viaje y el nivel de instrucción, entre otras variables, permite identificar los múltiples flujos turísticos que arriban periódicamente a la Ciudad y segmentarlos según sus patrones diferenciales de comportamiento. Las categorías cambian de acuerdo al

objetivo de análisis que se quiere hacer (*turismo joven*, de tercera edad, turismo corporativo, turismo de cruceros, categorías de turismo por origen, etc) .

En este apartado se analizan las variables demográficas, mientras que las características socioeconómicas de la demanda se incluyen en el apartado B.

A través de esta información, se facilita la construcción de lineamientos de políticas que posibiliten captar un volumen creciente de visitas hacia la Ciudad de Buenos Aires.

a. Género

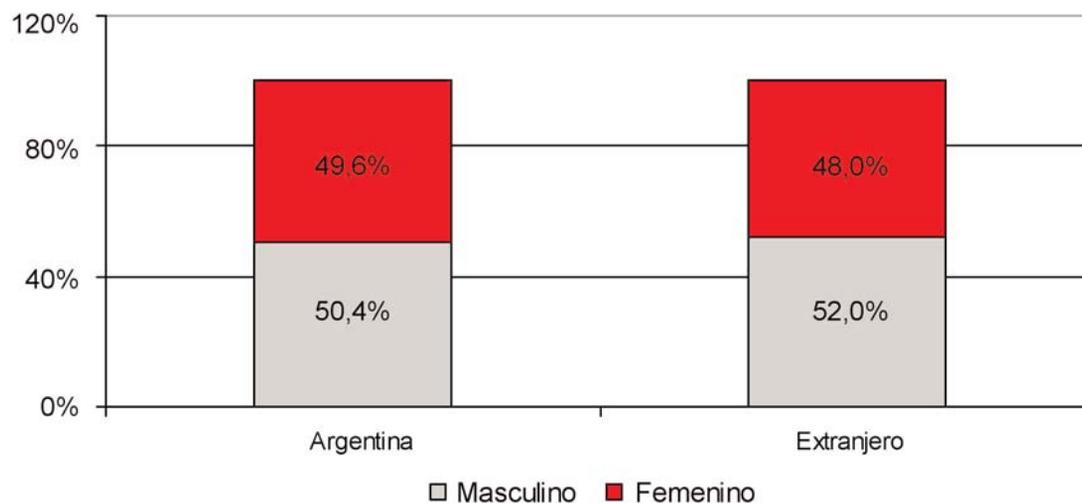
La distribución por género es equilibrada tanto para el mercado local como para el turismo externo, con un leve predominio de las visitas de varones en ambos casos (51% y 52% del turismo local e internacional, respectivamente).

No obstante, determinados grupos muestran una mayor proporción de hombres. Esto ocurre por ejemplo entre los que

arriban por motivo Negocios/profesional (cerca de 75% y 79% de los turistas nacionales y extranjeros), así como también entre aquellos turistas que viajaron solos (58% y 63,1% de argentinos y extranjeros respectivamente).

Asimismo, se advierte una notoria mayoría de hombres en el caso de los turistas provenientes de países europeos, principalmente británicos e italianos (61% y 57%, propiamente).

Gráfico 2.3.3.
Género de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Edad

Tanto para el turismo local como para el extranjero, la mayor proporción de turistas se ubicó dentro del rango etéreo de entre 46 y 65 años (30% y 34%, respectivamente).

El predominio de dicha franja etérea se verificó en los turistas que asistieron a Ferias y Congresos de la Ciudad (esta franja representó 41% de los turistas nacionales y 48% de los provenientes en el extranjero), así como también en aquellos que estuvieron en la Ciudad de Buenos Aires por motivo Negocios/Profesional (38% para los turistas residentes en Argentina y 46% para los extranjeros).

En cambio, una cantidad muy elevada presentó una edad de entre 46 y 65 años (29% de los turistas nacionales y 30% de los residentes en el extranjero) o se situó dentro del rango que representa al Turismo Joven, de entre 18 y 30 años (22% y 25% del total de los turistas locales y extranjeros, respectivamente).

Cuadro 2.3.2.
Rango etéreo de los turistas a la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Edades | Lugar de Residencia | |
|--------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Menores de 18 años | 6,3% | 11,6% |
| Entre 18 y 30 años | 24,6% | 22,1% |
| Entre 31 y 45 años | 34,2% | 30,4% |
| Entre 46 y 65 años | 29,7% | 29,1% |
| Más de 66 años | 5,2% | 6,8% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Nacionalidad

Cerca de 5% de los turistas residentes en el extranjero que arribaron a la Ciudad durante el año 2003, fueron de nacionalidad argentina.

A través de este dato se puede identificar la proporción de argentinos que en algún momento emigraron del país y regresaron en carácter de turistas durante el transcurso del año 2003.

Un dato para destacar es que casi la mitad de dicho guarismo, está conformado por personas que estuvieron de visita en la Ciudad de Buenos Aires por primera vez en el 2003. Buena parte de este grupo turístico venía demorando año tras año su decisión de viajar a la Ciudad, por lo cara que resultaba la estadía antes de la devaluación.

Discriminando por orígenes se advierte que casi 15% del total de los turistas residentes en España, acusaron nacionalidad argentina. Este dato complementa el importante crecimiento interanual que manifestara el mercado español: una parte de ese impulso se debió a la visita de argentinos radicados en España, que por las condiciones socio-económicas locales emigraron del país en los últimos años.

Cuadro 2.3.3.
Nacionalidad de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nacionalidad | Lugar de Residencia | |
|--------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Argentina | 4,9% | 98,9% |
| Extranjero | 95,1% | 1,1% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

d. País o Provincia de residencia

En el año 2003, Uruguay (17%) se ubicó en el primer lugar dentro del mercado internacional, seguido por Brasil, quien representó 12% del total de turistas residentes en el extranjero.

Chile (11%), figuró en el tercer lugar, mientras que Estados Unidos -primer mercado no regional para la Ciudad- ocupó la cuarta posición con una participación de 8%.

Dentro de los orígenes europeos, España presentó la mejor *performance* (6%), lo cual le facilitó el quinto lugar dentro de los mercados extranjeros.

Las importantes participaciones de Estados Unidos y España son sumamente destacables ya que pese a su lejanía de la Ciudad, sus aportes superaron el flujo turístico de países más próximos y con tradición de visita a la Ciudad, como Paraguay

La destacada participación de aquellos mercados distantes para la Ciudad de Buenos Aires, entre los cuales debe agregarse Francia que ocupó la décima posición, permite inferir el importante posicionamiento de la Ciudad como destino turístico, particularmente de vacaciones, ya que casi el 80% de estos mercados la eligió por tal motivo¹³.

¹³ La importancia de la Ciudad como destino para las vacaciones del mercado europeo ocurre aun cuando se verifica una notoria tendencia de los países europeos por elegir destinos cercanos para vacacionar.

Cuadro 2.3.4.

Lugar de residencia de los turistas provenientes del Extranjero. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar de Residencia | % | Valor Absoluto |
|---------------------|-------|----------------|
| Uruguay | 17,1% | 417.752 |
| Brasil | 12,2% | 297.487 |
| Chile | 11,4% | 279.278 |
| EE.UU. | 7,6% | 186.961 |
| España | 6,3% | 155.201 |
| Paraguay | 5,2% | 126.194 |
| México | 4,3% | 105.232 |
| Perú | 3,9% | 95.280 |
| Bolivia | 3,2% | 78.977 |
| Francia | 3,1% | 75.377 |
| Colombia | 2,9% | 70.084 |
| Ecuador | 2,8% | 68.814 |
| Gran Bretaña | 2,6% | 63.520 |
| Alemania | 2,4% | 59.497 |
| Italia | 2,4% | 58.862 |
| Panamá | 1,5% | 36.630 |
| Venezuela | 1,1% | 27.314 |
| Puerto Rico | 0,9% | 20.962 |
| Australia | 0,8% | 20.115 |
| Israel | 0,6% | 15.245 |
| Canadá | 0,5% | 12.704 |
| Japón y Corea | 0,3% | 8.258 |
| Resto de Europa | 3,2% | 79.400 |
| Resto del Mundo | 1,7% | 42.347 |
| Resto de América | 1,4% | 34.301 |
| Resto de Asia | 0,4% | 10.375 |
| Total | 100% | 2.446.167 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

La Provincia de Buenos Aires ocupó el primer lugar dentro de los orígenes del turismo interno (21%). El arribo de turistas bonaerenses fue elevado durante todo el año, esto le permitió obtener una importante ventaja con respecto al resto de los

mercados nacionales, superando a Santa Fe (9,6%) –que ocupó el segundo puesto- por más del doble. Por su parte, la provincia de Córdoba ocupó el tercer lugar con un aporte levemente inferior al de Santa Fe (9%).

Cuadro 2.3.5.

Lugar de residencia de los turistas de Argentina. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar de Residencia | % | Valor Absoluto |
|---------------------|-------|----------------|
| Buenos Aires | 21,2% | 595.096 |
| Santa Fe | 9,6% | 269.597 |
| Córdoba | 9,0% | 252.799 |
| Entre Ríos | 5,5% | 153.387 |
| Mendoza | 4,9% | 136.588 |
| Río Negro | 4,6% | 128.052 |
| Chubut | 4,4% | 123.646 |
| Chaco | 4,4% | 123.370 |
| Neuquen | 4,3% | 121.718 |
| Misiones | 4,0% | 111.804 |
| Tucumán | 3,9% | 108.500 |
| Corrientes | 3,8% | 106.847 |
| Formosa | 3,7% | 102.441 |
| Salta | 2,7% | 75.179 |
| Santiago del Estero | 2,4% | 67.468 |
| Jujuy | 1,9% | 53.424 |
| Santa Cruz | 1,7% | 49.018 |
| La Pampa | 1,6% | 44.612 |
| Tierra del Fuego | 1,5% | 40.756 |
| La Rioja | 1,4% | 40.481 |
| San Juan | 1,2% | 34.698 |
| Catamarca | 1,2% | 34.422 |
| San Luis | 1,2% | 32.495 |
| Total | 100% | 2.806.396 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Perfil Socioeconómico

a. Nivel de Instrucción

Casi 60% de los turistas extranjeros que visitaron la Ciudad en 2003 fueron graduados universitarios.

Asimismo, la mitad de los turistas nacionales acusaron nivel secundario como máxima instrucción, muchos de los cuales arribaron a la Ciudad para visitar a familiares y amigos (33%).

De los datos presentados se infiere que los turistas extranjeros tienen un nivel educativo sustancialmente superior al de los nacionales¹⁴.

Cuadro 2.3.6.

Nivel de Instrucción de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Instrucción | Lugar de Residencia | |
|----------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Primario | 3,6% | 17,1% |
| Secundario | 30,1% | 44,9% |
| Terciario | 6,6% | 13,2% |
| Universitario | 59,8% | 24,8% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

¹⁴ En términos estrictos, la pregunta sobre el nivel educativo sólo la contesta el informante del grupo, lo que puede ocasionar cierta dificultad en las comparaciones.

b. Categoría ocupacional

Más de 30% de los turistas extranjeros y nacionales de 2003 fueron Profesionales/cuentapropistas, dato relacionado con el nivel de instrucción que acusaron los mismos, principalmente universitario y secundario¹⁵. (ver Cuadro 2.3.7.).

La mayoría de los Profesionales/cuentapropistas extranjeros arribaron a la Ciudad por Vacaciones (58%), mientras que los turistas nacionales que acusaron dicho nivel de instrucción lo hicieron más frecuentemente por el motivo Negocio/profesional (43%).

Cuadro 2.3.7.
Categoría ocupacional de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Ocupación | Lugar de Residencia | |
|----------------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Profesional/Cuentapropista | 36,3% | 31,5% |
| Asalariado | 26,4% | 27,7% |
| Trabajador familiar | 8,5% | 13,8% |
| Estudiante | 12,2% | 12,1% |
| Patrón | 8,2% | 4,1% |
| Jubilado/Pensionado | 7,0% | 7,1% |
| Desocupado | 0,9% | 2,4% |
| Otro | 0,6% | 1,3% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Composición del Grupo de Viaje

Existen amplias diferencias en la composición del grupo de viaje entre los mercados nacional y extranjero.

Si bien tanto para los turistas nacionales como para los extranjeros, figura en primer lugar la visita a la Ciudad en forma solitaria (62% y 45%, respectivamente) ambos guarismos se distancian por 17 puntos porcentuales, situación no advertida en las variables demográficas globales analizadas anteriormente (como sexo y edad), las cuales acusaban una mínima diferencia entre los dos mercados.

También hay una notoria diferencia entre los turistas nacionales y extranjeros que viajan en pareja: mientras que para el mercado local este guarismo se sitúa en torno a 30%, para los turistas extranjeros superó el 40%.

Cuadro 2.3.8.
Composición del grupo de viaje de los turistas a la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Grupo de Viaje | Lugar de Residencia | |
|----------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Sólo | 44,7% | 61,8% |
| Pareja | 41,8% | 28,8% |
| Entre 3 o 4 personas | 11,0% | 8,4% |
| Entre 5 y 6 personas | 1,9% | 0,8% |
| 7 o más personas | 0,6% | 0,2% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

¹⁵ No obstante, en el caso particular de los turistas nacionales, la alta proporción de cuentapropistas pudo haber radicado principalmente, en la búsqueda de una salida laboral alternativa como contrapartida de la caída en la demanda de empleo.

C) Aspectos previos al viaje

El análisis de los aspectos previos al viaje permite obtener una aproximación a los resultados de la promoción y difusión que realiza el Gobierno de la Ciudad, de la importancia que tiene el “boca a boca” en la generación de nuevas visitas, de la forma más habitual de comercialización del destino, y de la importancia de las agencias de viaje y los tours operadores en la captación de flujos turísticos, y al desarrollo de nuevos medios de información como Internet, entre otros factores.

De este modo, a través del estudio de los aspectos previos al viaje se puede reconocer la interrelación entre la oferta y la demanda turística.

a. Medios de información consultados

Los medios de información sobre el destino Buenos Aires utilizados por el mercado internacional son sumamente heterogéneos, con fuerte presencia de Amigos y Familiares (22%) y Agencias de Viaje (20%) como agentes de difusión.

Los turistas extranjeros se informaron, en primer lugar, a través de familiares y amigos. Esto demuestra, en parte, la importancia del “boca a boca” en la generación de los flujos turísticos desde el extranjero, principalmente los provenientes de países europeos que arriban por vacaciones donde la cuarta parte se informó sobre la Ciudad por medio de familiares y amigos). Este dato es sumamente importante, porque significa que cuando se cumplen o superan las expectativas de los visitantes, se puede afirmar que “el turismo genera más turismo”:

La alta participación de las personas que no se informaron a través de medio alguno (21%) se debe principalmente al aporte de los turistas de países limítrofes, que acostumbran visitar periódicamente la Ciudad con el objeto de visitar a sus familiares y amigos (con excepción de Chile y Brasil). Cabe destacar que casi 65% de los turistas paraguayos no utilizó ningún medio de información.

Asimismo, más de 70% de los turistas argentinos no se informó por ningún medio a la hora de programar su viaje a la Ciudad, también por la periodicidad en sus visitas.

Esto determina un patrón característico: casi 90% de los turistas que ingresaron a la Ciudad por la Terminal de Ómnibus de Retiro, los cuales provienen mayoritariamente desde Paraguay, Uruguay y destinos nacionales, no se informaron de ninguna manera.

Cuadro 2.3.9.
Medios de información consultados por los turistas.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Información | Lugar de Residencia | |
|-----------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Amigos y familiares | 22,2% | 7,6% |
| Ninguno | 21,3% | 71,7% |
| Agencia de viajes | 20,2% | 4,3% |
| Internet | 15,7% | 2,7% |
| Empresas | 9,9% | 7,7% |
| Guía de Turismo | 4,0% | 0,1% |
| Diario/Revista | 2,7% | 0,7% |
| TV/Radio | 1,3% | 0,6% |
| Otro | 2,7% | 4,6% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Forma de organización del viaje

La forma de organización del viaje y el medio a través del cual se informaron los turistas para visitar la Ciudad están directamente relacionados, sobretudo en lo que respecta al turismo interno.

Así, 2 de cada 3 turistas nacionales que visitaron la Ciudad de Buenos Aires durante 2003, lo hicieron sin reserva de ningún tipo, siendo este valor sumamente similar al observado en quienes no utilizaron medio de información alguno (ver Cuadro 2.3.9).

Al igual que en el caso anterior, esto ocurre típicamente con los turistas nacionales que ingresan a la Ciudad a través de la Terminal de Ómnibus de Retiro, que arriban asiduamente a la Ciudad para visitar a familiares y amigos y no acostumbran utilizar ningún medio de información ni hacer reservas.

El mercado internacional organiza su viaje a la Ciudad principalmente a través de agencias (43%). Especialmente, la elección de agencias es elevada en el caso de los turistas latinoamericanos que arribaron a la Ciudad por motivo Vacaciones.

Si bien es alta la proporción de turistas extranjeros que se informó sobre la oferta en la Ciudad a través de agencias, es mucho mayor el porcentaje que optó por ellas para organizar su viaje a la Ciudad (ver Cuadro 2.3.10.). Esto significa que una alta proporción de personas que se informan, por ejemplo, a través de familiares y amigos o de la Internet, a la hora de organizar el viaje, recurren a una agencia.

Cuadro 2.3.10.

Forma de organización del viaje de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Forma de Organización del Viaje | Lugar de Residencia | |
|--|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| A través de agencias de viaje | 42,8% | 4,3% |
| Sin reserva de ningún tipo | 25,8% | 66,0% |
| Reserva directa de alojamiento y/o transporte | 22,0% | 20,3% |
| Por cuenta de terceros | 9,4% | 9,4% |
| Total | 100% | 100% |

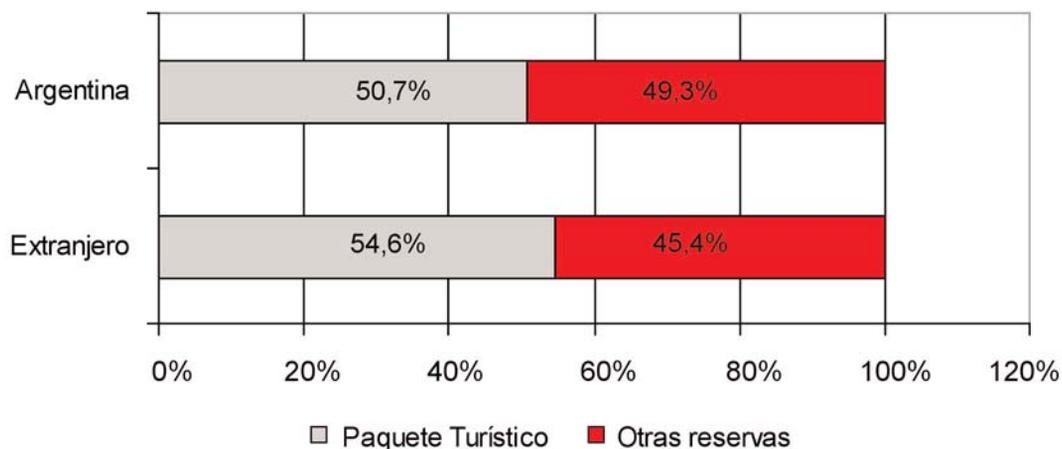
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Más de la mitad de los turistas extranjeros y nacionales que organizaron su viaje a la Ciudad a través de agencias de viaje optaron por paquetes turísticos como tipo de reserva (55% y 50%, respectivamente).

Los paquetes son muy variados; incluyen desde pasajes, alojamiento y alimentación hasta excursiones y alquiler de auto.

Gráfico 2.3.4.

Tipo de reserva realizada en Agencias de viajes por los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

D) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

La dilucidación de las características de viaje de los distintos flujos turísticos es parte fundamental del estudio de la demanda turística.

Cada turista tiene preferencias e inclinaciones individuales sumamente variadas, las cuales se manifiestan a la hora de visitar un destino turístico tanto en las actividades que realiza como en sus compras, en el tipo de alojamiento que elige, los barrios que visita, la frecuencia de viaje y la estadía en el lugar visitado, entre otras.

El motivo de viaje es una de las variables que más incide sobre las características de la visita, condicionando de esta manera la conducta de los turistas en el destino¹⁶.

Esto se evidencia en la disparidad de comportamientos entre los turistas que arriban a la Ciudad por vacaciones, visita a familiares y amigos, salud o estudio, entre otros.

¹⁶ Justamente porque el motivo de viaje incide directamente sobre las características del viaje de los turistas que arriban a la Ciudad, se presenta como una variable básica de análisis de la mayoría de los cuadros y gráficos presentados a continuación.

a. Principal motivo de viaje

El principal motivo de viaje de los turistas residentes en el extranjero fue Vacaciones (65%), lo cual informa acerca de la importancia de la Ciudad como destino turístico internacional para el ocio y la recreación.

Europa, Estados Unidos y la gran mayoría de los países latinoamericanos, entre los que se destacan Chile, Brasil, Ecuador, Colombia y México presentaron los niveles más elevados de arribo por Vacaciones.

El alto valor de este motivo permite explicar algunas de las características de la visita a la Ciudad desde estos mercados entre las que se destacan la tendencia por alojarse en hoteles o albergues juveniles (lo cual varía según la edad), la infinidad de actividades que realizan, una estadía media en la Ciudad menor a la permanencia promedio, un mayor nivel de gasto en comparación a la media, entre otros.

Visita a familiares y/o amigos (14%) se situó en la segunda posición debido a la alta proporción de turistas paraguayos y uruguayos que arribaron por dicho motivo (47% y 27%, respectivamente).

Asimismo, Visita a familiares y/o amigos se ubicó como el primer motivo para los turistas nacionales (29%), seguido por Negocios/profesional (21%) y Vacaciones (17%).

Este último motivo obtuvo la mejor *performance* en aquellos meses del año en los que se celebraron fines de semana largos o períodos vacacionales.

Cuadro 2.3.11.

Motivo de viaje de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Motivo de Viaje | Lugar de Residencia | |
|------------------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Vacaciones | 64,8% | 16,7% |
| Visita familiares y/o amigos | 14,2% | 29,1% |
| Negocios/Profesional | 12,2% | 20,7% |
| Ferías y Congresos | 3,1% | 2,8% |
| Estudio | 1,4% | 5,5% |
| Trámites | 1,1% | 7,0% |
| Salud | 0,9% | 13,6% |
| Otro | 2,2% | 4,6% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Composición de los visitantes

Cerca de 97% de los visitantes extranjeros arribaron a la Ciudad en calidad de turistas, es decir que pasaron al menos una noche en la misma¹⁷.

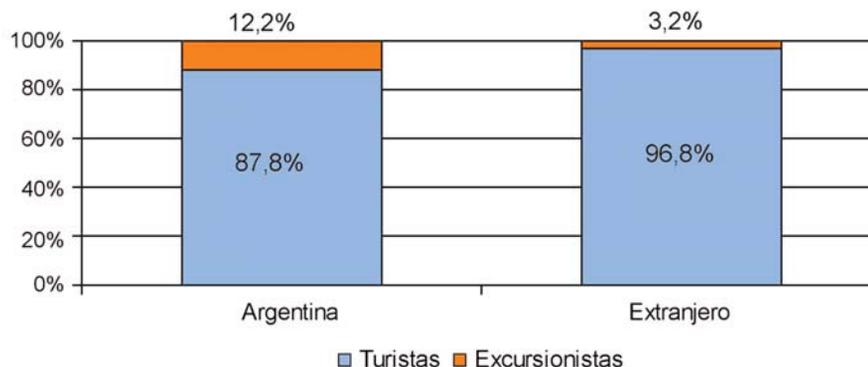
En el caso del mercado interno, la proporción de turistas fue menor, aunque significativa: se situó en torno a 88%.

El 12% restante de los visitantes nacionales fueron excursionistas que principalmente ingresaron a la Ciudad por la Terminal de Ómnibus de Retiro para comprar mercaderías.

¹⁷ De acuerdo con la OMT, visitante es toda persona que viaja a un lugar distinto al de su entorno habitual por un período de tiempo inferior a doce meses, y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Existen dos clases de visitantes: turistas, los cuales permanecen una o más noches en el lugar visitado y excursionistas, que comprende aquellos visitantes que están en un lugar sin pernoctar en él.

Gráfico 2.3.5.

Visitantes. Composición por turistas y excursionistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Tipo de alojamiento

El motivo de viaje de los turistas y el tipo de alojamiento elegido para la estadía en la Ciudad de Buenos Aires están directamente relacionados.

Se observa que los turistas que viajan hacia la Ciudad para visitar a familiares y amigos tienden a alojarse en la casa de los mismos, mientras que los turistas que lo hacen por Vacaciones, Negocios/profesional o Ferias y Congresos utilizan más habitualmente los Hoteles, y en menor medida los Albergues juveniles o *Aparts*.

La presencia de turistas que se alojan en hoteles trae aparejado un beneficio económico muy significativo para la Ciudad, no sólo por el desembolso fijo de la tarifa hotelera, sino también por los patrones de consumo más elevados que manifiestan estos segmentos de la demanda.

Durante el 2003, 67% de los turistas extranjeros se alojaron en Hoteles, valor muy similar al obtenido por el motivo Vacaciones (64%).

Brasil, Chile, México, Perú, Colombia y Ecuador fueron los mercados que presentaron mayores preferencias por hoteles, lo que se combina con una fuerte tendencia a visitar la Ciudad por motivo Vacaciones y por exhibir niveles de gasto sustancialmente por encima de la media.

La inclinación del mercado europeo por hoteles, si bien resultó elevada (60%) se situó levemente por debajo del valor medio. Este hecho se observa en un mercado que tiende mayoritariamente a elegir la Ciudad para sus vacaciones pero que busca otras formas alternativas de alojamiento, como los albergues juveniles, *hostels* y *bed and breakfast*.

Casa de familiares y/o amigos resultó el principal lugar de alojamiento de los turistas nacionales, concentrando la mitad de los casos. Este valor excede notoriamente la proporción de turistas que arribaron a la Ciudad para visitar a familiares y amigos, que se situó cerca de 30%.

Esto puede deberse, entre otros factores, a que los turistas locales que tienen familiares y amigos en la Ciudad tienden a

utilizar esta forma de alojamiento independientemente del motivo de viaje por el cual arriben a la misma, buscando abaratar los costos de la visita.

Tal es el caso del turismo nacional por Vacaciones, Negocios/profesional y Salud.

Cuadro 2.3.12.

Tipo de alojamiento de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Tipo de Alojamiento | Lugar de Residencia | |
|----------------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Hotel | 67,0% | 33,1% |
| Casa familiares y/o amigos | 22,7% | 50,0% |
| Albergue juvenil | 3,2% | 0,8% |
| <i>Apart-hotel</i> | 2,1% | 0,9% |
| Hospedaje | 1,7% | 1,3% |
| Vivienda propia | 1,5% | 5,4% |
| Alquiler | 0,5% | 0,3% |
| Otro | 1,2% | 8,2% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

d. Barrios Porteños

Los turistas extranjeros pretenden conocer diversas características y cualidades de la Ciudad de Buenos Aires durante su estadía, principalmente los que arriban a la misma de vacaciones.

Por ello, tienden a visitar barrios porteños característicos de su sociedad, cultura e historia: el centro cívico¹⁸, Recoleta, Palermo, Puerto Madero, San Telmo, entre otros se sitúan

como las zonas más frecuentadas por los turistas extranjeros. El Centro porteño fue el barrio más visitado por los turistas extranjeros y nacionales (88% y 62%, respectivamente).

No obstante, las motivaciones de los turistas que lo incorporaron dentro de su paseo fueron sumamente diferentes para cada segmento turístico: mientras que la mayor parte de los turistas nacionales que visitaron el centro porteño, estaban en la Ciudad por cuestiones de negocios o profesionales (25%), cerca de 70% de los turistas extranjeros que lo frecuentaron se encontraban de vacaciones.

La visita al Centro porteño se sitúa como un paseo obligado para todo turista que llega a la Ciudad, pues le permite conocer la historia, las costumbres y la cultura cosmopolita porteña.

Cuadro 2.3.13.

Barrios visitados por los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Barrio | Lugar de Residencia | |
|----------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Centro Cívico* | 88,1% | 62,4% |
| Recoleta | 65,3% | 18,8% |
| Palermo | 63,7% | 33,5% |
| Puerto Madero | 61,1% | 14,7% |
| La Boca | 55,6% | 9,8% |
| San Telmo | 55,5% | 12,2% |
| Once | 9,0% | 25,7% |
| Otros | 18,5% | 31,0% |

*Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

¹⁸ Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).

e. Compras

El incremento en el arribo de turistas nacionales y extranjeros, influyó directamente en la economía local, sobre todo en la actividad comercial de la Ciudad.

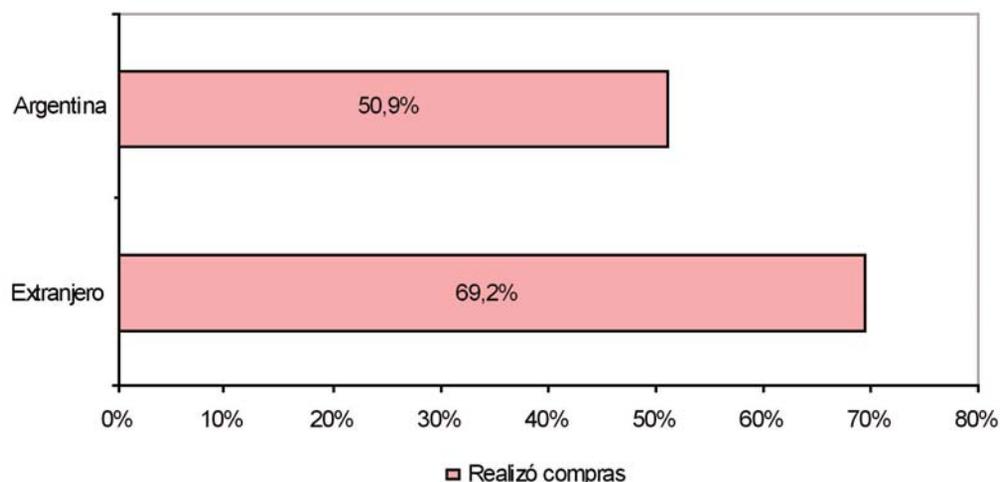
Con el correr de los meses del 2003, la tasa de ocupación de locales comerciales y el nivel de ventas en *shopping centers* se fueron incrementando notoriamente.

Es importante citar que en los ejes comerciales preponderantemente turísticos, como la calle Florida, prácticamente no hubo locales vacantes en 2003.

Sin duda en esta alta tasa de ocupación, jugó un papel decisivo la fuerte tendencia de los turistas nacionales y extranjeros a hacer compras y realizar distintas actividades recreativas en la Ciudad.

Para evidenciar lo anterior, sólo basta mencionar la importante propensión a realizar compras en la Ciudad observada durante 2003: en efecto, 63% del mercado internacional y 51% del mercado interno adquirieron bienes durante su estadía en la Ciudad de Buenos Aires.

Gráfico 2.3.6.
Compras realizadas por los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

El mercado latinoamericano presentó la mayor inclinación a la adquisición de bienes en la Ciudad, atraídos entre otros motivos, por los precios accesibles, la buena calidad de los productos y su amplia variedad.

Entre los ítems adquiridos con más frecuencia por el turismo extranjero se encuentran Ropa, *Souvenirs* y Productos regionales (57%, 39% y 27%, respectivamente) (Cuadro 2.3.14.).

También fue importante la inclinación por Artículos de cuero, Música y Libros (25%, 21% y 21%, respectivamente).

La compra de CD's y obras literarias experimentó un progresivo incremento a lo largo del año, centrado en la amplia oferta de títulos y autores internacionales, a precios sumamente accesibles en moneda extranjera.

En tanto, la inclinación de los turistas nacionales se centró en Ropa (35%) y *Souvenirs* (13%), tendiendo a hacer compras principalmente quienes arribaron a la Ciudad por Vacaciones.

Cuadro 2.3.14.

Turistas que realizaron compras. Porcentaje según producto. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Compras realizadas | Lugar de Residencia | |
|----------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Ropa | 56,8% | 35,1% |
| <i>Souvenirs</i> | 38,6% | 12,7% |
| Productos Regionales | 27,1% | 1,5% |
| Artículos de Cuero | 24,5% | 1,8% |
| Música | 21,3% | 7,4% |
| Libros | 21,2% | 10,7% |
| Artículos de Tango | 4,7% | 0,3% |
| Otras | 9,1% | 9,4% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

f. Actividades recreativas y culturales

Los turistas extranjeros manifestaron una fuerte inclinación a desarrollar actividades recreativas en la Ciudad de Buenos Aires.

Principalmente optaron por aquellas actividades que les permitieran identificar aspectos característicos de la Ciudad de Buenos Aires, de su cultura y de su historia.

Así, la asistencia a Espectáculos de Tango (44%), resultó la actividad más elegida por los turistas extranjeros. El mercado internacional se siente particularmente atraído por el tango porteño, especialmente los turistas provenientes de países menos tradicionales dentro de la demanda, como Puerto Rico, Ecuador, Colombia, México y países Asiáticos, que adquirieron cierto peso recién en el año 2003.

Los *City tours*, la visita a Museos y las Excursiones fueron de las actividades preferidas por el mercado internacional, evidenciando también el interés de conocer más en profundidad a la Ciudad.

Entre los turistas argentinos, la principal preferencia fue la concurrencia a Teatros y Cines (17%), seguido por las Discos/Pub (6%).

Estos porcentajes de concurrencia a espectáculos y a discos y pubs se explican por la alta participación de jóvenes, más proclives a elegir estas actividades.

Cuadro 2.3.15.

Turistas que realizaron actividades recreativas. Porcentaje según actividad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Actividades realizadas | Lugar de Residencia | |
|------------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Espectáculos de Tango | 43,5% | 3,4% |
| City Tour | 31,8% | 1,5% |
| Museos | 26,8% | 4,8% |
| Excursión | 26,4% | 4,0% |
| Teatros y Cine | 23,3% | 17,2% |
| Disco/Pub | 21,0% | 6,4% |
| Conciertos | 6,0% | 1,6% |
| Zoo | 4,5% | 5,2% |
| Tierra Santa | 1,6% | 2,1% |
| Otras | 11,7% | 4,5% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

g. Lugares de comida más frecuentes

Los restaurantes resultaron los lugares de comida más elegidos por los turistas extranjeros (67%), particularmente por aquellos que arribaron a la Ciudad por motivo Vacaciones.

Los restaurantes porteños son considerados una atracción en sí misma de la Ciudad de Buenos Aires. Muchos turistas extranjeros califican la salida a almorzar o a cenar a restaurantes como una actividad típica e infaltable en cualquier visita a la Ciudad, atraídos principalmente por las carnes y los platos típicos argentinos.

En el caso del mercado nacional, la Comida en casa (47%) ocupó el primer lugar, correspondiéndose este dato con la elevada participación de los turistas nacionales que arribaron a la Ciudad para visitar a familiares y amigos.

Cuadro 2.3.16.

Lugares de comida elegidos por los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar | Lugar de Residencia | |
|------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Restaurant | 67,2% | 31,8% |
| En casa | 21,7% | 47,2% |
| Hotel | 6,1% | 6,7% |
| Fast food | 3,9% | 11,5% |
| Otro | 1,2% | 2,8% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

h. Medios de transporte interno

El principal medio de transporte elegido tanto por el mercado extranjero como por el nacional fue Taxis/remís (54% y 41%, respectivamente).

Es notable la proporción de turistas extranjeros que optó por recorrer la Ciudad a pie (con 14% figuró en el segundo lugar del total). Esta es una característica distintiva del mercado joven europeo (*mochileros*), que tienen pautas de comportamiento particulares y privativas al resto de los grupos de viaje.

Cuadro 2.3.17.

Medio de transporte interno más frecuentemente utilizado por los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Transporte | Lugar de Residencia | |
|-----------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Taxi/Remís | 54,3% | 40,7% |
| A pie | 13,7% | 3,6% |
| Omnibus | 11,0% | 32,0% |
| Vehículo particular | 10,6% | 8,3% |
| Subte | 5,8% | 11,6% |
| Transporte turístico* | 2,9% | 0,8% |
| Alquiler auto | 1,2% | 1,0% |
| Tren | 0,5% | 1,9% |
| Total | 100% | 100% |

* Se refiere a todo vehículo empleado en actividades vinculadas al turismo (*Charters*, micros y combis contratados en agencias de turismo, etc).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

i. Frecuencia de visita

Más de la mitad de los turistas extranjeros visitaron la Ciudad de Buenos Aires por primera vez durante el año 2003.

Los turistas europeos (principalmente británicos) y los provenientes de Ecuador, Colombia, Puerto Rico, México, Venezuela, Panamá y países asiáticos (mercados no tradicionales dentro de la demanda turística de la Ciudad) fueron los que manifestaron valores superiores a ese promedio (cerca de 80%), señalando la conquista de nuevos mercados turísticos para la Ciudad.

Muchos de estos flujos extranjeros vieron durante 2003 la posibilidad de visitar la Ciudad de Buenos Aires por primera

vez, dado que hasta ese momento dos factores habrían restringido su visita: la inseguridad por la crisis social, política y económica de 2002 y los elevados costos de visitar la misma hasta la devaluación, que aconteciera a inicios de 2002.

Los residentes de los mercados más tradicionales como Uruguay, Chile y Paraguay, visitaron la Ciudad varias veces en el año debido a que sus motivos de viaje requieren cierta periodicidad: en el caso de los residentes de Uruguay y Paraguay acostumbran arribar a la Ciudad por visita a familiares y amigos, mientras que los residentes de Chile lo hacen principalmente para realizar tours de compras durante sus Vacaciones.

Los turistas nacionales presentaron una frecuencia de visita muy alta: más de la mitad de los mismos estuvo en la Ciudad varias veces durante el año 2003, destacándose particularmente la elevada frecuencia de viaje de los turistas con motivo Negocios/profesional y Visita a familiares y/o amigos.

Cuadro 2.3.18.

Frecuencia de visita de los Turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Frecuencia de viaje | Lugar de Residencia | |
|---------------------|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Primera vez | 50,7% | 5,6% |
| Esporádicamente | 21,1% | 24,9% |
| Varias veces al año | 15,1% | 52,8% |
| Una vez al año | 13,1% | 16,7% |
| Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

j. Permanencia en la Ciudad de Buenos Aires

Los turistas extranjeros permanecieron en la Ciudad un promedio de 7,3 noches.

Desagregando por mercados se advierte que los turistas paraguayos fueron los que manifestaron la estadía media más elevada del grupo, con un promedio de 16 noches.

Entre los motivos de viaje del mercado internacional, Estudio, Salud y Visita a familiares y amigos fueron los que presentaron las estadías más prolongadas en la Ciudad (23, 16 y 11 noches, respectivamente), mientras que Ferias y Congresos se situó muy por debajo de la media general (3,5 noches).

Por tipo de alojamiento elegido, la estadía media de los turistas extranjeros que optaron por Alquiler (46 noches) o Vivienda propia (21 noches) resultaron las más elevadas, no así la de Hoteles y Albergues Juveniles que se situaron por debajo de la media (4,4 y 6 noches, respectivamente).

Por su parte, la estadía media del mercado local fue de 7,1 noches, presentando los turistas que arribaron por motivo Estudio, Salud y Visita a familiares y amigos las permanencias más elevadas (13, 10 y 8 noches, respectivamente).

Al distinguir por tipo de alojamiento, el comportamiento fue similar al del mercado internacional, al resultar Alquiler y Vivienda propia los que tuvieron las permanencias más altas en la Ciudad (ver Cuadro 2.3.19.).

Cuadro 2.3.19.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Lugar de Residencia | |
|--------------------------------|---------------------|------------|
| | Extranjero | Argentina |
| Estadía media global | 7,3 | 7,1 |
| Motivo de viaje | | |
| Vacaciones | 5,9 | 7,3 |
| Visita a familiares y/o amigos | 11,2 | 8,1 |
| Negocios/Profesional | 6,0 | 4,9 |
| Ferias y Congresos | 3,5 | 3,1 |
| Estudio | 23,3 | 13,5 |
| Salud | 16,1 | 10,4 |
| Trámites | 5,8 | 2,9 |
| Otro | 10,5 | 5,0 |
| Tipo de alojamiento | | |
| Hotel | 4,4 | 4,3 |
| Casa familiares y/o amigos | 12,1 | 8,3 |
| Albergue juvenil | 6,0 | 7,6 |
| <i>Apart hotel</i> | 9,2 | 5,0 |
| Hospedaje | 7,7 | 8,4 |
| Alquiler | 46,5 | 41,5 |
| Vivienda propia | 21,4 | 11,0 |
| Otro | 25,1 | 9,0 |
| Categoría del hotel | | |
| 1 estrella | 5,7 | 3,2 |
| 2 estrellas | 4,3 | 3,7 |
| 3 estrellas | 4,3 | 3,2 |
| 4 estrellas | 4,1 | 2,7 |
| 5 estrellas | 4,1 | 3,2 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

E) Nivel de Gasto

La identificación del nivel de gasto erogado por los turistas resulta fundamental a la hora de reconocer el impacto económico de la actividad turística en la Ciudad.

El turismo es una actividad fuertemente dinamizadora del crecimiento económico en una región debido, entre otros factores, a su importancia para la generación de divisas a través del gasto erogado por los turistas extranjeros, que complementa las percibidas por las exportaciones¹⁹.

De esta forma, el turismo receptivo se presenta como un nuevo instrumento en la estrategia de crecimiento "hacia afuera" de algunas regiones, como en el caso de la Ciudad de Buenos Aires.

Durante el año 2003, el nivel de gasto de los turistas extranjeros y nacionales fue notoriamente alto (\$224 y \$108, respectivamente)²⁰.

Ambas variables manifestaron un importante incremento con respecto al año 2002, siendo la mayor expansión la advertida para el mercado nacional.

Expresado en dólares, los turistas extranjeros gastaron USD77 por cada día de estadía en la Ciudad.

Cuadro 2.3.20.

Gasto medio diario per cápita de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Lugar de Residencia | |
|---|---------------------|-----------|
| | Extranjero | Argentina |
| Gasto medio diario (en pesos) a valores corrientes | \$ 224,3 | \$ 107,6 |
| Gasto medio diario (en pesos) a valores constantes de Oct-01 | \$ 155,7 | \$ 74,7 |
| Gasto medio diario (en dólares) a valores corrientes | USD 77,0 | USD 36,7 |
| Gasto Total (en dólares) a valores Constantes de Oct-01 | USD 53,5 | USD 25,5 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

¹⁹ Por tanto, al ser el turismo receptivo un claro generador de divisas, es factible incluirlo entre los sectores exportadores, aunque como uno no tradicional, Gibson (1993); Morley (1992) y Brohman (1996).

²⁰ Como este es un análisis desde el lado de la demanda sólo incluye una parte de gasto generado por la actividad turística, ya que excluye las actividades productivas vinculadas con la oferta (sueldos y jornales, los gastos en que incurren las empresas de transporte, diversos costos en insumos y servicios para atender a la demanda, etc.).

Los turistas extranjeros que arribaron a la Ciudad por los motivos Negocios/profesional, Vacaciones y Ferias y Congresos (314, \$263 y \$257, respectivamente) fueron los que presentaron los mayores niveles de gasto acorde con sus superiores preferencias por la realización de compras y distintas actividades en la Ciudad; además tienden mayoritariamente a alojarse en hoteles de elevada categoría, lo cual tiene un peso notorio en el gasto (Véase la tarifa diaria cobrada por los Hoteles de 4 y 5 estrellas, Cuadro 1.1.5. de la Oferta Turística).

En el caso del turismo nacional es sorprendentemente elevado el nivel de gasto de aquellos que arribaron a la Ciudad por motivo Negocios/profesional (\$341), destacándose el de quienes hicieron compras de mercaderías en la Ciudad de Buenos Aires para abastecer sus locales de venta.

Cuadro 2.3.21.
Gasto medio diario por Motivo de viaje y Tipo de alojamiento de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Lugar de Residencia | |
|--------------------------------|---------------------|-----------------|
| | Extranjero | Argentina |
| Gasto medio diario | \$ 224,3 | \$ 107,6 |
| Motivo de viaje | | |
| Vacaciones | \$ 263,0 | \$ 86,9 |
| Visita a familiares y/o amigos | \$ 77,1 | \$ 42,2 |
| Negocios/Profesional | \$ 313,7 | \$ 341,2 |
| Ferías y Congresos | \$ 257,5 | \$ 113,8 |
| Estudio | \$ 91,6 | \$ 45,6 |
| Salud | \$ 125,9 | \$ 53,8 |
| Trámites | \$ 99,5 | \$ 89,7 |
| Otro | \$ 200,2 | \$ 102,8 |
| Tipo de alojamiento | | |
| Hotel | \$ 309,7 | \$ 241,4 |
| Casa familiares y/o amigos | \$ 82,5 | \$ 57,6 |
| Albergue juvenil | \$ 230,3 | \$ 110,4 |
| <i>Apart hotel</i> | \$ 230,3 | \$ 110,4 |
| Hospedaje | \$ 105,7 | \$ 62,6 |
| Alquiler | \$ 64,3 | \$ 37,0 |
| Vivienda propia | \$ 105,6 | \$ 94,5 |
| Otro | \$ 133,7 | \$ 251,8 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

En el año 2003, la actividad turística receptiva le significó a la Ciudad un ingreso total de más de \$6.100 millones, de los cuales \$4.000 millones correspondieron a turismo internacional y \$2.200 millones a turismo interno (65% y 35%, respectivamente).

El gasto total en dólares a valores corrientes fue de U\$S 2.100 millones, de los cuales U\$S 1.400 millones fueron aportados por los turistas extranjeros y U\$S 700 millones por los turistas nacionales.

Cuadro 2.3.22.

Gasto total (en millones) de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Años 2002 y 2003.

| | 2002 | | | 2003 | | |
|--|---------------------|-----------|---------|---------------------|-----------|-----------|
| | Lugar de Residencia | | Total | Lugar de Residencia | | Total |
| | Extranjero | Argentina | | Extranjero | Argentina | |
| Gasto Total (en pesos) a valores corrientes | \$1.140 | \$1.754 | \$2.894 | \$2.152 | \$3.983 | \$6.135 |
| Gasto Total (en pesos) a valores constantes de Oct-01 | \$875 | \$1.327 | \$2.202 | \$1.494 | \$2.766 | \$4.260 |
| Gasto Total (en dólares) a valores corrientes | USD 376 | USD 544 | USD 920 | USD 735 | USD 1.368 | USD 2.103 |
| Gasto Total (en dólares) a valores constantes de Oct-01 | USD 299 | USD 422 | USD 721 | USD 511 | USD 950 | USD 1.461 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.3.7.

Gasto Total (en millones de pesos) de los turistas. Ciudad de Buenos Aires. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

F) Opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires

El estudio de la opinión de los turistas que visitaron la Ciudad de Buenos Aires, brinda una aproximación de la satisfacción que encontraron durante su estadía en la misma, como así también informa acerca de los puntos en los que se debería mejorar, en pos de reforzar e impulsar los flujos turísticos hacia la misma.

Una visita satisfactoria resulta fundamental para originar nuevos arribos, sea por el regreso en otro viaje, como por los efectos de la recomendación de quienes estuvieron en la Ciudad de Buenos Aires a sus conocidos.

En 2003, la opinión del turismo internacional fue buena para los distintos aspectos consultados acerca de la Ciudad, destacándose la impresión sumamente favorable respecto de la Oferta cultural y de los Servicios turísticos ofrecidos en la misma (98% y 93%, respectivamente).

Además, para los turistas extranjeros la Ciudad se destacó por su Atención y sus Precios, esto último influenciado por la ventaja cambiaria que presentaran la mayoría de las divisas extranjeras frente al peso argentino.

En materia de seguridad, resulta sorprendente el alto porcentaje de turistas que consideró a la Ciudad un espacio confiable (81%).

Los turistas nacionales tuvieron una visión más crítica de la Ciudad, lo cual se advirtió sobre todo en aspectos tan cuestionados como los Precios o la Seguridad. Las calificaciones menos favorables acontecieron en la primera mitad del año, con mayor inflación y más frecuencia en los casos de inseguridad.

Pese a esto, para más de la mitad de los turistas argentinos la Ciudad ofreció un buen nivel de seguridad

Cuadro 2.3.23.**Opinión de los turistas sobre aspectos de la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.**

| | Opinión | Lugar de Residencia | |
|----------------------|---------|---------------------|-----------|
| | | Extranjero | Argentina |
| Oferta Cultural | Buena | 97,9% | 94,6% |
| | Regular | 1,9% | 4,8% |
| | Mala | 0,3% | 0,6% |
| | Total | 100% | 100% |
| Atención | Buena | 94,0% | 84,8% |
| | Regular | 5,4% | 11,3% |
| | Mala | 0,7% | 3,9% |
| | Total | 100% | 100% |
| Nivel de Precios | Buena | 80,7% | 52,0% |
| | Regular | 16,8% | 33,0% |
| | Mala | 2,5% | 15,1% |
| | Total | 100% | 100% |
| Seguridad | Buena | 81,3% | 58,0% |
| | Regular | 14,8% | 26,1% |
| | Mala | 3,9% | 15,9% |
| | Total | 100% | 100% |
| Limpieza | Buena | 57,4% | 40,1% |
| | Regular | 34,4% | 36,9% |
| | Mala | 8,2% | 23,0% |
| | Total | 100% | 100% |
| Servicios Turísticos | Buena | 92,9% | 87,1% |
| | Regular | 6,1% | 10,6% |
| | Mala | 1,0% | 2,3% |
| | Total | 100% | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

2.4. Turismo Extranjero

La presencia del turismo internacional se fue incrementando progresivamente acorde mejoraba la percepción externa sobre los conflictos políticos-sociales del país.

Durante el año 2003 arribaron a la Ciudad de Buenos Aires más de 2,4 millones de turistas residentes en el extranjero. Esto se traduce en un incremento interanual de casi 80%. El mayor volumen de visitas fue para los mercados latinoamericanos, con un notorio predominio de los países sudamericanos (representaron el 59% del total).

El aporte de los mercados internacionales fue variando a lo largo del año, en parte, producto de la estacionalidad. Los mayores movimientos relativos surgieron cuando Chile perdió la primera posición en el segundo trimestre de 2003 frente a Uruguay, que recuperó así su histórico primer puesto entre los países emisores de turismo a la Ciudad de Buenos Aires.

A lo largo del año, Chile y Brasil alternaron en la segunda posición dentro del mercado internacional. Finalmente el mercado brasileño obtuvo la segunda posición en el total anual por la significativa cantidad de gente que eligió la Ciudad como destino para sus vacaciones, atraída por la apreciación de su moneda frente al peso argentino y por la amplia oferta de vuelos diarios hacia el país, sobretodo hacia el final del año.

Varios orígenes europeos alcanzaron una presencia notoriamente elevada durante el año 2003, destacándose España y, en menor medida, Francia.

Un dato para resaltar fue la destacada *performance* de mercados poco tradicionales para la Ciudad como Colombia,

Ecuador, Panamá, Venezuela y Puerto Rico, que fueron atraídos por la ventaja cambiaria de sus monedas y la promoción de los atractivos de la Ciudad, a la que decidieron visitar por primera vez -en su gran mayoría- durante el año 2003.

Estos mercados constituyeron “la nueva demanda turística” de la Ciudad de Buenos Aires, caracterizada por su alto poder de compra y consecuente nivel de gasto, presentando un importante potencial dentro del turismo receptivo de la Ciudad.

De esta manera, durante el 2003, la Ciudad de Buenos Aires se posicionó como uno de los destinos turísticos principales dentro de la oferta latinoamericana, atrayendo flujos de los más diversos países del mundo.

2.4.1. Uruguay

Como se anticipara, durante el año 2003, Uruguay representó el primer mercado internacional para la Ciudad (17%). Esto significa que casi 420.000 uruguayos la visitaron, duplicando de esta manera el nivel de llegadas de todo el año 2002 (Gráfico 2.4.1.1.).

La participación de Uruguay se fue incrementando con el correr de los meses, luego de un comienzo poco favorable (en enero de 2003, su aporte fue inferior a 5%, ocupando la octava posición dentro del turismo internacional).

Su reducida presencia a inicios del año fue el corolario de la crisis financiera que sacudiera al Uruguay en julio de 2002, la cual menguó los flujos de turistas hacia la Ciudad, provocando que de un mes a otro dicho mercado abandonara la primera posición dentro del mercado internacional.

No obstante, la recuperación no se hizo esperar. Ya en febrero de 2003, Uruguay figuraba en la cuarta posición, ascendiendo en marzo otro lugar. En abril de 2003, el mercado rioplatense retornó a su histórico primer lugar, posición que mantuvo el resto del año.

La cercanía geográfica entre la Ciudad y Uruguay sopesa notoriamente en las características de este mercado, posicionando a la Ciudad no sólo como un destino vacacional: Nexos laborales y proyectos vinculantes, relaciones familiares, lazos culturales próximos y costumbres similares hacen que los turistas uruguayos “escapen” de la caracterización de los turistas extranjeros medios, asemejándose más a la del mercado nacional.

El turista uruguayo más frecuente en 2003, fue un profesional o cuentapropista de sexo masculino, graduado universitario, con una edad promedio en torno a los 45 años.

La mayor parte de los residentes en Uruguay no utilizaron ningún medio de información a la hora de organizar su viaje hacia la Ciudad de Buenos Aires, debido al conocimiento de la misma y a la frecuencia de sus visitas. Este factor diferencia sustancialmente a Uruguay del resto de los mercados internacionales, con excepción de Paraguay.

Asimismo en correspondencia con lo anterior, 55% del turismo uruguayo viajó a la Ciudad de Buenos Aires sin realizar reservas previas de ningún tipo.

Otra diferencia marcada de Uruguay con relación al mercado internacional radica en el peso del principal motivo de viaje, Vacaciones: mientras que casi 65% de los arribos de los turistas extranjeros fue por esta causa, para los uruguayos dicho guarismo se fijó apenas por encima de la mitad (35%).

Paralelamente, la proporción de uruguayos que arribó a la Ciudad por motivo Visita a familiares y/o amigos superó notoriamente la alcanzada por el resto de los mercados internacionales, con excepción de Paraguay.

La opción de hoteles (51%) ocupó el primer lugar entre los alojamientos elegidos por los uruguayos. No obstante, una proporción muy elevada optó por albergarse en Casa de familiares y/o amigos (42%), acorde con la alta participación que arribó a la Ciudad para visitarlos.

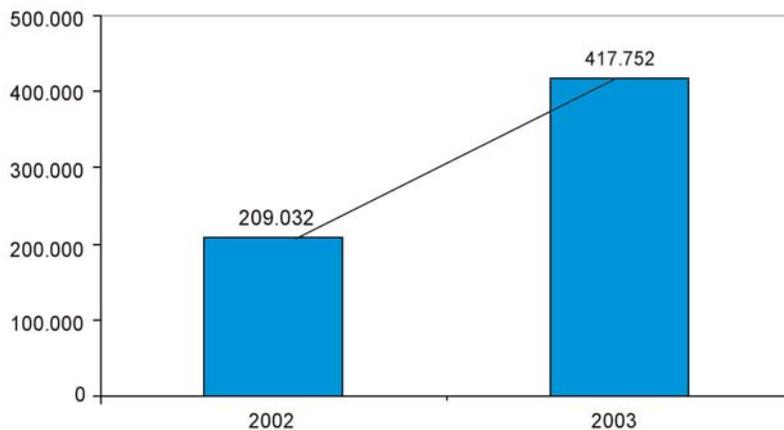
En general, la incidencia del motivo de viaje sobre el resto de las variables -entre ellas tipo de alojamiento elegido, salidas, compras y por consiguiente gasto- es decisiva. En el caso particular de los turistas uruguayos, esto se verifica, ya que la alta participación del motivo Visita a familiares y/o amigos determinó un gasto promedio relativamente bajo para este grupo (\$114).

También su permanencia en la Ciudad de Buenos Aires resultó mucho más acotada en comparación con el resto de los mercados internacionales. La estadía media de los turistas del Uruguay en la Ciudad fue de 5 noches, dos menos que la del total de la demanda extranjera.

De los datos de gasto medio diario y estadía promedio se desprende que, durante 2003, la Ciudad de Buenos Aires recibió el gasto de \$570 en promedio por cada turista uruguayo.

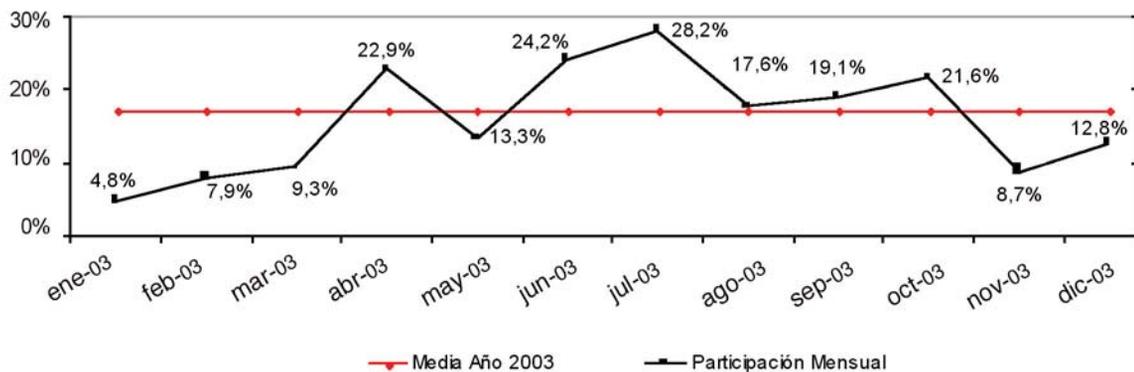
Así, a pesar de que Uruguay volvió a ser el principal mercado internacional emisor de turismo a la Ciudad en 2003, como sus niveles de gasto y de estadía media fueron relativamente bajos, su impacto económico en la Ciudad fue acotado.

Gráfico 2.4.1.1
Llegada de turistas residentes en Uruguay. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA; en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.4.1.2.
Evolución en el arribo de turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



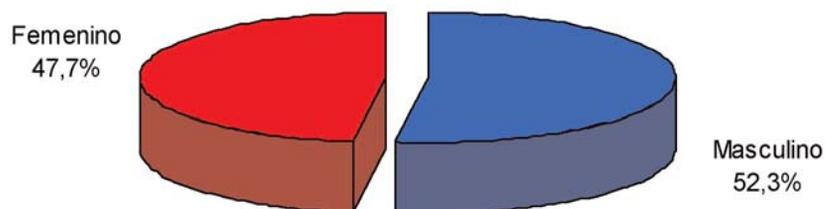
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

A) Perfil demográfico de los turistas

a. Género

Gráfico 2.4.1.3.

Género de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Edad

Cuadro 2.4.1.1.

Edad de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Edad | % |
|--------------------|-------|
| Menores de 18 años | 9,0% |
| Entre 18 y 30 años | 21,9% |
| Entre 31 y 45 años | 34,1% |
| Entre 46 y 65 años | 30,0% |
| Más de 66 años | 5,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA; en base a relevamiento propio.

B) Perfil Socioeconómico

a. Nivel de Instrucción

Cuadro 2.4.1.2.

Nivel de Instrucción de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Instrucción | % |
|----------------------|-------|
| Primario | 4,8% |
| Secundario | 43,6% |
| Terciario | 11,5% |
| Universitario | 39,9% |
| Sin estudios | 0,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Categoría ocupacional

Cuadro 2.4.1.3.

Categoría ocupacional de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Ocupación | % |
|----------------------------|-------|
| Profesional/Cuentapropista | 38,6% |
| Asalariado | 19,7% |
| Patrón | 9,7% |
| Estudiante | 13,0% |
| Trabajador familiar | 12,3% |
| Jubilado/Pensionado | 4,9% |
| Desocupado | 1,3% |
| Otros | 0,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA; en base a relevamiento propio.

c. Composición del grupo de viaje

Cuadro 2.4.1.4.

Composición del grupo de viaje de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Composición del grupo | % |
|-----------------------|-------|
| Sólo | 53,9% |
| Pareja | 32,8% |
| Entre 3 ó 4 personas | 11,8% |
| Entre 5 y 6 personas | 1,2% |
| 7 o más personas | 0,3% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA; en base a relevamiento propio.

C) Aspectos previos al viaje

a. Medios de Información consultados

Cuadro 2.4.1.5.

Medios de información consultados por los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Información | % |
|-----------------------|-------|
| Ninguno | 39,7% |
| Amigos y familiares | 24,3% |
| Internet | 11,1% |
| Empresas | 9,0% |
| Agencia de Viajes | 6,2% |
| Diario/Revista | 4,6% |
| TV/Radio | 3,2% |
| Guía de Turismo | 0,2% |
| Otros | 1,7% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Forma de organización del viaje

Cuadro 2.4.1.6.

Forma de organización del viaje de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Forma de organización del viaje | % |
|---|-------|
| Sin reserva de ningún tipo | 54,7% |
| Reserva directa de alojamiento y/o transporte | 23,8% |
| A través de agencias de viaje | 11,3% |
| Por cuenta de terceros | 10,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

D) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

a. Principal motivo de viaje

Cuadro 2.4.1.7.

Motivo de viaje de los turistas residentes en Uruguay.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Motivo de Viaje | % |
|------------------------------|-------|
| Vacaciones | 37,4% |
| Visita familiares y/o amigos | 26,6% |
| Negocios/ Profesional | 18,6% |
| Estudio | 2,9% |
| Ferías y Congresos | 5,4% |
| Salud | 2,5% |
| Trámites | 3,1% |
| Otro | 3,5% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

b. Tipo de Alojamiento

Cuadro 2.4.1.8.

Tipo de alojamiento de los turistas residentes en Uruguay.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Tipo de Alojamiento | % |
|----------------------------|-------|
| Hotel | 50,7% |
| Casa familiares y/o amigos | 41,8% |
| Albergue juvenil | 0,7% |
| <i>Apart-hotel</i> | 0,9% |
| Hospedaje | 0,6% |
| Vivienda propia | 3,9% |
| Alquiler | 0,7% |
| Otro | 0,7% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

c. Barrios Porteños

Cuadro 2.4.1.9.

Barrios visitados por los turistas residentes en Uruguay.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Barrios | % |
|----------------|-------|
| Centro Cívico* | 78,3% |
| Recoleta | 35,5% |
| Palermo | 48,0% |
| Puerto Madero | 30,3% |
| La Boca | 17,5% |
| San Telmo | 20,1% |
| Once | 7,5% |
| Otros | 20,5% |

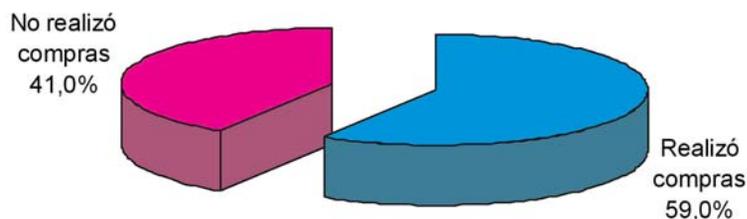
*Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

d. Compras

Gráfico 2.4.1.4.

Compras realizadas por los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Cuadro 2.4.1.10.

Turistas residentes en Uruguay que realizaron compras. Porcentaje según producto. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Compras realizadas | % |
|----------------------|-------|
| Ropa | 44,6% |
| Libros | 18,4% |
| Música | 16,5% |
| Souvenirs | 12,6% |
| Artículos de Cuero | 4,9% |
| Productos regionales | 4,3% |
| Artículos de tango | 0,8% |
| Otras | 6,5% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

e. Actividades recreativas y culturales

Cuadro 2.4.1.11.

Turistas residentes en Uruguay que realizaron actividades recreativas. Porcentaje según actividad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Actividades | % |
|-----------------------|-------|
| Teatro y Cine | 22,8% |
| Disco/Pub | 13,7% |
| Museos | 10,0% |
| Espectáculos de tango | 9,4% |
| Excursión | 8,2% |
| Concierto | 4,4% |
| City Tour | 3,5% |
| Otras | 4,3% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

f. Lugares de comida más frecuentes

Cuadro 2.4.1.12.

Lugares de comida elegidos por los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar | % |
|------------|-------|
| Restaurant | 45,3% |
| En casa | 40,6% |
| Hotel | 9,7% |
| Fast food | 4,0% |
| Otro | 0,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

g. Medios de transporte interno

Cuadro 2.4.1.13.

Medio de transporte interno más frecuentemente utilizados por los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Transporte | % |
|-----------------------|-------|
| Taxi/Remis | 51,3% |
| Vehículo particular | 23,8% |
| Ómnibus | 11,4% |
| Subte | 6,4% |
| A pie | 5,0% |
| Alquiler auto | 1,5% |
| Transporte turístico* | 0,3% |
| Tren | 0,3% |
| Total | 100% |

* Se refiere a todo vehículo empleado en actividades vinculadas al turismo (Charters, micros y combis contratados en agencias de turismo, etc).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

h. Frecuencia de visita a la Ciudad

Cuadro 2.4.1.14.

Frecuencia de visita de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Frecuencia de Visita | % |
|----------------------|-------|
| Varias veces al año | 43,5% |
| Esporádicamente | 28,2% |
| Una vez al año | 24,9% |
| Primera vez | 3,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

i. Permanencia en la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.1.15.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Días |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 5,1 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 4,6 |
| Visita familiares y/o amigos | 6,1 |
| Negocios/Profesional | 3,8 |
| Ferías y Congresos | 2,4 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 2,9 |
| Casa familiares y/o amigos | 6,2 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

E) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.1.16.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Uruguay.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 114,5 |
| Gasto medio en dólares | USD 39,4 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

F) Opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.1.17.

Opinión de los turistas residentes en Uruguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Opinión | % |
|----------------------|---------|-------|
| Oferta Cultural | Buena | 98,3% |
| | Regular | 1,6% |
| | Mala | 0,1% |
| | Total | 100% |
| Nivel de Precios | Buena | 63,6% |
| | Regular | 33,0% |
| | Mala | 3,4% |
| | Total | 100% |
| Seguridad | Buena | 18,0% |
| | Regular | 54,5% |
| | Mala | 27,5% |
| | Total | 100% |
| Atención | Buena | 92,5% |
| | Regular | 6,7% |
| | Mala | 0,8% |
| | Total | 100% |
| Servicios Turísticos | Buena | 90,9% |
| | Regular | 8,8% |
| | Mala | 0,3% |
| | Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.2. Brasil

Brasil (12%) se ubicó en el segundo lugar dentro del mercado internacional. Esto significa que casi 300.000 turistas brasileños llegaron a la Ciudad durante el año 2003. (Ver Gráfico 2.4.2.1.)

Acorde con la mayor demanda brasileña de pasajes, hacia finales de año, varias compañías aéreas internacionales incrementaron la oferta de vuelos hacia la Argentina, entre las que se destacaron *Varig* y *TAM* por su mayor frecuencia de viajes y disponibilidad de horarios.

Brasil conservó la segunda ubicación entre todos los mercados extranjeros a lo largo del segundo semestre del 2003, exceptuando el mes de octubre, en el cual fue desplazado a la tercera posición por el mercado chileno²¹.

El turista tipo brasileño fue un profesional o cuentapropistas, de sexo masculino, con grado universitario, de unos 45 años.

Las pautas de comportamiento más características de los turistas residentes en Brasil, estuvieron fuertemente influenciadas por la elección de la Ciudad como destino de Vacaciones (70%).

A la hora de informarse sobre la Ciudad de Buenos Aires y organizar el viaje, los turistas brasileños se caracterizaron por demandar los servicios de agencias de viaje.

Dentro del mercado internacional, los residentes en Brasil se distinguieron por su elevada inclinación por alojarse en hoteles (83%)²², lo que está directamente relacionado con la elección de vacacionar en la Ciudad.

La estadía media de los turistas brasileños fue de 4,9 noches, muy por debajo de la media general para el turismo internacional. Una menor permanencia en el lugar visitado - dados los mayores costos diarios de la estadía- es una especificidad del grupo turístico que viaja por Vacaciones, sobretodo desde países de la región.

Los residentes en Brasil acusaron un elevado interés por conocer acerca el destino Buenos Aires. Acorde a esto realizaron distintas actividades recreativas y culturales en la Ciudad, con una marcada preferencia por las relacionadas con el Tango porteño (50%).

También manifestaron una amplia tendencia por hacer compras (73%) atraídos por la calidad y variedad de los productos ofrecidos, entre las que se destacan la ropa, los *souvenirs* y los productos regionales.

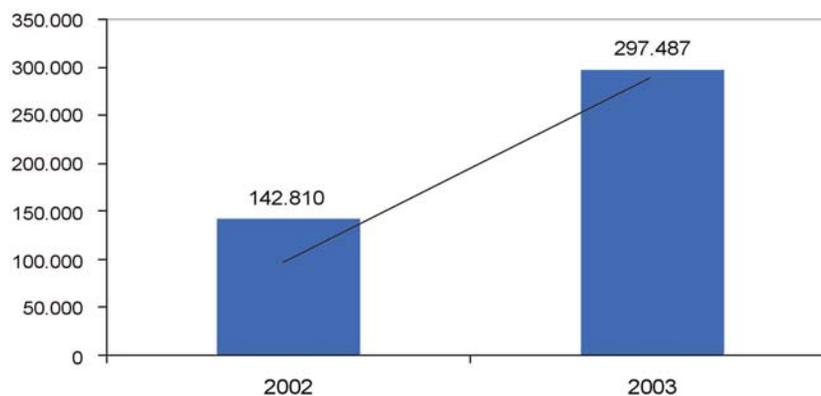
Debido a esta fuerte inclinación por el consumo de productos que la Ciudad de Buenos Aires ofrece, Brasil se situó como uno de los mercados turísticos más beneficiosos para la misma, de hecho su nivel de gasto (\$270 diarios por persona) se situó muy por encima de la media general del mercado internacional.

De hecho, durante el 2003 la Ciudad de Buenos Aires recibió casi \$1.350 en promedio por cada turista brasileño.

²¹ En contraste, la participación brasileña estuvo lejos de los tres principales lugares durante la primera mitad de 2003, no superando los 9 puntos porcentuales.

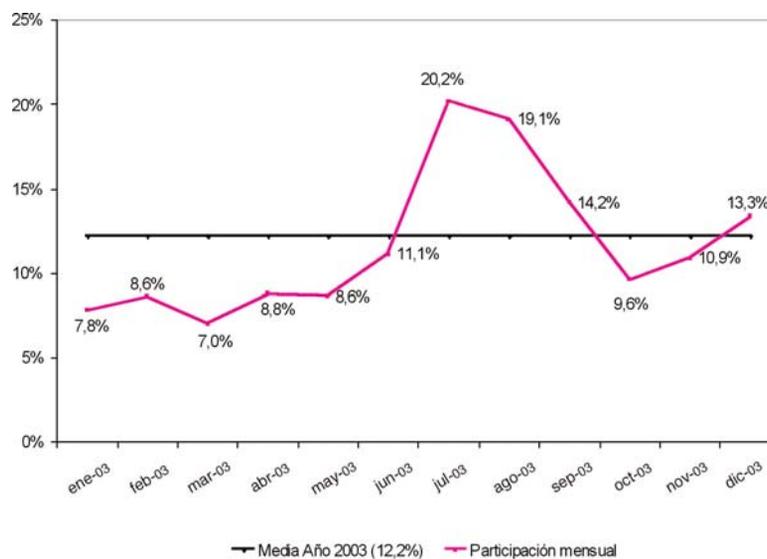
²² También optaron por alojarse en hoteles los turistas brasileños que arribaron a la Ciudad por motivo Negocios/Profesional y en menor medida por Ferias y Congresos.

Gráfico 2.4.2.1.
Llegada de turistas residentes en Brasil. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.4.2.2.
Evolución en el arribo de turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



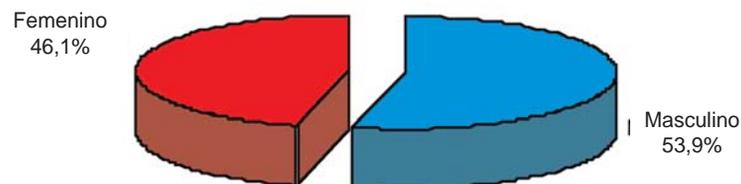
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

A) Perfil demográfico de los turistas

a. Género

Gráfico 2.4.2.3.

Género de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Edad

Cuadro 2.4.2.1.

Edad de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Edad | % |
|--------------------|-------|
| Menores de 18 años | 6,3% |
| Entre 18 y 30 años | 24,5% |
| Entre 31 y 45 años | 35,7% |
| Entre 46 y 65 años | 30,2% |
| Más de 66 años | 3,3% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

B) Perfil Socioeconómico

a. Nivel de Instrucción

Cuadro 2.4.2.2.

Nivel de Instrucción de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Instrucción | % |
|----------------------|-------|
| Primario | 0,1% |
| Secundario | 22,1% |
| Terciario | 4,3% |
| Universitario | 73,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Categoría ocupacional

Cuadro 2.4.2.3.

Categoría ocupacional de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Ocupación | % |
|-----------------------------|-------|
| Profesional/ Cuentapropista | 40,8% |
| Asalariado | 29,2% |
| Patrón | 11,3% |
| Estudiante | 9,0% |
| Trabajador Familiar | 5,0% |
| Jubilado/Pensionado | 3,5% |
| Desocupado | 0,7% |
| Otros | 0,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Composición del grupo de viaje

Cuadro 2.4.2.4.

Composición del grupo de viaje de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Composición del grupo | % |
|-----------------------|-------|
| Sólo | 39,8% |
| Pareja | 47,4% |
| Entre 3 o 4 personas | 9,6% |
| Entre 5 y 6 personas | 2,4% |
| 7 o más personas | 0,8% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

C) Aspectos previos al viaje

a. Medios de Información consultados

Cuadro 2.4.2.5.

Medios de información consultados por los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Información | % |
|-----------------------|-------|
| Agencia de viajes | 29,7% |
| Internet | 16,0% |
| Amigos y familiares | 15,9% |
| Empresas | 15,6% |
| Ninguno | 14,8% |
| Diario/Revista | 3,1% |
| Guía de Turismo | 1,6% |
| TV/Radio | 1,3% |
| Otros | 1,9% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Forma de organización del viaje

Cuadro 2.4.2.6.

Forma de organización del viaje de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Forma de Organización del Viaje | % |
|---|-------|
| A través de agencias de viaje | 51,4% |
| Reserva directa de alojamiento y/o transporte | 22,4% |
| Por cuenta de terceros | 13,3% |
| Sin reserva de ningún tipo | 12,9% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

D) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

a. Principal motivo de viaje

Cuadro 2.4.2.7.

Motivo de viaje de los turistas residentes en Brasil.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Motivo de Viaje | % |
|------------------------------|-------|
| Vacaciones | 69,7% |
| Negocios/Profesional | 17,0% |
| Visita familiares y/o amigos | 8,4% |
| Ferías y Congresos | 2,2% |
| Estudio | 0,8% |
| Trámites | 0,8% |
| Salud | 0,4% |
| Otro | 0,7% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

b. Tipo de Alojamiento

Cuadro 2.4.2.8.

Tipo de alojamiento de los turistas residentes en Brasil.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Tipo de Alojamiento | % |
|----------------------------|-------|
| Hotel | 82,7% |
| Casa familiares y/o amigos | 11,2% |
| Vivienda propia | 2,2% |
| Albergue juvenil | 1,1% |
| <i>Apart-hotel</i> | 1,0% |
| Hospedaje | 0,3% |
| Otro | 1,6% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Barrios Porteños

Cuadro 2.4.2.9.

Barrios visitados por los turistas residentes en Brasil.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Barrios | % |
|----------------|-------|
| Centro Cívico* | 91,8% |
| Recoleta | 70,3% |
| Puerto Madero | 69,5% |
| Palermo | 64,2% |
| La Boca | 56,6% |
| San Telmo | 54,9% |
| Once | 3,9% |
| Otros | 15,9% |

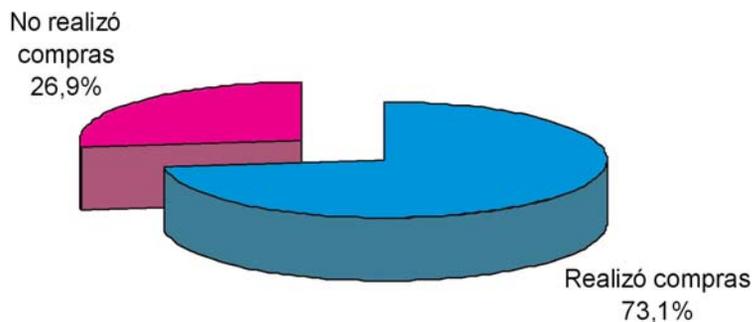
*Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio

d. Compras

Gráfico 2.4.2.4.

Compras realizadas por los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Cuadro 2.4.2.10.

Turistas residentes en Brasil que realizaron compras. Porcentaje según producto. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Compras realizadas | % |
|----------------------|-------|
| Ropa | 63,4% |
| Souvenirs | 40,9% |
| Productos regionales | 35,3% |
| Artículos de Cuero | 27,0% |
| Música | 18,3% |
| Libros | 13,8% |
| Artículos de Tango | 1,9% |
| Otras | 9,2% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

e. Actividades recreativas y culturales

Cuadro 2.4.2.11.

Turistas residentes en Brasil que realizaron actividades recreativas. Porcentaje según actividad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Actividades realizadas | % |
|------------------------|-------|
| Espectáculo de tango | 48,5% |
| City Tour | 36,4% |
| Excursión | 23,4% |
| Museos | 22,7% |
| Disco/Pub | 21,9% |
| Teatro y Cine | 18,4% |
| Concierto | 6,6% |
| Otras | 10,6% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

f. Lugares de comida más frecuentes

Cuadro 2.4.2.12.

Lugares de comida elegidos por los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003

| Lugares | % |
|-------------------|-------|
| <i>Restaurant</i> | 81,3% |
| En casa | 10,0% |
| Hotel | 5,3% |
| <i>Fast food</i> | 2,6% |
| Otras | 0,8% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a relevamiento propio.

g. Medios de transporte interno

Cuadro 2.4.2.13.

Medio de transporte interno más frecuentemente utilizados por los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medio de transporte | % |
|-----------------------|-------|
| Taxi/Remis | 68,2% |
| A pie | 9,5% |
| Vehículo particular | 7,7% |
| Ómnibus | 5,5% |
| Transporte turístico* | 3,8% |
| Subte | 3,8% |
| Alquiler auto | 1,4% |
| Tren | 0,1% |
| Total | 100% |

* Se refiere a todo vehículo empleado en actividades vinculadas al turismo (Charters, micros y combis contratados en agencias de turismo, etc).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

h. Frecuencia de visita a la Ciudad

Cuadro 2.4.2.14.

Frecuencia de visita de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Frecuencia de visita | % |
|----------------------|-------|
| Primera vez | 44,3% |
| Esporádicamente | 27,2% |
| Varias veces al año | 16,1% |
| Una vez al año | 12,3% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

i. Permanencia en la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.2.15.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 4,9 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,9 |
| Visita familiares y/o amigos | 4,6 |
| Negocios/Profesional | 3,6 |
| Ferías y Congresos | 3,5 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 3,8 |
| Casa familiares y/o amigos | 8,3 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

E) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.2.16.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 269,4 |
| Gasto medio en dólares | USD 84,6 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

F) Opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.2.17.

Opinión de los turistas residentes en Brasil. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Opinión | % |
|----------------------|---------|-------|
| Oferta Cultural | Buena | 98,7% |
| | Regular | 1,3% |
| | Mala | 0,0% |
| | Total | 100% |
| Nivel de Precios | Buena | 75,9% |
| | Regular | 20,7% |
| | Mala | 3,4% |
| | Total | 100% |
| Seguridad | Buena | 88,1% |
| | Regular | 10,3% |
| | Mala | 1,5% |
| | Total | 100% |
| Atención | Buena | 92,6% |
| | Regular | 5,9% |
| | Mala | 1,5% |
| | Total | 100% |
| Servicios Turísticos | Buena | 95,3% |
| | Regular | 3,5% |
| | Mala | 1,2% |
| | Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.3. Chile

Con aproximadamente 280.000 turistas, Chile se ubicó en el tercer lugar dentro del turismo internacional (ver Gráfico 2.4.3.1.).

A lo largo del primer trimestre del año 2003, el mercado chileno ocupó la primera posición, aunque con valores notoriamente menores a los alcanzados durante los últimos meses de 2002.

En abril de 2003, si bien el arribo de turistas chilenos permanecía elevado, el vertiginoso ascenso de Uruguay provocó una variación relativa del mercado internacional, siendo Chile desplazado a la segunda posición.

La mayoría de los turistas chilenos visitaron por primera vez la Ciudad de Buenos Aires durante el año 2002 atraídos por la ventaja cambiaria post-devaluación que favoreció la competitividad de la moneda chilena frente al peso argentino.

Antes de la devaluación, la Ciudad se perfilaba como uno de los destinos turísticos más caros de Latinoamérica. Por eso, a pesar de la cercanía entre el país trasandino y Argentina, el mercado chileno (para el cual la posibilidad de hacer *Tours* de compras en el destino visitado es fundamental a la hora planear el viaje²³) optaba por otros itinerarios para sus vacaciones, entre los que se situaban Miami.

Durante el 2003, se observó una desaceleración en el arribo de turistas chilenos primerizos para la Ciudad. Paralelamente se incrementó el flujo de turistas chilenos reincidentes, que acostumbran visitar la Ciudad de Buenos Aires más de una vez al año, principalmente para hacer compras.

²³ Con una proporción por hacer compras en la Ciudad superior a 75%, Chile resultó uno de los mercados más atraídos por los productos ofrecidos por la Ciudad.

Actualmente, el posicionamiento de la Ciudad de Buenos Aires como destino turístico del mercado chileno radica en ser una alternativa próxima para hacer compras, dado el sostenimiento de la ventaja cambiaria del peso chileno frente a la moneda doméstica y la variedad de productos y servicios que encuentran en la misma.

El turista tipo chileno fue un Asalariado, de sexo masculino, graduado universitario, con una edad de entre 46 y 65 años, cuyo principal motivo de arribo a la Ciudad fue Vacaciones.

El tipo de alojamiento preferido por este sector de la demanda fueron los Hoteles, elegidos por más de la tercera parte del mercado.

A la hora de organizar el viaje, 60% de los turistas chilenos eligieron el servicio de las Agencias de viaje, mientras que para informarse sobre las actividades y servicios que ofrece

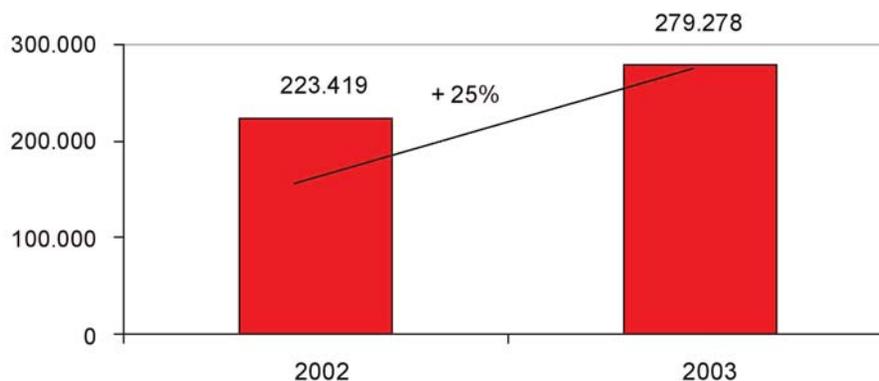
la Ciudad de Buenos Aires, optaron principalmente por Internet.

Las actividades recreativas que ofrece la Ciudad, junto con el deseo por hacer compras en la Ciudad son dos características distintivas de los turistas trasandinos. Entre las actividades realizadas optaron por la asistencia a Espectáculos de tango y a *City Tour*, y entre las compras se destacó la preferencia por Ropa y *Souvenirs*.

Los turistas chilenos permanecieron en promedio 5 noches en la Ciudad de Buenos Aires, con un gasto medio diario de \$245.

Por lo tanto, durante el 2003 la Ciudad de Buenos Aires recibió \$1200 en promedio, por gastos erogados por cada turista chileno.

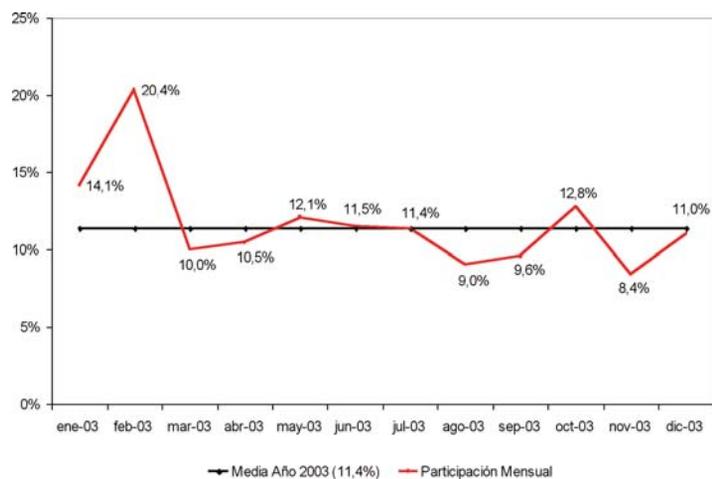
Gráfico 2.4.3.1.
Llegada de Turistas residentes en Chile. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.4.3.2.

Evolución en el arribo de Turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



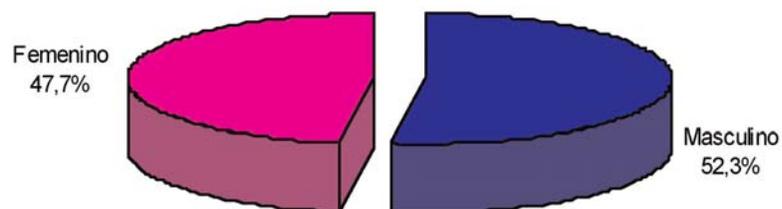
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

A) Perfil demográfico de los turistas.

a. Género

Gráfico 2.4.3.3.

Género de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Edad

Cuadro 2.4.3.1.

Edad de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Edad | % |
|--------------------|-------|
| Menores de 18 años | 5,9% |
| Entre 18 y 30 años | 18,4% |
| Entre 31 y 45 años | 33,9% |
| Entre 46 y 65 años | 37,2% |
| Más de 66 años | 4,7% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Perfil Socioeconómico

a. Nivel de Instrucción

Cuadro 2.4.3.2.

Nivel de Instrucción de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Instrucción | % |
|----------------------|-------|
| Primario | 1,2% |
| Secundario | 27,4% |
| Terciario | 5,6% |
| Universitario | 65,6% |
| Sin estudios | 0,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Categoría ocupacional

Cuadro 2.4.3.3.

Categoría ocupacional de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Ocupación | % |
|----------------------------|-------|
| Asalariado | 34,6% |
| Profesional/Cuentapropista | 33,1% |
| Patrón | 8,6% |
| Trabajador familiar | 8,9% |
| Estudiante | 8,3% |
| Jubilado/Pensionado | 5,7% |
| Otro | 0,8% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Composición del grupo de viaje

Cuadro 2.4.3.4.

Composición del grupo de viaje de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Composición del grupo | % |
|-----------------------|-------|
| Sólo | 43,3% |
| Pareja | 45,5% |
| Entre 3 o 4 personas | 8,8% |
| Entre 5 y 6 personas | 1,8% |
| 7 o más personas | 0,7% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

C) Aspectos previos al viaje

a. Medios de Información consultados

Cuadro 2.4.3.5.
Medios de información consultados por los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Información | % |
|-----------------------|-------|
| Agencia de viajes | 25,3% |
| Amigos y familiares | 20,7% |
| Ninguno | 19,7% |
| Empresas | 14,8% |
| Internet | 12,1% |
| Diario/Revista | 1,9% |
| Guía de Turismo | 1,6% |
| Tv/Radio | 1,1% |
| Otro | 2,8% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Forma de organización del viaje

Cuadro 2.4.3.6.
Forma de organización del viaje de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Forma de organización del viaje | % |
|---|-------|
| A través de agencias de viaje | 60,1% |
| Reserva directa de alojamiento y/o transporte | 16,7% |
| Por cuenta de terceros | 12,0% |
| Sin reserva de ningún tipo | 11,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

D) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

a. Principal motivo de viaje

Cuadro 2.4.3.7.
Motivo de viaje de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Motivo de Viaje | % |
|------------------------------|-------|
| Vacaciones | 65,7% |
| Negocios/Profesional | 18,2% |
| Visita familiares y/o amigos | 8,6% |
| Ferías y Congresos | 3,4% |
| Estudio | 1,3% |
| Trámites | 0,9% |
| Salud | 0,4% |
| Otros | 1,5% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Tipo de Alojamiento

Cuadro 2.4.3.8.
Tipo de alojamiento de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Tipo de Alojamiento | % |
|----------------------------|-------|
| Hotel | 75,7% |
| Casa familiares y/o amigos | 12,9% |
| Apart-hotel | 5,9% |
| Albergue juvenil | 1,4% |
| Hospedaje | 0,8% |
| Vivienda propia | 0,8% |
| Alquiler | 0,2% |
| Otros | 2,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Barrios Porteños

Cuadro 2.4.3.9.
Barrios visitados por los turistas residentes en Chile.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Barrios | % |
|----------------|-------|
| Centro Cívico* | 90,1% |
| Recoleta | 75,1% |
| Puerto Madero | 70,4% |
| Palermo | 69,0% |
| San Telmo | 59,5% |
| La Boca | 58,6% |
| Once | 10,5% |
| Otros | 17,4% |

*Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

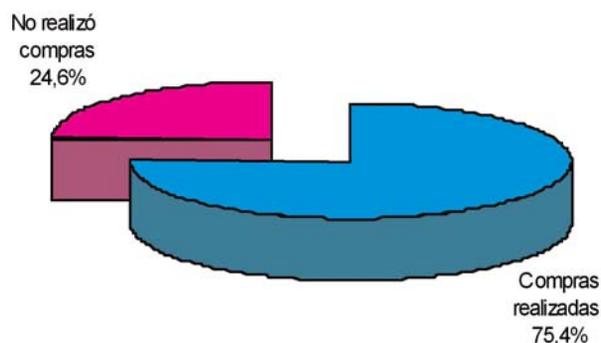
d. Compras

Cuadro 2.4.3.10.
Turistas residentes en Chile que realizaron compras.
Porcentaje según producto. Ciudad de Buenos Aires.
Año 2003.

| Compras realizadas | % |
|----------------------|-------|
| Ropa | 64,0% |
| Souvenirs | 39,8% |
| Productos regionales | 34,0% |
| Artículos de Cuero | 28,9% |
| Libros | 28,4% |
| Música | 20,8% |
| Artículos de Tango | 3,0% |
| Otras | 12,4% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.4.3.4.
Compras realizadas por los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

e. Actividades recreativas y culturales

Cuadro 2.4.3.11.

Turistas residentes en Chile que realizaron actividades recreativas. Porcentaje según actividad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Actividades realizadas | % |
|------------------------|-------|
| Espectáculos de tango | 41,7% |
| City Tour | 39,6% |
| Excursión | 31,3% |
| Teatro y Cine | 25,9% |
| Museos | 22,5% |
| Disco/Pub | 17,7% |
| Concierto | 5,6% |
| Otras | 16,9% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

f. Lugares de comida más frecuentes

Cuadro 2.4.3.12.

Lugares de comida elegidos por los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar | % |
|------------|-------|
| Restaurant | 78,4% |
| En casa | 11,8% |
| Hotel | 5,5% |
| Fast Food | 2,9% |
| Otros | 1,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

g. Medios de transporte interno

Cuadro 2.4.3.13.

Medio de transporte interno más frecuentemente utilizados por los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medio de transporte | % |
|-----------------------|-------|
| Taxi/Remis | 66,7% |
| A pie | 11,2% |
| Vehículo particular | 7,4% |
| Ómnibus | 5,9% |
| Subte | 5,3% |
| Transporte turístico* | 2,1% |
| Alquiler auto | 0,8% |
| Tren | 0,5% |
| Total | 100% |

* Se refiere a todo vehículo empleado en actividades vinculadas al turismo (Charters, micros y combis contratados en agencias de turismo, etc).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

h. Frecuencia de visita a la Ciudad

Cuadro 2.4.3.14.

Frecuencia de visita de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Frecuencia de viaje | % |
|---------------------|-------|
| Primera vez | 44,3% |
| Esporádicamente | 24,7% |
| Varias veces al año | 18,7% |
| Una vez al año | 12,3% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

i. Permanencia en la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.3.15.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 5,0 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 5,1 |
| Visita familiares y/o amigos | 7,7 |
| Negocios/Profesional | 3,7 |
| Ferías y Congresos | 3,8 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 3,9 |
| Casa familiares y/o amigos | 8,4 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

E) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.3.16.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 245,5 |
| Gasto medio en dólares | USD 84,0 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

F) Opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.3.17.

Opinión de los turistas residentes en Chile. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Opinión | % |
|----------------------|----------------|----------|
| Oferta Cultural | Buena | 97,3% |
| | Regular | 2,6% |
| | Mala | 0,1% |
| | Total | 100% |
| Nivel de Precios | Buena | 72,9% |
| | Regular | 23,4% |
| | Mala | 3,7% |
| | Total | 100% |
| Seguridad | Buena | 83,6% |
| | Regular | 12,6% |
| | Mala | 3,7% |
| | Total | 100% |
| Atención | Buena | 93,8% |
| | Regular | 5,7% |
| | Mala | 0,5% |
| | Total | 100% |
| Servicios Turísticos | Buena | 92,7% |
| | Regular | 6,7% |
| | Mala | 0,7% |
| | Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.4. Estados Unidos

En el 2003, casi 190.000 turistas residentes en Estados Unidos visitaron la Ciudad de Buenos Aires (ver Gráfico 2.4.4.1.).

El mayor arribo de norteamericanos se produjo en los primeros meses del año pasado (exceptuando enero de 2003, en el cual su presencia se situó muy por debajo de la media anual). No obstante, promediando el final de 2003 su presencia menguó considerablemente, acorde con la apreciación del peso frente al dólar, entre otros factores.

El turista norteamericano más frecuente, fue un Profesional o Cuentapropista de sexo masculino, con grado universitario, de entre 46 y 65 años y cuyo principal motivo de viaje a la Ciudad fue Vacaciones.

El tipo de alojamiento preferido por los residentes estadounidenses fue Hoteles (70%), aunque en este caso también se destaca la elección de hostel y albergues juveniles (5%).

A la hora de organizar el viaje, más de 40% de estos turistas eligió el servicio de las agencias de viaje, mientras que para informarse sobre las actividades y servicios que brinda la Ciudad, optaron principalmente por la Internet.

Entre las actividades recreativas y culturales más frecuentemente elegidas, se destacan la asistencia a Espectáculos de tango y a Museos, declarando este segmento de la demanda un fuerte interés por la cultura porteña. La preferencia por la visita a museos locales es una característica distintiva del mercado norteamericano y europeo dentro de los orígenes extranjeros.

Al igual que la mayoría de los mercados internacionales, los turistas residentes en Estados Unidos tendieron a realizar compras de Ropa y *Souvenirs*.

Los turistas norteamericanos permanecieron en promedio 7,5 noches en la Ciudad de Buenos Aires, situándose esta media por encima de la general. La gran distancia que separa al país del norte con la Ciudad de Buenos Aires, tuvo incidencia en su mayor tiempo de permanencia, dado que la frecuencia de su visita tiende a verse reducida por tal factor.

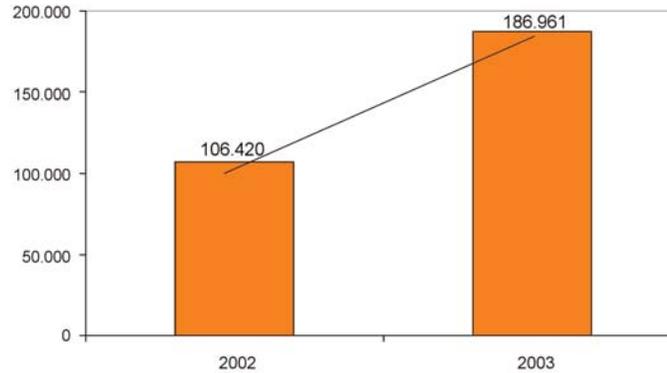
Un dato para destacar es que el nivel de gasto de los turistas norteamericanos superó considerablemente la media general para el turismo internacional en la Ciudad (\$275).

Dado su elevado nivel de gasto y estadía, el impacto económico del turismo norteamericano fue sumamente favorable para la Ciudad.

En tal sentido, vale mencionar que durante el año 2003, la Ciudad de Buenos Aires recibió casi \$2.600 en promedio, en concepto de gastos erogados por cada turista residentes en Estados Unidos

Gráfico 2.4.4.1.

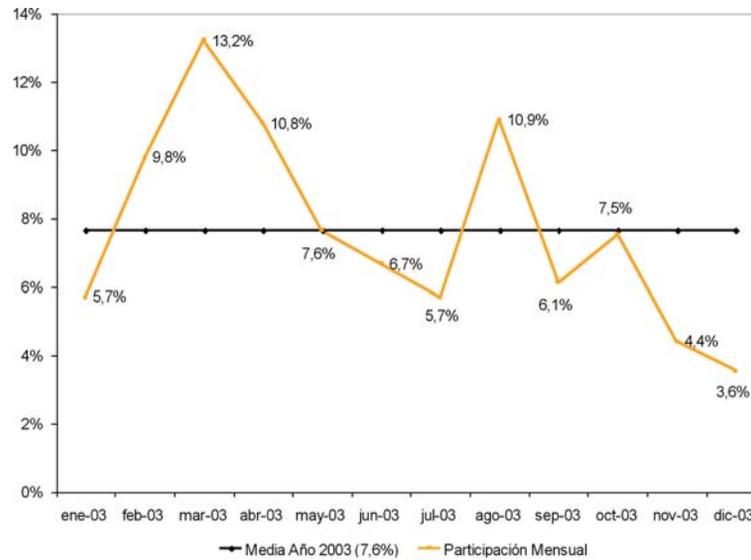
Llegada de Turistas residentes en Estados Unidos. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.4.4.2.

Evolución en el arribo de Turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



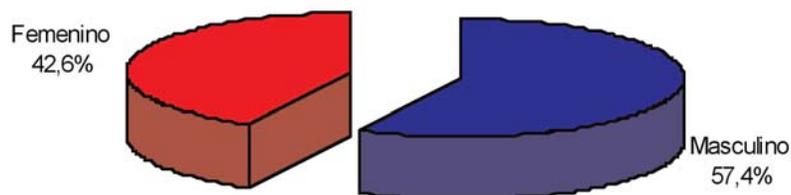
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

A) Perfil demográfico de los turistas

a. Género

Gráfico 2.4.4.3.

Género de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Edad

Cuadro 2.4.4.1.

Rango etáreo de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Edad | % |
|--------------------|-------|
| Menores de 18 años | 3,9% |
| Entre 18 y 30 años | 26,2% |
| Entre 31 y 45 años | 27,6% |
| Entre 46 y 65 años | 31,5% |
| Más de 66 años | 10,8% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Perfil Socioeconómico

a. Nivel de Instrucción

Cuadro 2.4.4.2.

Nivel de Instrucción de los Turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Instrucción | % |
|----------------------|-------|
| Primario | 0,6% |
| Secundario | 20,5% |
| Terciario | 3,3% |
| Universitario | 75,2% |
| Sin estudios | 0,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Categoría ocupacional

Cuadro 2.4.4.3.

Categoría ocupacional de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Ocupación | % |
|-----------------------------|-------|
| Profesional/ Cuentapropista | 35,4% |
| Asalariado | 24,5% |
| Patrón | 9,0% |
| Estudiante | 14,3% |
| Jubilado/Pensionado | 13,6% |
| Trabajador familiar | 2,3% |
| Desocupado | 0,6% |
| Otro | 0,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Composición del grupo de viaje

Cuadro 2.4.4.4.

Composición del grupo de viaje de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Composición del grupo | % |
|-----------------------|-------|
| Sólo | 41,9% |
| Pareja | 42,9% |
| Entre 3 o 4 personas | 13,2% |
| Entre 5 y 6 personas | 1,6% |
| 7 o más personas | 0,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

C) Aspectos previos al viaje

a. Medios de Información consultados

Cuadro 2.4.4.5.

Medios de información consultados por los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Información | % |
|-----------------------|-------|
| <i>Internet</i> | 25,8% |
| Amigos y familiares | 23,7% |
| Agencia de viajes | 17,3% |
| Empresas | 11,1% |
| Ninguno | 10,9% |
| Guía de Turismo | 5,8% |
| Diario/ Revista | 2,8% |
| TV/Radio | 0,6% |
| Otro | 1,9% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Forma de organización del viaje

Cuadro 2.4.4.6.

Forma de organización del viaje de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Forma de organización del viaje | % |
|---|-------|
| A través de agencias de viaje | 41,6% |
| Reserva directa de alojamiento y/o transporte | 27,5% |
| Sin reserva de ningún tipo | 21,9% |
| Por cuenta de terceros | 9,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

D) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

a. Principal motivo de viaje

Cuadro 2.4.4.7.

Motivo de viaje de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Motivo de Viaje | % |
|------------------------------|-------|
| Vacaciones | 74,1% |
| Negocios/Profesional | 11,4% |
| Visita familiares y/o amigos | 9,1% |
| Estudio | 2,9% |
| Ferías y Congresos | 0,7% |
| Trámites | 0,7% |
| Salud | 0,1% |
| Otro | 1,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Tipo de Alojamiento

Cuadro 2.4.4.8.

Tipo de alojamiento de los Turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Tipo de Alojamiento | % |
|----------------------------|-------|
| Hotel | 68,8% |
| Casa familiares y/o amigos | 14,9% |
| Albergue juvenil | 4,8% |
| <i>Apart-hotel</i> | 2,9% |
| Hospedaje | 2,6% |
| Vivienda propia | 1,9% |
| Alquiler | 1,6% |
| Otro | 2,5% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Barrios Porteños

Cuadro 2.4.4.9.

Barrios visitados por los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Barrios | % |
|----------------|-------|
| Centro Cívico* | 90,8% |
| Recoleta | 74,9% |
| Puerto Madero | 66,4% |
| San Telmo | 65,0% |
| La Boca | 64,0% |
| Palermo | 63,6% |
| Once | 5,0% |
| Otros | 14,4% |

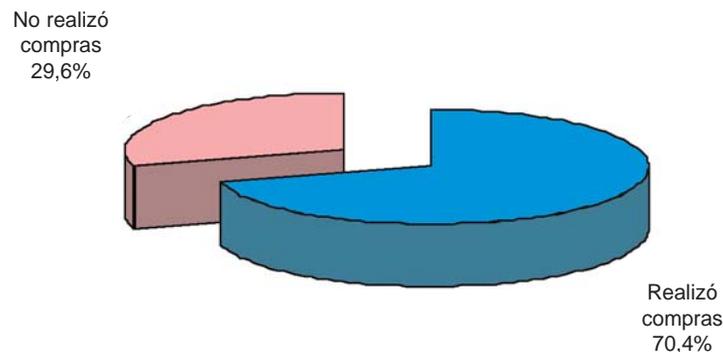
*Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

d. Compras

Gráfico 2.4.4.4.

Compras realizadas por los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Cuadro 2.4.4.10.

Turistas residentes en Estados Unidos que realizaron compras. Porcentaje según producto. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Compras realizadas | % |
|----------------------|-------|
| Ropa | 48,5% |
| <i>Souvenirs</i> | 41,4% |
| Artículos de Cuero | 28,3% |
| Productos regionales | 25,7% |
| Música | 21,2% |
| Libros | 19,6% |
| Artículos de Tango | 8,5% |
| Otras | 9,5% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

e. Actividades recreativas y culturales

Cuadro 2.4.4.11.

Turistas residentes en Estados Unidos que realizaron actividades recreativas. Porcentaje según actividad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Actividades realizadas | % |
|------------------------|-------|
| Espectáculos de tango | 57,9% |
| Museos | 35,2% |
| <i>City Tour</i> | 35,1% |
| Excursión | 28,5% |
| Teatro y Cine | 27,1% |
| Disco/Pub | 26,8% |
| Concierto | 8,3% |
| Otras | 8,7% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

f. Lugares de comida

Cuadro 2.4.4.12.
Lugares de comida elegidos por los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar | % |
|-------------------|-------|
| <i>Restaurant</i> | 76,9% |
| En casa | 11,9% |
| Hotel | 6,3% |
| <i>Fast food</i> | 4,4% |
| Otro | 0,6% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

g. Medios de transporte interno

Cuadro 2.4.4.13.
Medios de transporte interno más frecuentemente utilizado por los Turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medio de Transporte | % |
|-----------------------|-------|
| Taxi/Remís | 58,1% |
| A pie | 14,7% |
| Vehículo particular | 8,7% |
| Subte | 6,6% |
| Ómnibus | 6,0% |
| Transporte turístico* | 4,8% |
| Alquiler auto | 1,0% |
| Total | 100% |

* Se refiere a todo vehículo empleado en actividades vinculadas al turismo (*Charters*, micros y combis contratados en agencias de turismo, etc).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

h. Frecuencia de visita a la Ciudad

Cuadro 2.4.4.14.
Frecuencia de visita de los Turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Frecuencia de Visita | % |
|----------------------|-------|
| Primera vez | 62,4% |
| Esporádicamente | 16,8% |
| Una vez al año | 13,6% |
| Varias veces al año | 7,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

i. Permanencia en la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.4.15.
Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 7,5 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,8 |
| Visita familiares y/o amigos | 8,9 |
| Negocios/Profesional | 4,9 |
| Ferías y Congresos | 4,0 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 4,2 |
| Casa familiares y/o amigos | 10,9 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

E) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.4.16.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 275,1 |
| Gasto medio en dólares | USD 93,5 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

F) Opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.4.17.

Opinión de los turistas residentes en Estados Unidos. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Opinión | % |
|----------------------|---------|-------|
| Oferta Cultural | Buena | 98,5% |
| | Regular | 1,2% |
| | Mala | 0,3% |
| | Total | 100% |
| Nivel de Precios | Buena | 94,8% |
| | Regular | 4,4% |
| | Mala | 0,9% |
| | Total | 100% |
| Seguridad | Buena | 86,9% |
| | Regular | 10,6% |
| | Mala | 2,5% |
| | Total | 100% |
| Atención | Buena | 96,0% |
| | Regular | 3,6% |
| | Mala | 0,4% |
| | Total | 100% |
| Servicios Turísticos | Buena | 94,3% |
| | Regular | 4,9% |
| | Mala | 0,8% |
| | Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.5. España

En el 2003, la Ciudad de Buenos Aires recibió poco más de 155.000 turistas residentes en España (6%) (ver Gráfico 2.4.5.1.).

A partir de agosto de 2003, mes vacacional para el continente europeo, el ingreso de turistas ibéricos a la Ciudad se aceleró considerablemente.

De esta manera, mientras que para los primeros meses del año, el turismo español apenas representaba 3% del total del mercado internacional, en agosto de 2003, 1 de cada 10 turistas en la Ciudad de Buenos Aires era residente español.

El turista español más frecuente fue un profesional o cuentapropista de sexo masculino, graduado universitarios, de entre 46 y 65 años, que visitó la Ciudad de Buenos Aires en pareja.

Si bien el principal motivo de visita fue el de Vacaciones (62%), 15% del mercado español arribó a la Ciudad para visitar a familiares y amigos, valor muy superior al de otros orígenes europeos. La mayor parte de los residentes en España que viajaron por este último motivo fueron argentinos que actualmente residen en el país ibérico.

El tipo de alojamiento preferido por este segmento de la demanda fue el de Hoteles (63%). Asimismo, alrededor de la cuarta parte de los turistas españoles se alojó en Casa de familiares y/o amigos.

A la hora de organizar el viaje, más de 40% de los turistas residentes en España eligieron el servicio de las agencias de viaje, mientras que para informarse sobre la Ciudad de Buenos Aires, optaron principalmente por consultar a amigos y familiares.

Entre las actividades recreativas que ofrece la Ciudad, los españoles eligieron mayoritariamente los Espectáculos de tango y los Museos, lo cual demuestra un fuerte interés por la cultura porteña. La preferencia por los museos locales es una característica distintiva del mercado norteamericano y europeo dentro de los restantes orígenes extranjeros.

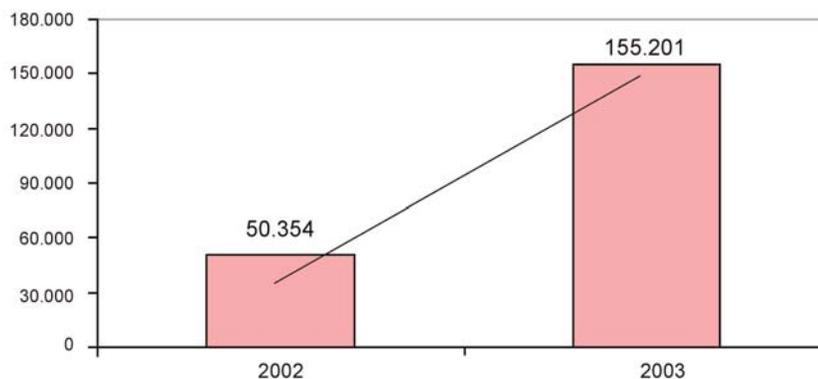
Al igual que la mayoría de los mercados internacionales, los turistas residentes en España tendieron a realizar compras de Ropa, *Souvenirs* y Productos regionales.

Los turistas españoles permanecieron, en promedio, 7 noches en la Ciudad de Buenos Aires, valor próximo a la media del mercado internacional.

Por día, los turistas españoles gastaron en la Ciudad de Buenos Aires \$214, 5% menos que el valor medio general.

Así, durante el año 2003 la Ciudad de Buenos Aires recibió \$1.500 en promedio, por cada turista español arribado.

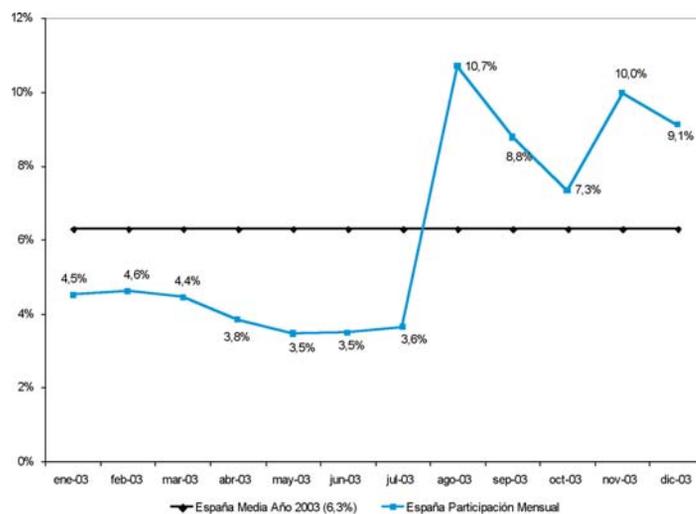
Gráfico 2.4.5.1.
Llegada de turistas residentes en España. Años 2002 y 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Gráfico 2.4.5.2.

Evolución en el arribo de turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



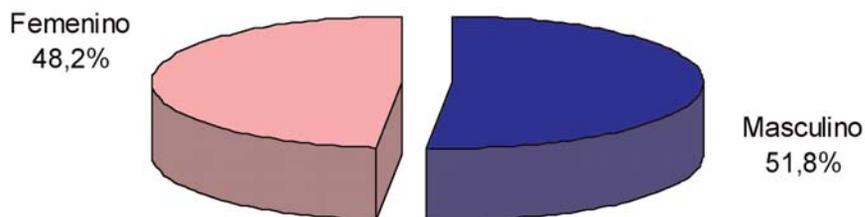
Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

A) Perfil demográfico de los turistas

a. Género

Gráfico 2.4.5.3.

Género de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Edad

Cuadro 2.4.5.1.
Edad de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Edad | % |
|--------------------|-------|
| Menores de 18 años | 3,7% |
| Entre 18 y 30 años | 28,1% |
| Entre 31 y 45 años | 36,0% |
| Entre 46 y 65 años | 28,3% |
| Más de 66 años | 3,9% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Categoría ocupacional

Cuadro 2.4.5.3.
Categoría ocupacional de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Ocupación | % |
|----------------------------|-------|
| Profesional/Cuentapropista | 34,9% |
| Asalariado | 31,8% |
| Patrón | 5,9% |
| Estudiante | 12,3% |
| Trabajador familiar | 6,7% |
| Jubilado/Pensionado | 6,7% |
| Desocupado | 0,8% |
| Otro | 1,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Perfil Socioeconómico

a. Nivel de Instrucción

Cuadro 2.4.5.2.
Nivel de Instrucción de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Nivel de Instrucción | % |
|----------------------|-------|
| Primarios | 2,5% |
| Secundario | 26,8% |
| Terciario | 4,3% |
| Universitario | 66,4% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Composición del Grupo

Cuadro 2.4.5.4.
Composición del grupo de viaje de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Grupo de Viaje | % |
|------------------|-------|
| Sólo | 39,2% |
| Pareja | 49,3% |
| 3 y 4 personas | 9,6% |
| 5 personas y más | 2,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

C) Aspectos previos al viaje

a. Medios de Información consultados

Cuadro 2.4.5.5.

Medios de información consultados por los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medios de Información | % |
|-----------------------|-------|
| Amigos y familiares | 28,8% |
| Agencia de Viajes | 23,2% |
| Internet | 18,7% |
| Ninguno | 17,4% |
| Empresas | 4,3% |
| Guía de Turismo | 3,3% |
| Diario/Revista | 1,5% |
| TV/Radio | 0,9% |
| Otros | 2,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Forma de organización del viaje

Cuadro 2.4.5.6.

Forma de organización del viaje de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Forma de organización del viaje | % |
|---|-------|
| A través de agencias de viaje | 42,0% |
| Reserva directa de alojamiento y/o transporte | 31,0% |
| Sin reserva de ningún tipo | 20,8% |
| Por cuenta de terceros | 6,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

D) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

a. Principal motivo de viaje

Cuadro 2.4.5.7.

Motivo de viaje de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Motivo de Viaje | % |
|------------------------------|-------|
| Vacaciones | 75,4% |
| Visita familiares y/o amigos | 15,0% |
| Negocios/Profesional | 5,9% |
| Ferías y Congresos | 1,1% |
| Estudio | 0,4% |
| Trámites | 0,4% |
| Salud | 0,3% |
| Otro | 1,5% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

b. Tipo de Alojamiento

Cuadro 2.4.5.8.

Tipo de alojamiento de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Tipo de Alojamiento | % |
|-------------------------------|-------|
| Hotel | 62,8% |
| Casa de familiares y/o amigos | 27,2% |
| Albergue juvenil | 3,1% |
| Hospedaje | 2,0% |
| Alquiler | 1,6% |
| Apart-hotel | 1,2% |
| Vivienda propia | 0,8% |
| Otro | 1,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

c. Barrios Porteños

Cuadro 2.4.5.9.
Barrios visitados por los turistas residentes en España.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

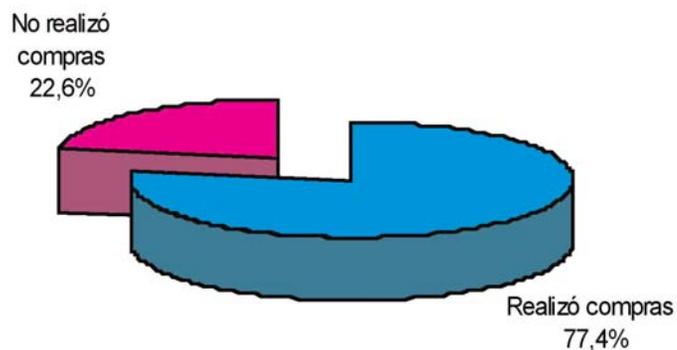
| Barrios | % |
|---------------|-------|
| Centro Cívico | 91,8% |
| Recoleta | 74,9% |
| Palermo | 69,0% |
| Puerto Madero | 68,3% |
| San Telmo | 68,2% |
| La Boca | 62,0% |
| Once | 4,6% |
| Otros | 15,8% |

*Centro cívico (incluye Peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

d. Compras

Gráfico 2.4.5.4.
Compras realizadas por los Turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Cuadro 2.4.5.10.

Turistas residentes en España que realizaron compras. Porcentaje según producto. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Compras realizadas | % |
|----------------------|-------|
| Ropa | 58,4% |
| <i>Souvenirs</i> | 40,2% |
| Productos regionales | 36,7% |
| Libros | 27,4% |
| Música | 24,6% |
| Artículos de Cuero | 23,6% |
| Artículos de Tango | 5,2% |
| Otras | 8,7% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

e. Actividades recreativas y culturales

Cuadro 2.4.5.11.

Turistas residentes en España que realizaron actividades recreativas. Porcentaje según actividad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Actividades realizadas | % |
|------------------------|-------|
| Espectáculos de tango | 52,0% |
| Museos | 39,3% |
| <i>City Tour</i> | 27,0% |
| Disco/Pub | 26,1% |
| Teatro y Cine | 22,9% |
| Excursión | 19,8% |
| Concierto | 9,5% |
| Otras | 8,3% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

f. Lugares de comida más frecuentes

Cuadro 2.4.5.12.

Lugares de comida elegidos por los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Lugar | % |
|-------------------|-------|
| <i>Restaurant</i> | 69,6% |
| En casa | 22,4% |
| Hotel | 5,8% |
| <i>Fast food</i> | 1,3% |
| Otro | 1,0% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

g. Medios de transporte interno

Cuadro 2.4.5.13.

Medio de transporte interno más frecuentemente utilizado por los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Medio de transporte | % |
|-----------------------|-------|
| Taxi/Remis | 50,3% |
| A pie | 17,3% |
| Vehículo particular | 11,0% |
| Ómnibus | 9,3% |
| Subte | 6,3% |
| Transporte turístico* | 3,5% |
| Alquiler auto | 2,5% |
| Total | 100% |

* Se refiere a todo vehículo empleado en actividades vinculadas al turismo (charters, micros y combis contratados en agencias de turismo, etc).

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

h. Frecuencia de visita a la Ciudad

Cuadro 2.4.5.14.
Frecuencia de visita de los turistas residentes en España.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| Frecuencia de visita | % |
|----------------------|-------|
| Primera vez | 61,3% |
| Esporádicamente | 19,7% |
| Una vez al año | 14,8% |
| Varias veces al año | 4,2% |
| Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

i. Permanencia en la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.5.15.
Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 7,0 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,1 |
| Visita familiares y/o amigos | 11,5 |
| Negocios/Profesional | 5,1 |
| Ferías y Congresos | 3,2 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 4,6 |
| Casa familiares y/o amigos | 10,0 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

E) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.5.16.
Gasto medio diario de los turistas residentes en España.
Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 213,9 |
| Gasto medio en dólares | USD 73,0 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

F) Opinión sobre la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.5.17.
Opinión de los turistas residentes en España. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | Opinión | % |
|----------------------|---------|-------|
| Oferta Cultural | Buena | 97,8% |
| | Regular | 2,2% |
| | Mala | 0,0% |
| | Total | 100% |
| Nivel de Precios | Buena | 90,5% |
| | Regular | 8,0% |
| | Mala | 1,5% |
| | Total | 100% |
| Seguridad | Buena | 78,6% |
| | Regular | 15,3% |
| | Mala | 6,1% |
| | Total | 100% |
| Atención | Buena | 96,2% |
| | Regular | 3,4% |
| | Mala | 0,5% |
| | Total | 100% |
| Servicios Turísticos | Buena | 89,7% |
| | Regular | 9,2% |
| | Mala | 1,1% |
| | Total | 100% |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.6. Paraguay

A) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.6.1.
Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Paraguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|-------------|
| Estadía media global | 11,2 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 8,8 |
| Visita familiares y/o amigos | 13,9 |
| Negocios/Profesional | 6,6 |
| Ferías y Congresos | 6,0 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 5,1 |
| Casa familiares y/o amigos | 13,1 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.6.2.
Gasto medio diario de los turistas residentes en Paraguay. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 96,3 |
| Gasto medio en dólares | USD 39,0 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.7. México

A) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.7.1.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en México. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 7,2 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,8 |
| Visita familiares y/o amigos | 7,5 |
| Negocios/Profesional | 6,2 |
| Ferías y Congresos | 4,2 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 6,1 |
| Casa familiares y/o amigos | 8,7 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.7.2.

Gasto medio diario de los turistas residentes en México. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|-----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 295,6 |
| Gasto medio en dólares | USD 102,3 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.8. Perú

A) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.8.1.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Perú. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 8,9 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,0 |
| Visita familiares y/o amigos | 13,7 |
| Negocios/Profesional | 7,1 |
| Ferías y Congresos | 3,3 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 5,0 |
| Casa familiares y/o amigos | 14,5 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.8.2.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Perú. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 266,3 |
| Gasto medio en dólares | USD 89,8 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.9. Bolivia

A) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.9.1.

Estadía media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Bolivia. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 8,8 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,4 |
| Visita familiares y/o amigos | 13,3 |
| Negocios/Profesional | 5,6 |
| Ferías y Congresos | 3,6 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 5,2 |
| Casa familiares y/o amigos | 14,4 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.9.2.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Bolivia. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 177,9 |
| Gasto medio en dólares | USD 60,6 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

2.4.10. Francia

A) Características del viaje a la Ciudad de Buenos Aires

Cuadro 2.4.10.1.

Estadía Media por Motivo de viaje y por Tipo de alojamiento (en noches) de los turistas residentes en Francia. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------------|------------|
| Estadía media global | 8,8 |
| Motivo de viaje | |
| Vacaciones | 6,4 |
| Visita familiares y/o amigos | 14,9 |
| Negocios/Profesional | 8,8 |
| Tipo de alojamiento | |
| Hotel | 5,4 |
| Casa familiares y/o amigos | 10,4 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

B) Nivel de Gasto

Cuadro 2.4.10.2.

Gasto medio diario de los turistas residentes en Francia. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

| | |
|------------------------|----------|
| Gasto medio en pesos | \$ 190,8 |
| Gasto medio en dólares | USD 65,1 |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

3. Anexo



Anexo 1. **Ciudades del interior y del exterior del país conectadas por vía aérea con la Ciudad de Buenos Aires.**

Ciudades

| | |
|--------------------|-------------------------|
| Asunción | Miramar |
| Bahía Blanca | Montevideo |
| Barcelona | Neuquén |
| Bariloche | New York |
| Bogotá | Panamá |
| Caracas | Paraná |
| Chapelco | París |
| Comodoro Rivadavia | Porto Allegre |
| Córdoba | Posadas |
| Corrientes | Puerto Madryn |
| Curitiba | Punta del Este |
| Dallas | Resistencia |
| El Calafate | Río de Janeiro |
| Esquel | Río Gallegos |
| Florianópolis | Río Grande |
| Frankfurt | Roma |
| Iguazú | Rosario |
| Jujuy | Salta |
| Kuala Lumpur | San Juan |
| La Habana | San Luis |
| La Paz | San Pablo |
| La Rioja | San Rafael |
| Lago Argentino | Santa Cruz de la Sierra |
| Lima | Santa Fe |
| Londres | Santiago de Chile |
| Madrid | Sidney |
| Mar del Plata | Toronto |
| Mendoza | Trelew |
| México | Tucumán |
| Miami | Ushuaia |
| Milán | Zurich |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

Anexo 2. **Museos dependientes del Gobierno de la Ciudad. Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.**

Museos dependientes del Gobierno de la Ciudad

| |
|--|
| Arte español Enrique Larreta |
| Arte Hispanoamericano Isaac F. Blanco |
| Arte Moderno |
| Artes Plásticas Eduardo Sívori |
| Brigadier General Cornelio de Saavedra |
| De la Ciudad |
| Del cine Pablo C. Ducros Hicken |
| Luis Perloti |
| Motivos Argentinos José Hernández |

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC.

Anexo 3.
Museos dependientes del Gobierno de la Nación
situados en la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

Museos dependientes del Gobierno de la Nación

Museos Nacionales
Museo Nacional de Bellas Artes
Museo Histórico Nacional
Museo Casa de Yrurtia
Museo Nacional de Arte Oriental
Museo Mitre
Museo Nacional de Arte Decorativo
Museo Histórico Nacional del Cabildo
Museo Nacional del Grabado
Museo Histórico Sarmiento
Museo de la Historia del Traje
Museo Casa de Ricardo Rojas
Comisión Nacional de la Manzana de las Luces
Museo Histórico Rojas - Instituto de Investigaciones Históricas

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de DGEyC.

Anexo 4.
Centros de información turística. Ciudad de Buenos
Aires. Año 2003.

Centros de Información Turística

Florida
Puerto Madero
Recoleta
San Telmo
Retiro
Abasto de Buenos Aires *Shopping Center*

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a datos de Subsecretaría de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

Anexo 5.
Organismos oficiales vinculados a la actividad turística con sede en la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

Organismos oficiales

Administración de Parques Nacionales
Dirección Nacional de Población y Migraciones
Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto
Organismo Regulador del Sistema Nacional de Aeropuertos
Secretaría de Turismo y Deporte
Subsecretaría de Turismo de GCBA

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA.

Anexo 6.
Organismos internacionales vinculados a la actividad turística con sede en la Ciudad de Buenos Aires. Año 2003.

Organismos Internacionales

International Air Transport Association (IATA)
Agency Accreditation Services (AAS)
Billing Settlement Plan (BSP Argentina)
Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA.