

UNIVERSIDAD FASTA

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

BARILOCHE, MÁS ALLÁ DEL TURISMO

YANINA ANDREA CATALDO

Carrera: Licenciatura en Marketing

Facultad de Ciencias Económicas

Profesor Titular: Samir Fernández Hachim.



2015/16



Bariloche – Río Negro - Argentina

Agradecimientos

A mi familia, en especial a mi mamá que siempre me acompaña en cada proyecto que emprendo en mi vida.

A mi amigo que me ayuda y acompaña en cada progreso, a mis amigas hermanas que me tienen la paciencia necesaria para comprender mis tiempos. A todos mis profesores de la Universidad Fasta y de la Escuela Argentina de Negocios por la formación de todos estos años y a los tutores que me han acompañado en esta etapa.

Infinitas gracias.

INDICE DE CONTENIDOS

Introducción	p.4
Justificación	p.5
CAPÍTULO I	
Objetivo General	p.5
Objetivos Específicos	p.5
Marco teórico Introducción	p.6
Marco teórico	p.6
Efecto multiplicador sobre las economías regionales	p.6
Problema de investigación	p.7
Términos relacionados.....	p.9
CAPITULO II	
Análisis de la demanda	p.11.
Distribución de llegadas	p.13
Pernoctaciones y viajeros.....	p.14
Ranking de ciudades más visitadas.....	p.14
Contribución del turismo a la economía.....	p.15
Nivel de empleo	p.15
Empleos generados en turismo	p.16
Datos a considerar a nivel regional y nacional	p.16
Incidencia en la región Patagonia	p.17
Ingresos por turismo internacional	p.18
Turismo de Reuniones Datos Relevantes	p.18
CAPITULO III	
Plan de Acción Bariloche más allá del Turismo	p.22
CAPITULO V	
Conclusión	p.39
Anexo I: Desgravación Entrevista.....	p.40
Anexo II: Agendas de Congresos, Convenciones, etc.	p.43
Anexo III: Notas periodísticas de interés	p.54
Anexo IV: Biografía y fuentes de información	p.62

Introducción

La ciudad de Bariloche es una de las más importantes de la Provincia de Río Negro y de la Patagonia Argentina, con una extensión territorial de más de 220 kilómetros y paisajes reconocidos como parte de los más bellos de Latinoamérica.

Situada a 1700 km de la Provincia de Buenos Aires, cuenta con más de 700 establecimientos hoteleros, entre hoteles de categoría, hosterías, cabañas y hospedajes familiares.

En la ciudad se desarrollan múltiples actividades culturales y deportivas, y actualmente posee un importante y moderno abanico gastronómico para ofrecer a los visitantes de todo el mundo.

Bariloche ha atravesado en los últimos cinco años diversas situaciones que han ocasionado un incremento en el nivel de desempleo, producto de contingencias económicas y de la ocurrencia de desastres naturales como las erupciones volcánicas por las que toda la región se vio fuertemente afectada.

Sumado a lo mencionado en el párrafo precedente, el cambio constante de la coyuntura económica y los cambios dinámicos del clima ha provocado que gran parte de los turistas, casi cautivos, que elegían Bariloche como destino de invierno, en la actualidad prefieran otros destinos. Uno de los casos más relevante es la caída en la recepción de turismo brasilero.

Luego de atravesar estas contingencias, Bariloche ha intentado renovarse cambiando el paradigma de ser sólo un destino elegido por la nieve, desarrollando diversas actividades para la temporada de verano.

No obstante, existen actividades de gran relevancia económica en las que Bariloche no ha logrado posicionarse.

El motivo de elegir como título para este trabajo final de graduación "*Bariloche, más allá del Turismo*" y como tema central el desarrollo y posicionamiento de la ciudad como sede de eventos internacionales se debe a que resulta imperioso para el desarrollo sostenido, la definición de estrategias que impulsen la economía local para lograr que Bariloche sea una ciudad sustentable, con ingresos constantes, con fuentes de empleo durante todo el año y con niveles de ocupación permanentes.

Justificación

El flujo de ingresos a través de la realización local de Congresos, Convenciones y Conferencias internacionales proporciona un incremento en la calidad de vida de los habitantes al permitir un mayor flujo de ingresos por el factor multiplicador que esta actividad genera.

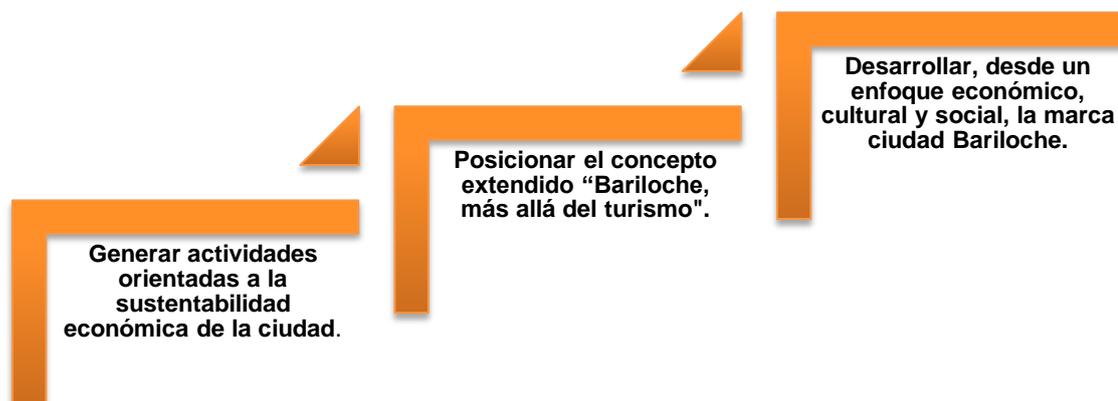
Bariloche ha ingresado en el año 2010 al “Ranking ICCA” (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) lo que favorece la integración de actividades de nivel internacional y el desarrollo de proyectos de largo plazo.

CAPÍTULO I

Objetivo general

Posicionar a Bariloche como ciudad sede para el desarrollo de Congresos, Convenciones y Seminarios internacionales focalizándolos en temas de investigación y desarrollo tecnológico y de servicios.

Objetivos específicos



Introducción al Marco Teórico

Para el desarrollo del marco teórico se utilizarán varios conceptos relacionados a la temática del trabajo, entre los cuales se destacan: el turismo de reuniones, el turismo y sus actividades vinculadas, el turismo como generador de empleo, el factor multiplicador que representa para la región y el marketing de ciudades, entre otros.

Se tomarán conceptos y teorías de diversos referentes en la materia, entre los cuales se valoran de forma sistemática los que surgen de la Organización Mundial del Turismo, del Ministerio de Turismo de la Nación, de las políticas de desarrollo de turismo a nivel Estado y de autores como Toni Puig, David A. Aaker, George S. Day, Philip Kotler y Kevin Lane.

Marco teórico

El marketing de ciudades nace a partir de la necesidad de buscar una identidad propia que ponga de manifiesto los valores de una ciudad para proyectar sus recursos y cualidades, a públicos internos y externos¹.

Tony Puig, Reconocido mundialmente por su obra MARCA CIUDAD, en su primer capítulo enuncia que el mundo está cambiando, que las ciudades están cambiando y que rediseñar es cambiar, de esto se trata y cuadra en su totalidad con el hoy de San Carlos de Bariloche, ciudad que paso largamente los 150.000 habitantes y que centra su actividad en el TURISMO, como alguien enuncio, una industria “sin chimenea”. En principio debemos definir por lo tanto que modelo de ciudad queremos para así saber cuáles son las políticas de gobierno municipal que debemos establecer, plantearnos que el modelo de ciudad se debe basar en un desarrollo inteligente, sostenido y de excelencia del sector turístico y más precisamente del turismo relacionado con eventos y convenciones, es la premisa básica para incrementar la calidad de vida de los habitantes de esta ciudad cordillerana.

Este proceso que planteamos en este Trabajo Final conlleva precisamente, como expone el citado escritor, a que “rediseñemos” nuestra manera de comprenderla y actuar. Rediseñemos nuestra manera de trabajar para ella. Rediseñemos su gestión y comunicación. Simplemente: rediseñemos. A primera vista parece complejo pero con una adecuada Planificación Estratégica el éxito estará a nuestro alcance.

¹ “Marca Ciudad” (2008) – Toni Puig.

Hoy Bariloche es una ciudad que ha crecido en forma acelerada , no acompasado con ingresos que sostengan un estándar de calidad de vida, han crecido los barrios periféricos, donde se denota pobreza, falta de servicios públicos, carencia en materia de infraestructura, educación etc., producto de ello es que gran parte de esos habitantes llegaron a la ciudad con la construcción de complejos hoteleros o vinculados a la construcción de viviendas, y que una vez finalizado su cometido quedaron asentados en dichos barrios con trabajos precarizados o con ausencia de ello.

Está claro que el no desarrollo de iniciativas, como la que se plantea en este trabajo, genera más situaciones de familias con necesidades básicas insatisfechas corriendo el riesgo como dice es escritor referenciado de tener: *“...Exclusión en alza. Barrios deteriorados, pobreza palpable, calles descuidadas, sensación de que la ciudad cualquier mañana no estará...” Polarización entre ricos y pobres: muy ricos y muy pobres. Quedan fuera del circuito de oportunidades actuales. Que son diferentes: están en la esfera del conocimiento, el desafío, la suma, la innovación. Se convierten en grandes campamentos para la supervivencia. Son ciudades que se auto desmarcan. Ciudades que no quieren entender que la ciudad es casa común desde todas las diferencias. Y que las casas, especialmente las grandes y para muchos, exigen un diseño pensado, actualizado. Casas que deben ser sostenibles Y, a menudo, reinventadas.*

Bariloche a diferencia de lo mencionado precedentemente ha construido una marca ciudad, insipiente, pero marca al fin, ya que su enorme belleza, su entorno, ha dado la vuelta al mundo, por eso creemos que si se plantea como hipótesis que desarrollando el turismo receptivo de eventos y reuniones, el éxito estará asegurado.

De seguro el proceso que intentamos motorizar demandara años, por eso es importante la planificación, como objetivos claros, metas alcanzables y sostenidas en el tiempo y sustentables, lo que implica sí o sí que esto sea una Política de Estado, ya sea Municipal, Provincial o Nacional, ya que lo despersionaliza del político de turno.

Puig indica *“...teniendo presente que una ciudad no se cambia en menos de quince años. Jamás en cuatro, como alucinan algunos políticos. Continuando el éxito de Barcelona es que logró empalmar tres turnos de alcaldes persiguiendo el mismo objetivo: mejorar la ciudad. Un equipo con visión. Y que imposibilita o salta la burocracia del sistema que no deja crecer, rediseñar, la ciudad. En otras palabras: un*

equipo con poder para proponer, elegir, cambiar y construir. Es la clave. Si no elegimos el tipo de ciudad que queremos rediseñar, nos quedaremos en la mediocridad...”.

En el marco del problema que se plantea en este trabajo, este tipo de gestiones de marketing y planeamiento estratégico está orientado a re-pensar o “rediseñar” la ciudad, a generar actividades que coadyuven a una reingeniería de Bariloche con miras al futuro.

Como se marca en la introducción, Bariloche se ve expuesta a constantes desequilibrios económicos y sociales, producto de estar enfocada durante décadas en ser una ciudad netamente turística.

Actualmente Bariloche cuenta con importantes centros de alta tecnología e investigación, lo que genera posibilidades de desarrollo tanto a nivel local como regional.

El efecto multiplicador sobre las economías regionales

El turismo incluye un gran número de industrias con las cuales mantiene vínculos directos (alojamiento, alimentación, agencias de viajes, transportes, alquiler de coches, entre otras), mientras que con otras industrias tiene vínculos indirectos (por ejemplo, los bancos, los seguros, la el servicio logístico de consumo, las telecomunicaciones, y la construcción).

La contribución del turismo a la economía local y nacional es abordada desde el lado del consumo, o sea, identificándose el impacto de las actividades de los visitantes en la producción y el empleo en el local de destino, y en la economía del país. Por otra parte, el turismo también puede ser analizado desde el lado de la oferta, analizando la organización productiva de una serie de actividades orientadas principalmente al consumo de los visitantes.²

Problema de investigación

Actualmente la realización de este tipo de eventos es casi nula y la ciudad no cuenta con un centro especializado, destinado a los eventos de nivel internacional.

Desde el municipio se proyecta el diseño de una sede de este tipo dentro del futuro polo tecnológico e industrial.

² CEPAL - LATN (Red Latinoamericana de Política comercial/ Latin American Trade Network).

Términos relacionados al Turismo de Reuniones, los cuáles serán utilizados a lo largo del desarrollo del presente trabajo

Conferencia: Encuentro convocado por una persona, empresa o entidad para transmitir un mensaje o dar a conocer un tema en particular, generalmente por invitación. Deben ser de corta duración para poder aprovechar al máximo la atención del auditorio y tratar un temario limitado.

Congreso: Reunión periódica que nuclea a los miembros de una asociación, organismo o entidad para debatir cuestiones previamente fijadas. Por lo general, se celebran una vez al año, aunque los de carácter internacional se suelen organizar cada 24 meses, y su duración oscila entre los dos y los cinco días.

Convención: Evento formal y genérico de cuerpos legislativos, político sociales o económicos, cuyo propósito es proveer información respecto de una situación particular para luego deliberar y establecer consenso entre sus participantes.

Encuentro: Una reunión que posee las características de flexibilidad en la forma y dinámica que puede adquirir según lo determine el organizador, siendo variable su duración y el alcance de su convocatoria acorde a la temática que lo origina. Puede estar organizado por una asociación para fomentar una actividad concreta.

Exposiciones: Predominantemente son promocionales e institucionales. Sólo se exhiben y promocionan productos y servicios pero el proceso completo de venta no se realiza en el momento, independientemente de la magnitud de la muestra. Aquellas donde ocurre sólo su exhibición y promoción.

Evento deportivo de alcance internacional: eventos que convocan a atletas de diferentes países a participar de un torneo o competencia que se realiza durante más de una jornada. Son eventos que se realizan de manera regular y su sede rota por diversos países.

Ferias: Son comerciales. En la feria se vende y eventualmente el producto se entrega en el lugar. Predomina la comercialización de los productos y servicios.

Foro: Todo tipo de oratoria, conversación o debate sobre un tema en el que participan todos los presentes.

Incentivo: Constituyen un instrumento de la estrategia de motivación que utilizan las empresas para estimular el rendimiento de su personal. También utilizado para que la empresa comunique ciertos planes de estrategia dejando atrás la habitual sala de reuniones.

Jornada: Encuentro que, con la modalidad de talleres o conferencias, trata un tema ante un auditorio y cuyos resultados se publican posteriormente. Esta denominación se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día, se realizan las disertaciones, se debate y se arriba a conclusiones en una misma jornada.

Pernoctaciones: indican la cantidad de noches que los turistas se alojan en establecimientos hoteleros para-hoteleros.

Seminario: Reunión de estudio donde se desarrolla en profundidad un tema determinado. Cada uno de los oradores expone en forma individual desde su área específica y desde su punto de vista. Suele darse como actividad integrada o paralela en algunos congresos.

Simposio: Reunión de un grupo de entre tres y seis expertos o técnicos que exponen sucesivamente distintos aspectos del asunto tratado con una cantidad limitada de personas. Cada intervención se extiende durante 15 minutos y aborda un área particular del tema que lo convoca. De esta manera el público tiene una visión integrada del tema que los ocupa.

Viajeros hospedados: indica el número de turistas alojados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros.

Workshop: Jornada profesional utilizada como Bolsa o Mercado de Contratación donde se contacta la oferta y la demanda. Busca facilitar el intercambio comercial entre ambas.

CAPÍTULO II

Análisis de la demanda

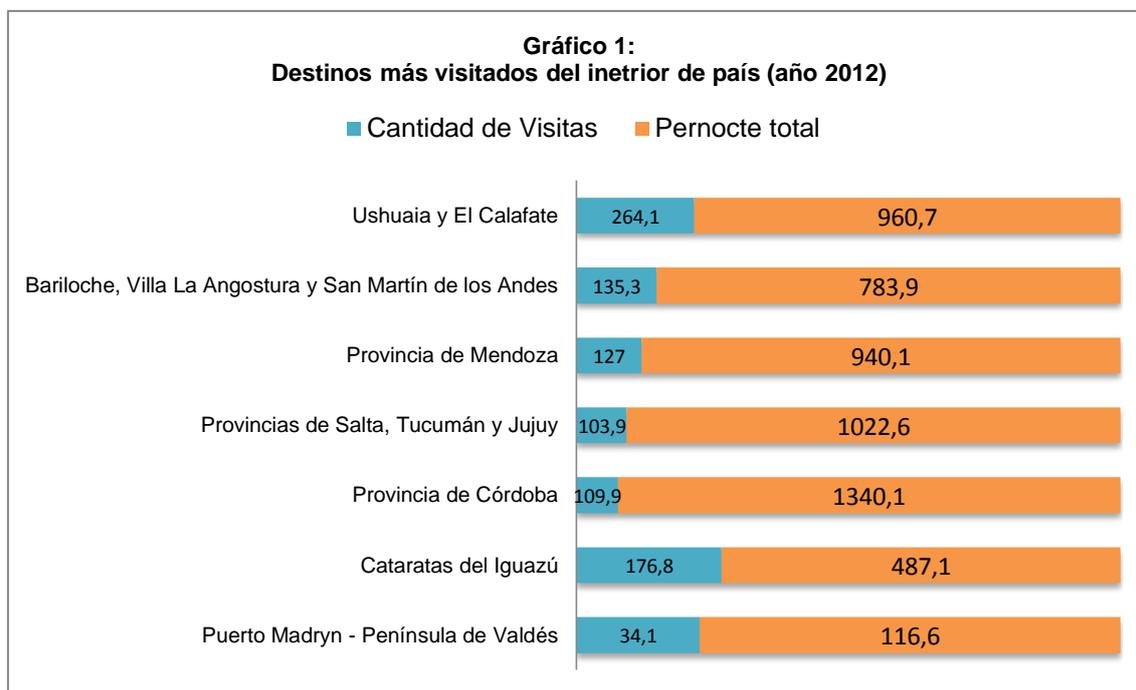
En primer término serán analizados algunos indicadores que permitan visualizar la evolución del turismo internacional, la estadía promedio, la generación de puestos de trabajo, como también observar cuán importante es el turismo receptivo de aquellos visitantes que llegan al país por negocios o trabajo.³ Luego, parámetros similares en San Carlos de Bariloche, lo que permitirá determinar el desafío por recorrer.

Así mismo, se analizará la importancia del turismo de reuniones a nivel mundial por tipo o sector y por países. El último tópico será analizar Argentina frente al volumen de organización de eventos, su importancia y participación en el marco global.

1. Turismo receptivo

1.1. Destinos más visitados de la Argentina – Su importancia

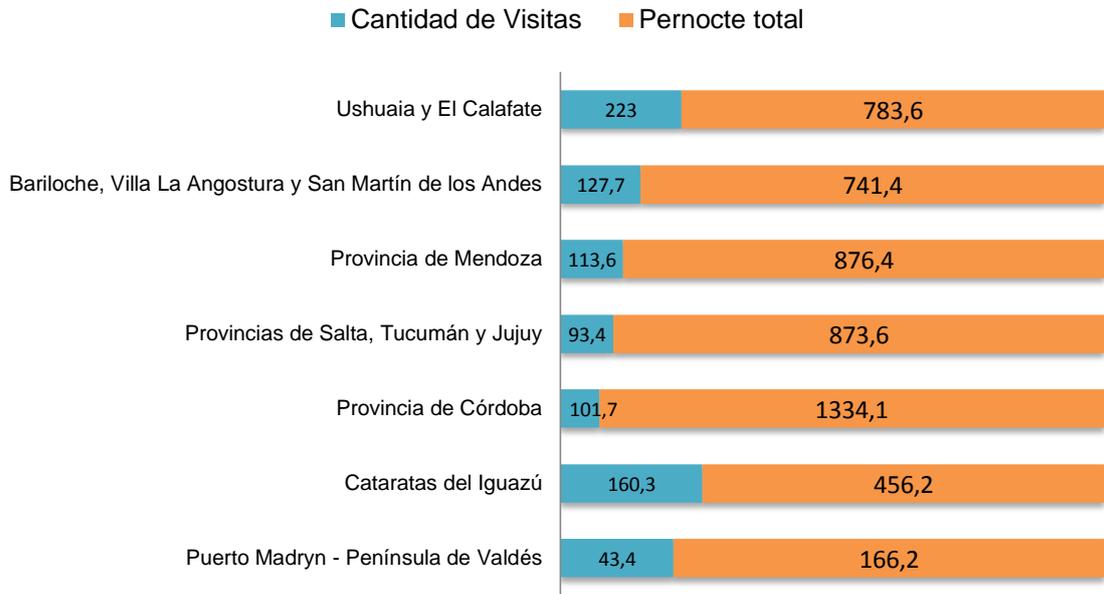
Cantidad de visitas = cantidad de turistas arribados; Pernoctes = alojamiento por cantidad de turistas



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC, Turismo Internacional – (en miles)

³ Todos los gráficos de datos son de desarrollo propio según datos marcados en sus fuentes.

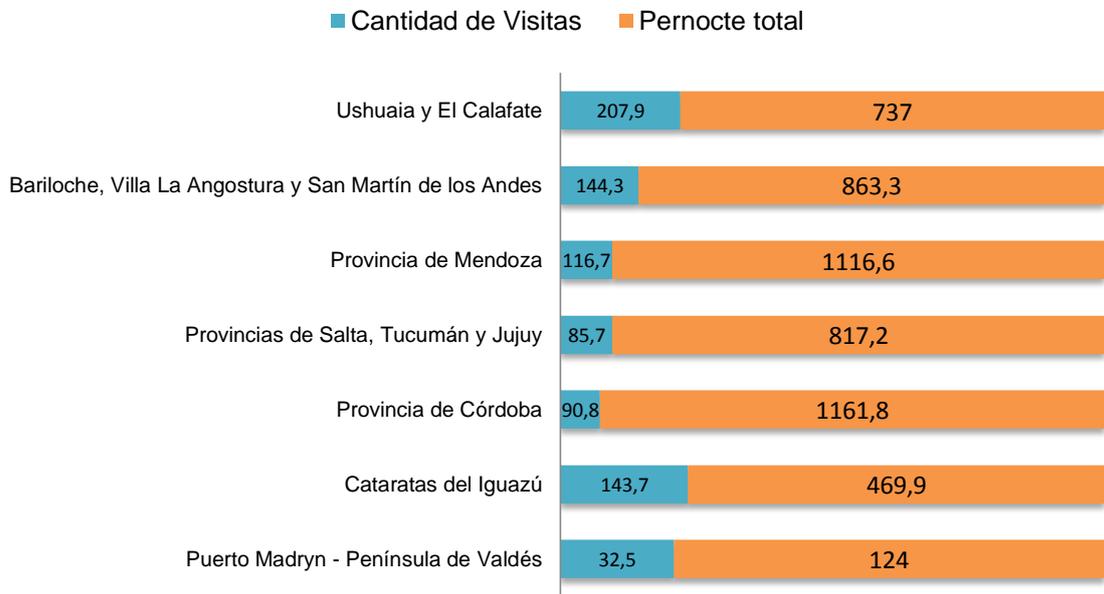
**Gráfico 2:
Destinos más visitados del interior de país (año 2013)**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC, Turismo Internacional – (en miles)

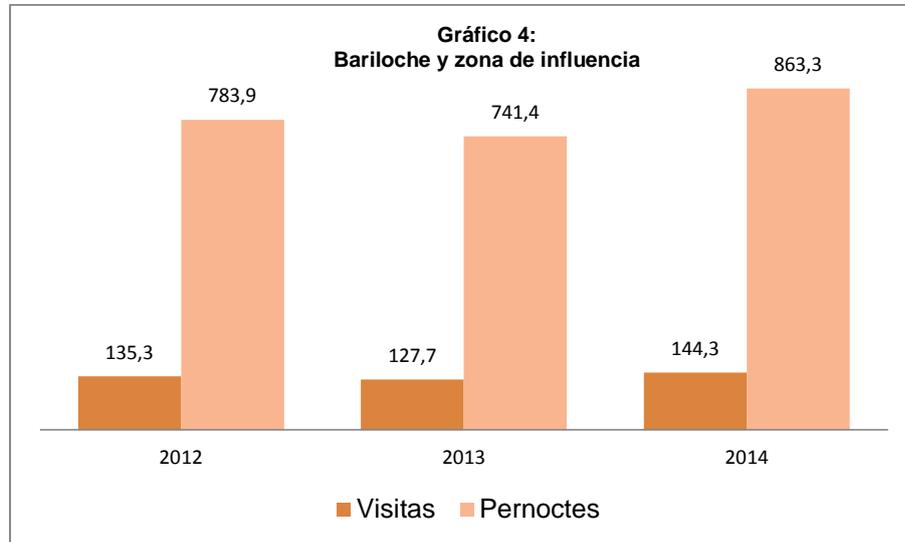
Cantidad de visitas = cantidad de turistas arribados; Pernoctes = alojamiento por cantidad de turistas

**Gráfico 3:
Destinos más visitados del interior de país (año 2014)**



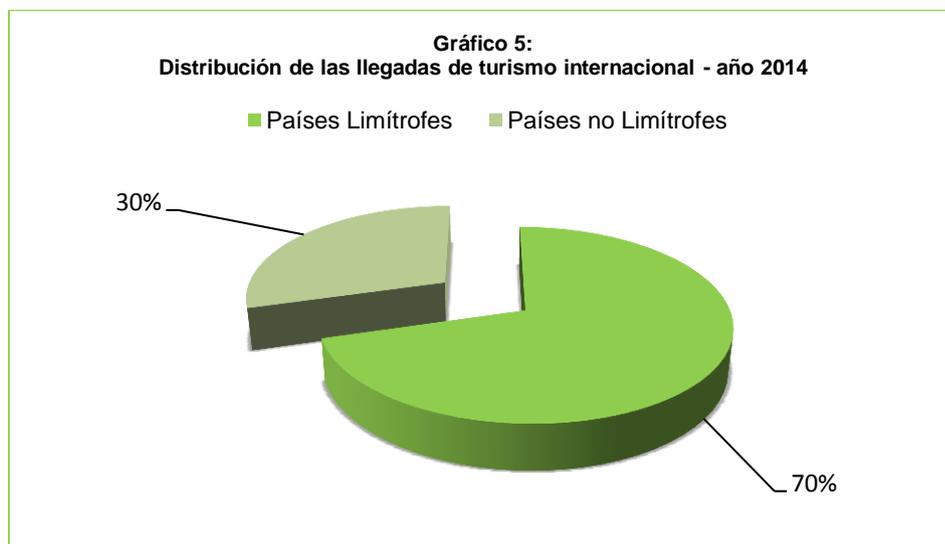
Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC, Turismo Internacional – (en miles)

Puede observarse que en los últimos tres años, Bariloche y su zona de influencia tiene una recepción turística uniforme que ronda en promedio los 800 mil pernoctes sobre 140 mil turistas promedio.



La ciudad de Bariloche se halla entre las de mayor importancia, lo que permite inferir que posicionar a la ciudad en el tema de referencia es viable y con un escenario positivo.

1.2. Distribución de las llegadas de turismo internacional - año 2014



Fuente: Ministerio de Turismo, SSDT, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

Según datos obtenidos del Ministerio de Turismo de la Nación, en el año 2014, la mayor parte de los turistas que arribaron al país, lo hicieron desde países limítrofes

(70%). Respecto a la distribución del gasto los turistas provenientes de países limítrofes generaron el 50% del gasto total.

1.3. Pernoctaciones y viajeros hospedados 2014 - 2015

Total país. Años 2014 - 2015*					
2014	Pernoctaciones	Viajeros hospedados	2015	Pernoctaciones	Viajeros hospedados
	46.394.639	19.370.065		23.974.717	9.724.020

*2015 Hasta el mes de junio inclusive.
Fuente: Ministerio de Turismo, SSDT, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

1.4. Ranking de ciudades más visitadas del país

De las pernoctaciones y viajeros hospedados residentes, la Patagonia se ubica, para el mes de junio 2015, en el 3er lugar del ranking con: 347.082 pernoctaciones en total (296.261 residentes y 50.821 no residentes).

Región Patagonia	Pernoctes Totales	Junio 2015*	
		Residentes	No residentes
San Carlos de Bariloche	89.414	66.313	23.101
Villa La Angostura	4.869	4.196	673
Las Grutas	649	631	-
Ciudad de Neuquén	28.362	26.284	2.078
Puerto Madryn	9.147	8.862	285
Río Gallegos	13.779	13.389	390
San Martín de los Andes	14.399	13.568	831
Santa Rosa	13.772	13.334	438
Ushuaia	23.576	17.239	6.337
Viedma	4.298	4.225	-

*2015 Hasta el mes de junio inclusive. Fuente: Ministerio de Turismo, SSDT, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

2. Contribución del turismo a la economía

La contribución del turismo al PBI (Producto Bruto Interno) puede ser apreciada como la medida de la contribución del turismo en sus actividades características y no características, así como las relacionadas a la economía en general. El turismo en todas sus ramas genera una cierta cantidad de efectos a la económica local, regional y mundial⁴.

Según la Organización Mundial del Turismo – OMT y la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, el turismo contribuye a la economía en forma directa, indirecta e inducida:

Efectos directos	Efectos indirectos	Efectos inducidos
Son los que se generan con los gastos locales que inician la cadena, es decir los gastos directos de los turistas (transporte desde y hacia el lugar de destino, alojamientos, alimentos, transporte local, excursiones, entretenimiento, etc.).	Están referidos a la cadena de compras y gastos en bienes y servicios que realizan las empresas receptoras de los gastos turísticos y direccionados a sus proveedores de bienes y servicios.	Se refieren a una serie de gastos locales que se originan con los ingresos que perciben los dueños de las empresas y los empleados de las mismas, de cada uno de los sectores relacionados con el turismo y que generan a su vez otras actividades de forma sucesiva.

2.1. Nivel de empleo: crecimiento

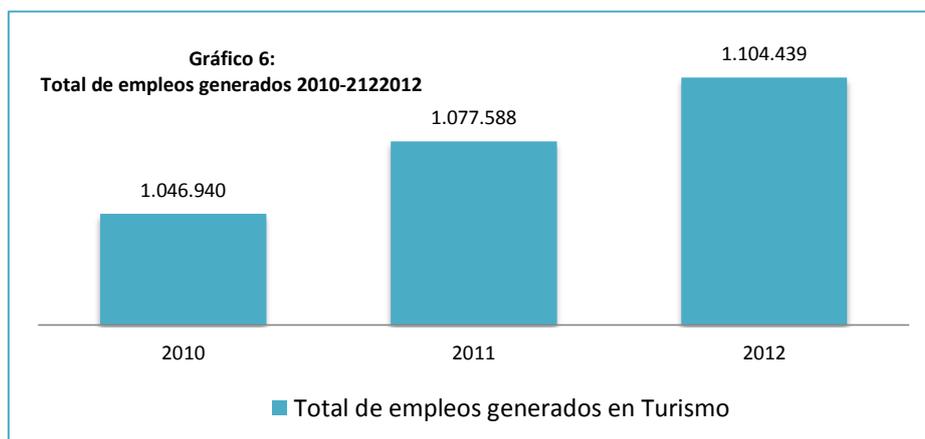
El nivel de empleo es un indicador clave que permite analizar los ejes de desarrollo productivo y socioeconómico convirtiéndose en un factor estratégico. Las actividades turísticas no sólo son importantes por el empleo que generan de manera directa, sino también por el efecto multiplicador que tienen sobre el resto de la economía local y regional.

⁴ Organización Mundial del Turismo – OMT.

Los datos expuestos en las tablas y gráficos que siguen reflejan este impacto:

Llegada de turistas internacionales (en millones)					
Año	2010	2011	2012	2013	2014
	5.325.129	5.704.648	5.585.061	5.570.969	5.935.300

2.2. Empleos generados en turismo



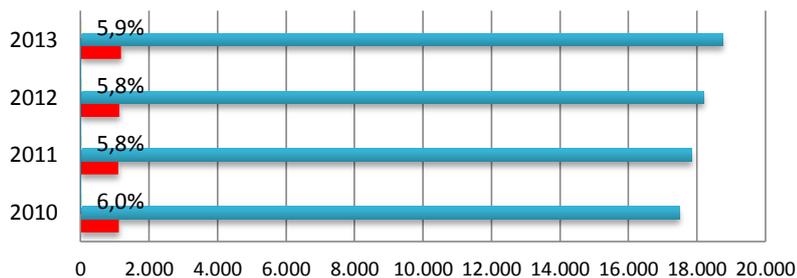
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo, SSDT, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

2.3. Datos a considerar a nivel nacional y regional según rama de actividad

Según la Organización Mundial del Turismo - OMT, una industria turística surge de la agrupación de todos los establecimientos con la misma actividad principal que atiende directamente las necesidades de los visitantes y que se trata de una de las actividades características del turismo⁵. Por consiguiente, en adelante, entiéndase RCT como Rama Característica del Turismo. (Alojamientos, restaurantes, transportes, entretenimiento y esparcimiento, otros).

⁵ Organización Mundial del Turismo – OMT .

**Gráfico 7:
Puesto de trabajo en RCT vs Otros rubros**



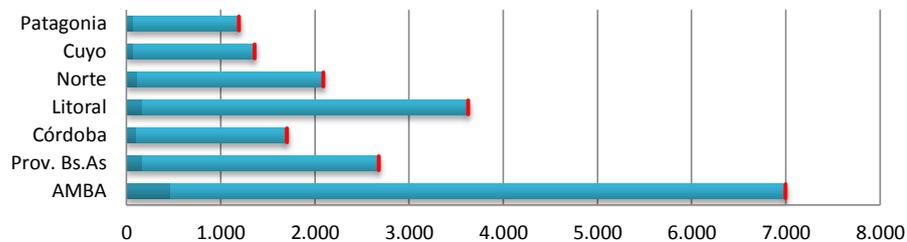
	2010	2011	2012	2013
■ Peso de puestos empleo RCT en el total de puestos/país	6,0%	5,8%	5,8%	5,9%
■ Puestos de trabajo otros rubros	17.497	17.845	18.187	18.755
■ Puestos de trabajo en RCT	1.114	1.097	1.125	1.185

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Turismo, SSDT, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

Como se puede observar en el gráfico anterior, en el año 2013 se registraron 1.185 millones de puestos de trabajo, con un incremento del 5,1% respecto al año anterior.

2.4. Incidencia región Patagonia sobre total del país

**Gráfico 8:
Puestos de trabajo por RCT a nivel regional
Periodo 2012-2013**



	AMBA	Prov. Bs.As	Córdoba	Litoral	Norte	Cuyo	Patagonia
■ Rama característica del turismo	464	167	106	165	114	68	71
■ No característica	6.530	2.508	1.594	3.459	1.972	1.288	1.119
■ Puestos de trabajo	6,6%	6,3%	6,2%	4,5%	5,5%	5,0%	6,1%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

2.5. Ingresos económicos por turismo internacional (total país)

Ingresos económicos por turismo internacional (en miles de millones de U\$S)					
Año	2010	2011	2012	2013	2014
	4,8	5,2	4,7	4,2	4,4

Fuente: Ministerio de Turismo, SSDT, Dirección de Estudios de Mercado y Estadística

3. Turismo de reuniones datos relevantes

Congresos Internacionales por país durante el año 2014

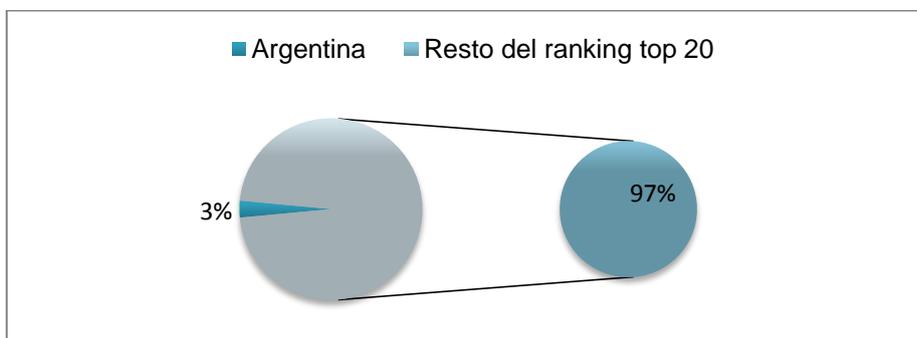
Tabla 1

Puesto n°	País	Cantidad
1	Estados Unidos	831
2	Alemania	659
3	España	578
4	Reino Unido	543
5	Francia	533
6	Italia	452
7	Japón	337
8	China	332
9	Holanda	307
10	Brasil	291
11	Austria	287
12	Canadá	265
13	Australia	260
14	Suecia	238
15	Portugal	229
16	Suiza	226
17	República de Corea	222
18	Argentina	191
19	Turquía	190
20	Bélgica	187

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones

Como se puede apreciar en la tabla 1, la Argentina se posicionó nuevamente dentro del ranking mundial top 20, en el puesto número 18. Estados Unidos sigue siendo el líder en la industria del Turismo de reuniones a nivel mundial.

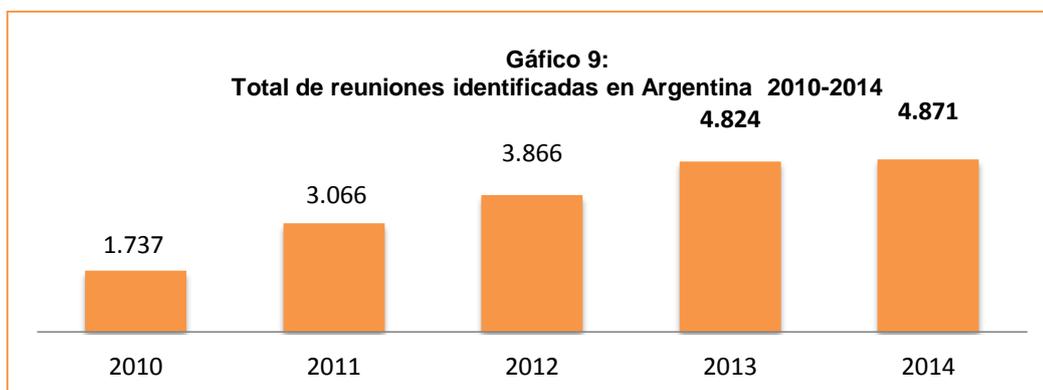
Durante el año 2014 se realizaron en todo el mundo 11.505 congresos internacionales, representando una merma del 1,5% respecto del año anterior en el que se registraron 11.685⁶.



Puede observarse que Argentina tiene una participación en el contexto mundial muy escasa y que debería ser potenciada, no obstante se encuentra dentro del ranking.

Turismo de reuniones en Argentina

4. Evolución de las Ferias y Congresos en Argentina

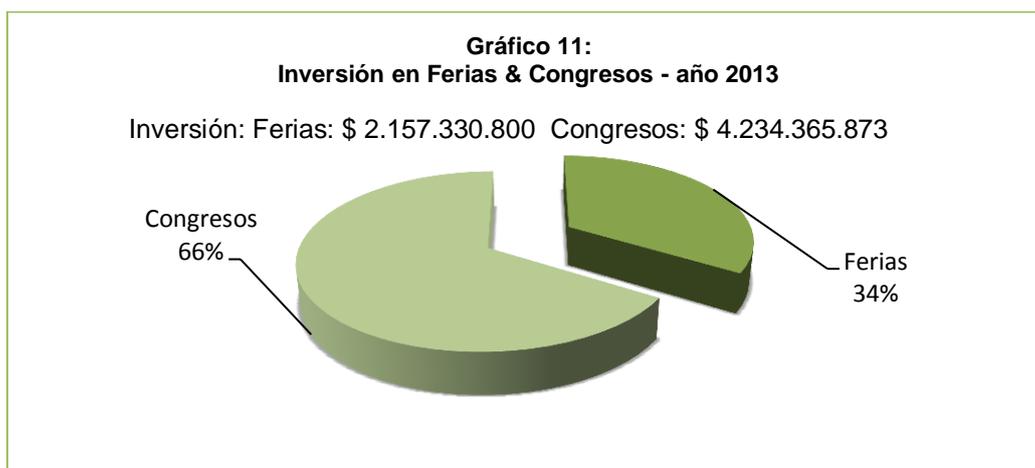


Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICCA

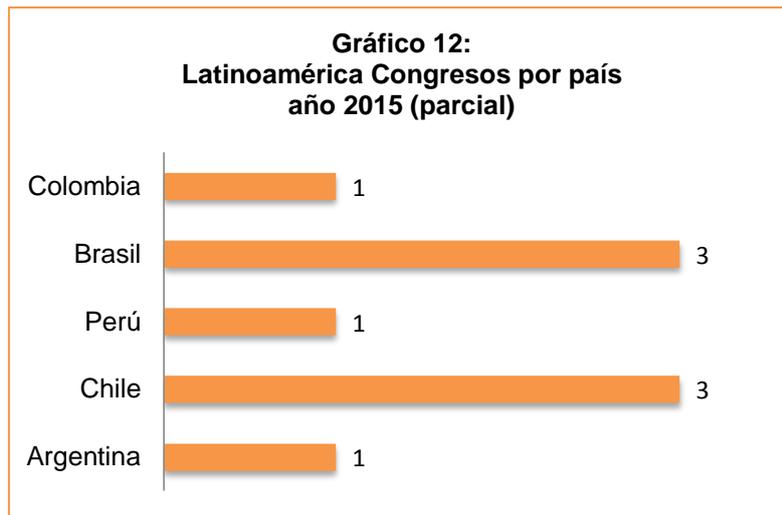
⁶ Datos publicados por la International Congress & Convention Association (ICCA).



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio - OETRA



Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICCA



Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICCA y del Observatorio UBA

En el año 2014 la Argentina registró un crecimiento del Turismo 4,7%, mientras que para el total de las Américas, Asia y el Pacífico se registró un crecimiento del 7% y 5% sucesivamente.

La industria del Turismo de Reuniones muestra una tendencia de crecimiento permanente. Como ya se mencionó en los capítulos anteriores, nuestro país, por sexta vez, se halla dentro del top 20 de países del ranking mundial, ocupando el puesto número 18, mientras que a nivel latinoamericano ocupa el puesto número 2, con un total de 191 congresos internacionales en 2014.

A nivel ciudades, la ciudad de Buenos Aires se encuentra en el puesto número 21 del ranking de ciudades del mundo como sedes de congresos internacionales, con 91 congresos realizados en 2014. Mientras que Mendoza tuvo un total de 21 congresos internacionales, Córdoba 17, ciudad de Rosario 9, ciudad de Mar del Plata 7 y la ciudad de Bariloche 6.

En todos los casos los meses de mayor número de reuniones son Agosto y Noviembre. Esta es una oportunidad para Bariloche pensando en estrategias de largo plazo, dado que son meses post temporada.

CAPÍTULO III

Plan de Acción para un “Bariloche, más allá del Turismo”

Introducción

La elección de esta temática para el desarrollo del Trabajo Final de Graduación, como bien se indicó en el inicio del mismo, surge frente a la ausencia de un plan estratégico para el turismo de reuniones en nuestra ciudad, que definiera más allá de las acciones que están delineadas para el fomento del turismo en general, un rumbo de largo plazo orientado al desarrollo sostenido, a la creación de puestos de empleo, al aprovechamiento de las potencialidades que tiene la ciudad por su característica propia como lo es la geográfica.

El gasto individual de las personas que forman parte del turismo de reuniones es habitualmente más elevado que el gasto promedio generado por los turistas que consumen Bariloche como destino en temporada de invierno o verano con fines de descanso y esparcimiento.

Hay que destacar además que el perfil socio económico de un profesional que participa de congresos y convenciones es en general más alto que el del segmento turístico común, más aún el turismo nacional.

En este contexto, Argentina, a través de políticas de desarrollo turístico y regional, ha determinado estrategias y acciones en pos de posicionar al país como uno de los mejores destinos para la realización de congresos, convenciones, ferias, incentivos y eventos internacionales, etc. (*ver Anexo III*).

Indicadores locales

Panorama actual de la ciudad de Bariloche

Según los datos arrojados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la ciudad de Bariloche tiene un total de 112.887 habitantes, siendo la población de mayor densidad la de 15 a 64 años.

Población de 15-64 años %	Población 15 a 64	Población de 65 y más
67,8%	90.500	10.413

No obstante existen discrepancias entre estos datos evaluados por el Centro de Estudios Regionales, donde estiman un total aproximado de 130.000 a 150.000 habitantes. Estas cifras podrán ser ratificadas o modificadas cuando se tengan datos de un nuevo censo poblacional.

Información local

Según valores arrojados por el análisis del resultado del censo de 2010 de la población total de la ciudad de Bariloche el 31% de la muestra no cubre la canasta básica.

Para el desarrollo del trabajo final se recurrió además a realizar una recorrida por toda la ciudad donde se visualiza un crecimiento del sector de barrios más humildes, a su vez la clase media local se encuentra en desarrollo y el nivel de construcción está en permanente crecimiento.

Es importante considerar que Bariloche cuenta con sedes de empresas y organismos tecnológicos que concentran un gran número de profesionales y técnicos, entre otros, INVAP SE, INVAP SA, CONICET Patagonia Norte, Centro Atómico, CONAE, Tecno-Acción, ALTEC SE.

Información sobre hotelería y alojamiento

Según el último análisis del Ministerio de Turismo de la Nación y el censo realizado por la Asociación Hotelera y Gastronómica y los datos publicados por el municipio, en el año 2012 la ciudad contaba con 25.192 plazas turísticas, según la siguiente distribución:

Estrellas	Cantidad	Tipo de establecimiento
5	5	Hoteles. Complejo y Apart entre las alternativas de máxima categoría.
4	16	Hoteles. Apart hotel y complejos.
3	44	Hoteles. Apart y complejos.
2	36	Hoteles y Apart hotel.
1	36	Hoteles, Apart hotel y complejo.
--	143	Departamentos, Casas, Hostels, Residenciales.

No obstante en la ciudad se visualizan mayor cantidad de establecimientos que los arrojados por el último censo.

La ciudad de Bariloche ocupa en el puesto número 3 (tres) del ranking de localidades según la oferta de plazas hoteleras, para-hoteleras y otros sobre el total país para el año 2014⁷.

Análisis DAFO

Debilidades

Uno de los aspectos centrales a considerar es, cuáles son las debilidades que encontramos al abordar este trabajo.

Son varias las situaciones que requieren generar acciones tendientes a instrumentar las soluciones requeridas.

a. **Infraestructura**

Es sabido que la ciudad de Bariloche no cuenta en la actualidad con un centro de convenciones que cuente con las comodidades de alojamiento y logística que permita albergar a conferencistas, seminaristas e integrantes de los encuentros de gran concurrencia, lo que atenta en sí mismo con la lógica del proyecto abarcado.

Sabido es, que un centro de Congresos y Convenciones debe contar, entre otras características, con:

- Equipamiento técnico de traducción simultánea.
- Equipos de audio y video.
- Tecnología de video conferencia.
- Salas de relax.
- Salas para grupos de trabajo.
- Sala de acreditación.
- Servicio de confitería, etc.

En el Plan de Acción serán definidas las actividades que pueden generarse para salvar y/o corregir esta fuerte debilidad.

Es clave, no obstante lo señalado, mencionar que Bariloche hoy cuenta con centros pequeños como son:

⁷ Ministerio de Turismo de la Nación.

. Bariloche eventos, salón con dos años de antigüedad aproximadamente, recibe eventos sociales y empresariales de cantidad de asistentes no superior a las 200 personas.

. Salón de reuniones de los hoteles Edelweiss, Llao Llao, Panamericano, Tunquelen. Todos con capacidades muy por debajo de lo que brinda un centro de convenciones especializado.

b. **Ubicación geográfica**

El territorio argentino se halla ubicado en el extremo sur del continente americano, con distancias entre países muy superiores a las que se hallan en Europa por ejemplo.

Buenos Aires

•EE.UU: distancia aproximada	8.857 km
•Alemania: distancia aproximada	11.700 km
•España: distancia apoximada	10.044 km
•Reino Unido: distancia aproximada	11.281 km
•Francia: distancia aproximada	10.840 km
•Italia: distancia aproximada	11.153 km
•Japón: distancia aproximada	18.498 km

Buenos Aires

• Bariloche : distancia aproximada	1.580 km
•Córdoba: distancia aproximada	700 km
•Rosario: distancia aproximada	290 km

Lo expuesto tiene dos aspectos a considerar. El primero la logística del traslado, el que requiere de una coordinación con las empresas de transporte aéreo de una extrema exactitud. El segundo es la disponibilidad de vuelos, lo que se deberá encarar en conjunto con las líneas aéreas conforme a los cronogramas generados de eventos.

c. **Atención al visitante**

Se deberá manejar este aspecto mediante campañas de difusión adecuadas, considerando que el efector es distinto al que normalmente viaja a Bariloche por motivo de vacaciones.

d. **Escasa política de comunicación**

A pesar de estar mencionada en último término, la principal debilidad de Bariloche es que no cuenta con políticas agresivas de comunicación que permitan abordar la temática planteada.

Amenazas

A. Factores climáticos no controlables

La posible ocurrencia de desastres naturales como las ocurridas en la región en 2011 y 2015, erupciones volcánicas, que generan inevitablemente una depresión del mercado y una desconexión de la ciudad con el resto del país.

B. Factores económicos no controlables

- a. Posibles contingencias por inestabilidad económica que se pudieran generar a nivel nacional y regional.
- b. Incremento en los costos de combustibles.
- c. Distancia entre la ciudad de Bariloche y la capital federal.
- d. Poca cantidad, o casi nula, salvo en temporada invernal, de rutas aéreas asignadas desde Bariloche hacia las demás ciudades patagónicas. Esto implica mayores costos en logística de transporte multimodal para llegar a la región Patagonia.
- e. Tipo de cambio y valores relativos.

Fortalezas

Sin muchos eufemismos se puede afirmar que Bariloche cuenta con dos fortalezas que colocan a la ciudad por delante del resto, a nivel regional, en referencia a la factibilidad de desarrollar este tipo de eventos:

- f. Bariloche es una marca a nivel nacional e internacional de gran prestigio.
- g. belleza natural incomparable, o comparable con los mejores paisajes del mundo, con estaciones definidas que permiten combinar el turismo de reuniones con el turismo de aventura.

Oportunidades

La Argentina se ubica en el puesto número 18 del ICCA esto es una oportunidad para seguir desarrollando acciones a través de los órganos competentes.

En el marco del 54° Congreso Mundial de la ICCA realizado en nuestro país la primer semana de noviembre del corriente año, el Ministro de Turismo señaló que: *“Para la Argentina, es muy importante desarrollarse en un segmento que genera en el mundo unos 1500 millones de dólares anuales y que permite reducir la volatilidad del turismo receptivo y la estacionalidad de la demanda turística⁸”*.

Además es de gran importancia el Plan de Turismo Federal y el impulso político que ha recibido Bariloche en los últimos tres años, así como la legislación que exime del pago del IVA a los extranjeros que participen en ferias, congresos y convenciones internacionales en nuestro país (Ley 23.349).

Visión y Misión del proyecto

Visión

- Ser el destino de Argentina elegido como sede de reuniones.

Misión

- Que Bariloche sea elegido como destino por las empresas y organismos tanto públicos como privados y por las empresas y burós especializados en la realización de Congresos & Convenciones.

Turismo de reuniones

El Turismo de Reuniones engloba actividades de negocios en las que las personas que integran el público o auditorio objetivo se trasladan de un país a otro, entre provincias o ciudades con el objetivo de participar de congresos, convenciones, seminarios, simposios, reuniones, etc.

Además del público específico, cuando la actividad se extiende por más de una jornada diaria, es frecuente que los asistentes sean acompañados por familiares. Esto representa un sin número de beneficios económicos para la ciudad sede.

⁸ Lanzamiento Congreso ICCA - Ministro de Turismo de la Nación “Enrique Meyer”.

En los últimos años el Estado argentino, a través del Ministerio de Turismo de la Nación, articulado con el Plan federal Estratégico de Turismo Sustentable y los organismos vinculados, tomó al Turismo de Reuniones como un tema estratégico para el desarrollo económico del país, haciendo foco en las economías regionales.



Posicionamiento

Bariloche hoy cuenta con algunas ventajas que apuntalan las acciones y estrategias en materia de Turismo.

Para lograr un posicionamiento continuo y sostenido a nivel internacional, la ciudad tiene que aprovechar los beneficios que otorga, a la gestión y planificación local, la marca país “Argentina” en el mercado global. El posicionamiento tiene que pensarse en base a la diferenciación, ya que la ciudad cuenta con una diversidad natural notable y desarrollos en materia tecnológica que impulsan las relaciones con el exterior.

Perspectivas del sector

Según estimaciones realizadas por referentes del sector, el Turismo de Reuniones presentará un crecimiento generalizado en todo el mundo.

Los estudios que se han llevado a cabo en el marco del Global Meeting Forecast 2016, de American Express Meeting & Events⁹, marcan tendencias que serán pilares en la gestión de este segmento:

- a. Las políticas de compliance: todas las referidas al cumplimiento de normas o cumplimiento regulatorio. Esto quiere decir que las empresas adapten sus prácticas a determinados estándares.
- b. La creciente influencia de la generación millennial: en la industria del turismo de reuniones cobra gran importancia, sobre todo en los eventos relacionados a programas de incentivo y motivación.
- c. Las apps móviles que integran hoy una herramienta fundamental en la fidelización y en las experiencias de los usuarios, profesionales, asistentes, delegados, etc.

Además, según el informe mencionado¹⁰, a nivel mundial las empresas van a incrementar sus presupuestos en eventos corporativos, siendo de gran valor estratégico para potenciar el sentido de pertenencia en las organizaciones.

⁹ American Express Meetings & Events.

¹⁰ Global Meeting Forecast 2016, de American Express Meeting & Events.

Objetivos específicos del proyecto

- Generar actividades orientadas a la sustentabilidad económica de la ciudad.
- Posicionar el concepto extendido "Bariloche, más allá del turismo".
- Desarrollar, desde un enfoque económico, cultural y social, la marca ciudad Bariloche

Metas del proyecto

- Lograr la construcción de un centro especializado de Congresos & Convenciones con las características estructurales y tecnológicas planteadas anteriormente.
- Ampliar el impacto del turismo de reuniones sobre el mercado local y regional teniendo como eje el multiplicador económico.
- Lograr que Bariloche sea sede de 10 congresos de nivel internacional por año.
- Ubicar a Bariloche entre las primeras 30 ciudades sedes de reuniones de Latinoamérica en 2018.

Actividades estratégicas

- Generar interacción con referentes locales.
Generar interacción con referentes provinciales y nacionales.
- Incrementar las acciones de promoción necesarias con el Ministerio de Turismo de la Nación y seguir desarrollando acciones para la gestión, planificación y logística regional y nacional con los nexos correspondientes que establezca el Instituto Nacional de Promoción Turística – IMPROTUR.
- Desarrollar una Agenda de asistencia a Workshop sobre Turismo de Reuniones a nivel local, nacional e internacional.
- Firmar un acuerdo de Complementación con la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos – AOCA.
- Firmar un acuerdo de Complementación con referentes de líneas aéreas y de la Autoridad de Aplicación en materia aerocomercial.
- Planificar y definir una Agenda de contactos local, regional e internacional.
- Desarrollar acciones de Marketing Digital de corto, mediano y largo plazo.

ACTIVIDAD ESTRATÉGICA	ACCIONES
Interacción de referentes locales.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a los interlocutores. • Definir un cronograma agenda de trabajo. • Generar reunión de trabajo con referentes locales del sector hotelero. • Generar reunión de trabajo con referentes locales del sector gastronómico. • Generar reunión de trabajo con referentes locales del sector turístico. • Generar reunión de trabajo con referentes de organizaciones intermedias.
Interacción de referentes provinciales y nacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Generar reunión de trabajo con referentes provinciales y nacionales del sector hotelero. • Generar reunión de trabajo con referentes provinciales y nacionales del sector gastronómico. • Generar reunión de trabajo con referentes provinciales y nacionales del Ministerio de Turismo de la Nación. • Generar reunión de trabajo con referentes provinciales y nacionales del Instituto Nacional de Promoción Turística – IMPROTUR.
Asistencia a workshop sobre Turismo de Reuniones locales, nacionales e internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Conformar un equipo de coordinadores locales para asistir a la mayor cantidad de eventos relacionados al turismo de reuniones en el mundo. • Planificar la asistencia a cada evento. • Identificar interlocutores de workshop en el exterior. • Establecer, en conjunto con el EMPROTUR y Bariloche Bureau, una agenda de trabajo que contemple programas anuales para el desarrollo de actividades de difusión y promoción. • Generar el temario a desarrollar en cada reunión.
Acuerdo de Complementación con la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos - AOCA.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los vínculos necesario con autoridades de AOCA para conformar una mesa de trabajo tendiente a identificar todas las actividades actuales y futuras en materia de turismo de reuniones.
Acuerdo de Complementación con referentes de líneas	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los vínculos necesarios con autoridades de las líneas aéreas y Autoridad de aplicación con el fin de conformar una

<p>aéreas y de la Autoridad de Aplicación en materia Aerocomercial.</p>	<p>mesa de trabajo para potenciar la logística del transporte.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las zonas con menor cantidad de rutas aéreas en relación a la demanda por parte de cada Bureau de Turismo de Reuniones existente en la Patagonia y demás zonas. • Generar acciones tendientes a lograr acuerdos con referentes de transporte a nivel nacional.
<p>Agenda de contactos local, regional e internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguir desarrollando la agenda actual de contactos que ha logrado la ciudad con las autoridades de los diferentes órganos relacionados al Turismo de Reuniones del mundo. • Generar una base de datos que contenga información completa sobre asistentes, profesionales, Bureau, proveedores de servicios, etc.
<p>Desarrollo de estrategia de Marketing digital (MKTD)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conformar un grupo de trabajo especializado en acciones digitales. • Definir la agenda de trabajo de MKT Digital. • Llevar adelante una investigación profunda a nivel regional e internacional en materia de Turismo de Reuniones. • Estructurar una base de datos para la ejecución campañas digitales. • Diseñar e-encuestas de Turismo de Reuniones para recabar información de diferentes sectores según el país de destino de la misma. • Diseñar una presentación digital de Bariloche, como sede de Turismo de Reuniones, en conjunto con los referentes más relevantes del sector. • Mantener la base de datos actualizada.

Desarrollo de estrategia de Marketing Digital

Planificación de la Estrategia

Este plan contempla aspectos que son elementales tales como fijación de objetivos alcanzables, mensurables y autosustentables en el tiempo, para ello se optimizarán los recursos materiales, humanos y financieros tendientes a lograr eficacia eficiencia y economía. Esta planificación además forma parte de la sinergia, coordinación y sincronización con otros aspectos que se señalaron en el desarrollo

precedente, como la construcción de un centro de reuniones, conformación de comisiones de trabajo permanente, etc.

Se usaran las siguientes herramientas y tácticas digitales:

Sitio Web

Este instrumento comunicacional será básico en el plan de penetración del sector Turismo de Reuniones, y como sub-instrumentos serán utilizados los que coadyuven a ello, como lo son las redes sociales, los blogs especializados, foros de discusión e intercambio y el chat individual y de grupo que actualmente tiene una velocidad de difusión indiscutida.

En las investigaciones realizadas se ha detectado la falta de seguimiento y actualización del sitio barilochebureau.com y de sus actividades en redes sociales.

Se propone el desarrollo de un sitio llamado barilochecongress.com.ar, que contenga toda la información relacionada a Bariloche como ciudad sede de Turismo de Reuniones y de esta manera optimizar la toma de decisiones en materia de promoción y comercialización.

Posicionamiento a través de Buscadores

Se deberá trabajar fuertemente en lograr posicionar a Bariloche y su concepto extendido de ser una ciudad que está “más allá del turismo” convencional, generando el posicionamiento en buscadores (SEM – SEO) y en medios sociales que posibilite que la oferta de Turismo de Reuniones de la ciudad esté presente en los principales soportes digitales (tablets, smartphones, móviles, etc), para lo cual será importante la optimización a través de herramientas de pago, lo que requerirá de una considerable inversión financiera para lograr presencia en los principales resultados de búsqueda de los motores más populares como Google o Yahoo.

E-mail marketing

A través del e-mail marketing, con piezas de calidad, se deberá llegar a los sectores que representen prospectos con potencialidad de realizar eventos a nivel internacional, como lo son las grandes organizaciones intermedias que nuclean a los distintos sectores que año a año generan estas actividades. Por ejemplo las que nuclean a sectores científicos, de salud, industriales, tecnológicos, de producción en

sus distintos estamentos, como también a los que tienen como actividad planificar, coordinar y ejecutar los eventos, empresas de turismo, aviación, etc.

Es importante destacar que para todo envío de información se debe contar con el permiso del destinatario para evitar la intrusión, que genera un retorno negativo en cualquier campaña online.

Publicidad online

Se tomara como objetivo central publicitar en sitios vinculados con esta actividad como son las empresas organizadoras de congresos y convenciones, bureau nacionales e internacionales, entidades intermedias relacionadas, etc.

Creación de piezas para compartir en la Comunidad online

Se propone en una primer etapa la realización de al menos un video con contenido de interés relacionado a las instalaciones y atractivos de la ciudad, los centros de alta tecnología presentes, congresos y convenciones realizados, etc., que permita la valoración de los miembros para lograr que sea compartido en las redes sociales, foros de profesionales, logrando así atraer, hacia la comunidad, al público efector.

Fuente de financiamiento

La fuente de financiamiento primaria será gestionada a través del Municipio local y de los aportes que fueran negociados en el marco del programa de desarrollo del Turismo de Reuniones del Ministerio de Turismo de la Nación.

Objetivo General del Proyecto	Objetivos específicos del proyecto	Estrategia planificada
Posicionar a Bariloche como ciudad sede para el desarrollo de Congresos, Convenciones y Seminarios internacionales focalizándolos en temas de investigación y desarrollo tecnológico y de servicios.	Generar actividades orientadas a la sustentabilidad económica de la ciudad.	Marketing Digital (MKTD)
	Posicionar el concepto extendido "Bariloche, más allá del turismo".	
	Desarrollar, desde un enfoque económico, cultural y social, la marca ciudad Bariloche.	

Acciones generales orientadas al desarrollo de la Estrategia de Marketing Digital	
a.	Conformar un grupo de trabajo especializado en acciones digitales.
b.	Definir la agenda de trabajo de MKT Digital.
c.	Llevar adelante una investigación profunda a nivel regional e internacional en materia de Turismo de Reuniones.
d.	Estructurar una base de datos para la ejecución campañas digitales.
e.	Diseñar e-encuestas de Turismo de Reuniones para recabar información de diferentes sectores según el país de destino de la misma.
f.	Diseñar Sitio web de Bariloche, como sede de Turismo de Reuniones, en conjunto con los referentes más relevantes del sector.

Apertura de tareas específicas sobre Estrategia MKTD					
Estrategia	Tareas a ejecutar	Acción general relacionada	Q	Plazo estimado	
MKTD	Fase inicial	Diseño de sitio web	a,b,f	1	6 (meses)
		Reserva del dominio barilochecongress.com.ar	a,b,f		
		Pago del dominio en nic.ar	a,b,f		
		Búsqueda y selección de proveedor – Diseñador / Agencia	a,b,f		
		Selección de contenido	a,b,f		
		Recopilación de información de Emprotur y Bariloche bureau	c		
		Selección fotográfica	c		
		Coordinar muestra boceto a ente financiador y hacer ajustes	a,b,f		
		Lanzamiento Sitio Web	f		
		Blog especializados	a,b,d,f	1	5 (meses)
		Foros de discusión e intercambio	a,b,d,f	1	5 (meses)
		Creación de chat de grupos (según tipo de miembros seleccionados).	a,b,d,f	3	2 (meses)
		Presencia en redes sociales	a,b,f	2	3 (meses)
		Posicionamiento a través de Buscadores (google; yahoo)	f	2	2 (meses)
		Selección y contratación de expertos en posicionamiento y marketing en motores de búsqueda.	a,b,f		
		E-mail marketing	a,b,e		Anual
		Desarrollo de base de datos con información depurada	a,b,e	1	7 (meses)
		Creación de piezas digitales bimestrales	a,b,e	6	Anual
		Publicidad online	a,b,e,f		Anual
		Creación de piezas para compartir en la Comunidad online	a,b,d,f	1	7 (meses)
		Generación idea			
		Contratación equipo de filmación			
		Edición			
Publicación					

Recolección de información y trabajo de investigación de campo

Para la recolección de información se considerarán fuentes de datos secundarios (A) y primarios (B). En el caso de los datos primarios, el trabajo de campo estará basado en entrevistas no estructuradas a los principales referentes del sector turístico y comercial de la ciudad de Bariloche, entre los cuales se encuentran cámaras, asociaciones, colegios médicos y referentes gubernamentales. (Ver tablas A y B).

Tabla (A)

Objetivo de la etapa A	Recopilar toda la información necesaria para el trabajo final de graduación.
Tipo de investigación	Cualitativa – Cuantitativa.
Método	Búsqueda activa en bases de información.
Tiempo de la investigación	Septiembre - Octubre 2015.

Tabla (B)

Objetivo de la etapa B	<ul style="list-style-type: none"> -Conocer el enfoque de expertos en pos de diseñar estrategias en base a escenarios de mediano y largo plazo. -Conocer la expectativa sobre el futuro centro de convenciones de la ciudad. -Profundizar sobre la viabilidad del proyecto.
Tipo de Investigación	Cualitativa Exploratoria.
Método	Selección de informantes especializados.
Técnica a utilizar	Entrevistas personales no estructuradas y por e-mail con el fin de obtener la opinión de expertos.

Informantes	<ul style="list-style-type: none"> -Especialista en Gestión de Políticas Públicas Dr. Carlos A. Magliolo. -Cámara de Comercio de Bariloche (a definir por Director de CCB). -Asociación Hotelera y Gastronómica de Bariloche (a confirmar por presidente). -Colegio Médico Bariloche. -Otros.
Universo	<p>Niveles socio-económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -ABC1 (clase alta). -C2 (Clase media alta). -C3 (Clase media típica).
Lugar de la muestra	Bariloche, Río Negro.
Tiempo de la investigación	Septiembre - Octubre 2015.

Análisis de impacto del Turismo de Reuniones en la economía local, según la siguiente hipótesis de trabajo:

Si consideramos que un congreso o conferencia de nivel internacional puede contar con la presencia de 700 asistentes, en promedio, y apuntamos a una meta de lograr 10 conferencias internacionales anuales, estaríamos ante la presencia, en el curso del año, de 7.000 visitantes.

Si además se consideraría que gran parte de los asistentes viajan acompañados por familiares, haciendo una estimación hipotética y solo a título de ejemplo, que se de en el 80% de los casos, las visitas llegarían a los 12.600 pax.

Si estimáramos un gasto promedio en el primer segmento de la economía, vinculada con este aspecto o sea, hotelería, restaurantes, movilidad, etc., de alrededor de 1.500.- dólares per cápita, concluiríamos que en este primer escalón se generarían ingresos por 18.9 millones de dólares, que al trasladarse los costos operativos de

aprox. 60% al segundo escalón de la cadena se ponen en circulación 11 millones aproximadamente.

Si se repite este proceso hacia el tercer y cuarto escalón, veríamos que los 18.9 millones iniciales se transformarían en 30 millones de dólares aproximadamente. Lo que impacta en forma directa en la economía local.

Además, mejoraría la vida comunitaria al contar, el erario público, con mayores tasas y contribuciones que permiten mejorar los servicios.

La idea de este análisis es validar la hipótesis de que los servicios asociados al turismo generan un efecto multiplicador en la economía.

Conclusión

El objetivo en la elección de esta temática para desarrollar el Trabajo es poder realizar un aporte para el desarrollo de la ciudad de Bariloche.

A través del análisis de la situación actual se intentó definir una propuesta para la mejor proyección de la ciudad en el futuro y que ésta pueda evaluar alternativas en pos de generar ingresos sustentables en el tiempo y no sólo estacionales.

De toda la investigación de campo recabada se concluye que es necesario trabajar en forma conjunta con todos los actores del sistema que son influyentes en el sector del Turismo de Reuniones.

Como bien se expone en las acciones a desarrollar es fundamental que se promueva la creación, coordinada y sostenida, de un grupo o comité de trabajo que se desempeñe con base en el compromiso y la participación multisectorial.

El uso de herramientas de marketing tanto tradicional como digital, según se exponen en la apertura de tareas específicas sobre una de las estrategias de MKTD, aplicadas al desarrollo de la ciudad, desde una visión de planificación de largo plazo, representa una alternativa sólida para gestionar el desarrollo.

Es importante apreciar el potencial que tiene la integración del turismo de reuniones con el turismo de aventura, tanto para el desarrollo económico como social.

La ciudad de Bariloche debería priorizar sus esfuerzos en lograr el posicionamiento de la ciudad como sede para la realización de Congresos, Convenciones, Simposios y Seminarios orientados a la industria de la Ciencia y Tecnología¹¹.



Yanina A. Cataldo

**Alumna
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad FASTA**

¹¹ Ver Agendas de Congresos en Anexo III.

Recomendaciones

Considerando lo expuesto precedentemente en el desarrollo de este trabajo, cabe recomendar tanto a las autoridades locales como provinciales:

1. Generar las acciones necesarias que permitan obtener una productividad marginal a la del turismo tradicional que mejoren la calidad de vida de sus habitantes.
2. Aprovechar al máximo los beneficios y el potencial que tiene la ciudad y así poder paliar las consecuencias negativas de las crisis económicas locales, producto del impacto de las economías tanto nacional como internacional, y de las contingencias climáticas a las que Bariloche se encuentra expuesta por su naturaleza.
3. Convocar a los distintos actores sociales a que coadyuven a implementar medidas económicas, financieras y de inversiones que lo posibiliten.
4. Posicionar la marca ciudad Bariloche con acciones de marketing concretas con campañas publicitarias que logren los cometidos.
5. Desarrollar un plan, sustentable en el tiempo y en los diferentes escenarios políticos, con acciones concretas y metas alcanzables a través de objetivos claros.
6. Para finalizar, es necesario tomar conciencia colectiva en cuanto a que el Turismo de Reuniones es una herramienta en tal sentido y que reinventar la ciudad es un proceso continuo. Y los grandes eventos acompañados por una infraestructura adecuada pueden ser instrumentos poderosos y potenciadores, si se planifican con una visión estratégica.



Yanina A. Cataldo

**Alumna
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad FASTA**

ANEXO I

Entrevista realizada a experto / referente:

(Desgravación)

Entrevistado: Dr. Carlos Alejandro Magliolo

Profesión: Contador Público, egresado de la Universidad de Buenos Aires, con Especialización en Evaluación de la Gestión Administrativa, cursada en el Instituto Internacional de Administración Pública de la República Francesa.

Breve reseña del Dr. Magliolo:

Se desempeñó como auditor durante muchos años, habiendo liderado equipos de Auditoría en diversos países tales como EEUU, Panamá, Francia, España, Londres. Se desempeñó como Síndico en varias empresas privadas. Con posterioridad, fue designado Gerente de Control de la Sindicatura General de la Nación, dependiente de Presidencia de la Nación de la República Argentina, puesto que desempeño por más de seis años. Realizó tareas de consultoría en el marco del Programa de Naciones Unidas Para el Desarrollo, habiendo efectuado tareas en México, Cuba, El Salvador, Nicaragua, Albania.

Disertante en numerosos seminarios y conferencias en el país y en el extranjero. Durante el periodo diciembre 2001 y febrero del 2002 ejerció funciones como Síndico General de la Nación. Se desempeñó como Asesor de la Vicepresidencia del Banco de la Nación Argentina, participando además en la planificación estratégica de empresas vinculadas a dicho grupo financiero, con posterioridad fue designado Auditor General de Provincia Seguros, empresa esta perteneciente al grupo BAPRO, tuvo activa participación en la formación y desarrollo de ARSAT S.A. primera empresa proveedora de facilidades satelitales en el país, fue asesor de la Presidencia de Aerolíneas Argentinas y como Coordinador Nacional de la OACI, Organización de Aviación Civil Internacional, participo de la etapa de desarrollo y puesta en funcionamiento de la Administración Nacional de Aviación Civil habiendo desarrollado el Plan Estratégico y de Inversiones de la misma. Además desarrolló funciones en el Organismo Regulador del Sistema Nacional de Aeropuertos, en el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación y en la Junta de Investigación de Accidentes de Aviación Civil.

Entrevistadora: Yanina Andrea Cataldo, alumna Universidad FASTA.

Objetivo de la entrevista:

El objetivo de esta entrevista radica fundamentalmente en la posibilidad de recabar información a través de una serie de preguntas concretas, con la finalidad de identificar la viabilidad del proyecto Bariloche, Más allá del Turismo:

1) Desde su punto de vista: ¿considera que Bariloche debe abrirse a otras alternativas que desarrollen a nivel económico, cultural y social la marca ciudad y mejoren la calidad de vida de sus habitantes?

Sin dudas, es necesario y fundamental, lo que también es cierto que Bariloche construyó su identidad a través del turismo y se debería profundizar la apertura de las distintas alternativas que este brinda, recordemos que detrás de él hay múltiples actividades que contribuyen a ello, basta ver por ejemplo la Fiesta Nacional de la Nieve, la Fiesta Nacional del Curanto, La fiesta Nacional del Chocolate, etc., que giran alrededor del turismo y convocan muchos visitantes.

2) ¿Considera que el Turismo de Reuniones contribuye al mejoramiento del nivel y calidad de vida de cara al futuro?

Es necesario y hasta diría imprescindible, es un motorizador importante a nivel micro económico, no solo de Bariloche sino de la región.

3) Según su trayectoria laboral y de corresponder en áreas de Planeamiento Estratégico, ¿Usted cree que el impacto de estas actividades sería positivo desde el punto de vista socioeconómico?

Bariloche es una ciudad que creció descuidada y desordenada, no en lo edilicio sino en lo social, si no se generan actividades que permitan generar empleo a tiempo completo y no por temporada, esto se verá profundizado con el correr del tiempo y la brecha de la desigualdad será mayor, porque aprovechar el turismo, porque es tu identidad, porque pocas industrias de las llamadas limpias a nivel ecológico o ambiental se pueden radicar, y salvo el turismo y la tecnología (Invap, Altec, Energía Atómica) no se hallan en la región empresas que en el mediano plazo puedan tener una amplia contribución marginal en el ingreso de sus habitantes. Pero esto requiere de una amplia planificación y compromiso de los distintos actores sociales.

4) ¿En un proyecto de esta envergadura deberían interactuar que otros sectores de la comunidad?

Tal como lo mencione en su pregunta anterior es necesario, imperioso que este proyecto se maneje con los distintos sectores que intervienen en la sociedad, cámaras empresariales, empresas, políticos, dirigentes universidades

5) ¿Por qué cree que estos sectores estarían interesados en trabajar de manera conjunta?

Es obvio, todos sacarían beneficios, o no lo cree así.

6) Para terminar, ¿podría brevemente describir su visión sobre la situación social de Bariloche?

Estable en la actualidad, compleja en el futuro sino se actúa de manera inteligente, rápida, y sostenible temporalmente. Gracias por la entrevista.

ANEXO II

Agenda de Congresos y Reuniones sector Tecnología e Innovación

Agenda 2015 tecnológica de Congresos Reuniones	
Auspiciadas por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación	
06.08.2015	Nanotecnología para la Industria y la Sociedad.
30.09.2015	1º Congreso Latinoamericano de Emprendedorismo Tecnológico.
23.09.2015	Conferencia: La incorporación de nuevas tecnologías en la industria.
23.09.2015	Encuentro "Defensa de la Industria"
23.09.2015	38º Congreso "Desafíos de la ciencia y la tecnología para una.
08.10.2015	III Jornadas de Biotecnología.
07.10.2015	Encuentro Nacional de Bionergía.
01.10.2015	II Congreso internacional científico y tecnológico.
06.11.2015	Seminario PLACTED.
17.11.2015	Café de las Ciencias
26.11.2015	Encuentro con científicos argentinos que residen en el exterior:
26.11.2015	VI Entrega de Premios a la Cooperación Internacional en Ciencia y Tecnología.

Agenda de Congresos y Reuniones sector Medicina

Congresos, Simposios, Jornadas y Conferencias Médicas en Argentina
AGENDA 2015 – 2017
Cuarta Jornada sobre Responsabilidad Social en Salud y Medio Ambiente: Agenda abierta 05 de noviembre de 2015. Hotel Regente, Suipacha 964, Buenos Aires.

<p>Simposio Tendiendo Puentes – Hemorragia Digestiva Alta 05 de noviembre de 2015. Salguero Plaza, Jerónimo Salguero 2686, Buenos Aires.</p>
<p>35° Seminario Nacional de Enseñanza de la Pediatría Del 05 al 07 de noviembre de 2015 Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), 25 de mayo 868, Corrientes.</p>
<p>IUGA Regional Symposium Del 05 al 07 de noviembre de 2015. Asociación Médica Argentina (AMA), Avenida Santa Fe 1171, Buenos Aires.</p>
<p>Tratamiento del Dolor Miofascial Crónico Neuroproloterapia en Atención Primaria. Del 06 al 08 de noviembre de 2015.</p>
<p>Violencia: escenarios contemporáneos 07 de noviembre de 2015. Salón del Consejo Directivo de la Facultad de Medicina, Paraguay 2155; 1º piso, Buenos Aires.</p>
<p>19ª Jornada CONCEBIR Jornada Conjunta SAMeR y Asociaciones de Pacientes, con la Red Latinoamericana de Organizaciones de Personas Infértiles 07 de noviembre de 2015.</p>
<p>Impacto de las adicciones sobre los ejes hormonales en la adolescencia y en la adultez 09 de noviembre de 2015. Aula de Capacitación Montpellier, México 3411, Buenos Aires.</p>
<p>Jornadas de Cisticercosis e Hidatidosis 09 y 10 de noviembre de 2015. Auditorio Dr. Roberto Gold, Fundación Mundo Sano, Edificio INSUD, Paraguay 1535, Buenos Aires.</p>
<p>86º Congreso Argentino de Cirugía Del 09 al 12 de noviembre de 2015. Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center, San Martín 1225/1275, Buenos Aires.</p>
<p>V Congreso de Enfermedades Endemoepidémicas del Hospital de Infecciosas Francisco J. Muñiz.</p>

Del 11 al 13 de noviembre de 2015.

Centro Metropolitano de Diseño (CMD), Algarrobo 1041, Buenos Aires.

IV Simposio Latinoamericano de Enfermedad Celíaca

XII Curso de Enfermedades del Intestino Delgado y Colon

10 y 11 de noviembre de 2015.

Universidad Católica Argentina, Avenida Alicia Moreau de Justo 1680, Buenos Aires.

XXXIV Jornadas Científicas del Hospital Manuel Belgrano

II Jornadas de Cardiología del Hospital Manuel Belgrano

11 y 12 de noviembre de 2015. Hospital Manuel Belgrano, Avenida de los Constituyentes 3120, San Andrés.

XI Congreso Hispano Latinoamericano de Trastornos de la Conducta Alimentaria – 2015

Encuentro Mendocino por una Juventud Saludable.

Del 11 al 13 de noviembre de 2015.

Centro de Congresos y Exposiciones, Auditorio Ángel Bustelo 611, Mendoza.

5° Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la UNLP

Del 11 al 13 de noviembre de 2015.

Facultad de Psicología, Universidad Nacional de la Plata, Calle 51 entre 123 y 124. Ensenada.

Jornadas Provinciales de Adicciones

12 y 13 de noviembre de 2015.

Hotel Lucania Palazzo, Moreno 676, Comodoro Rivadavia.

II Congreso Internacional de Medicina de la Facultad de Ciencias Médicas de la UNLP – 2015

Del 12 al 14 de noviembre de 2015.

Facultad de Ciencias Médicas de la UNLP, Calle 60 y 120, La Plata.

35° Seminario Nacional de Enseñanza de la Pediatría – 2015

Del 12 al 14 de noviembre de 2015.

Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), 25 de mayo 868, Corrientes.

Jornadas Provinciales de Adicciones

12 y 13 de noviembre de 2015.

Hotel Lucania Palazzo, Moreno 676, Comodoro Rivadavia.

36 Reunión Anual Científica del Consejo Argentino de Hipertensión Arterial Dr. Eduardo Braun Menéndez.

13 y 14 de noviembre de 2015.

<p>Universidad Católica Argentina, Alicia Moreau de Justo 1680, Buenos Aires.</p>
<p>I Jornada Conjunta Sociedad Argentina de Cardiología y Federación Argentina de Cardiología 13 de noviembre de 2015 Centro Cultural de Roque Pérez, Belgrano y Alberdi, Roque Pérez.</p>
<p>Diagnóstico Precoz y Asesoramiento Genético en Cáncer de Mama. 13 de noviembre de 2015. Hotel Presidente, Corrientes 919, Rosario.</p>
<p>Encuentro de Profesionales de Salud Mental Infanto-Juvenil “Armando Redes: Maltrato Infantil” 14 de noviembre de 2015. Aula 103, Facultad de Ciencias Biomédicas, Universidad Austral</p>
<p>Psicoanálisis y Neurociencias frente al sujeto que sufre 16 de noviembre de 2015. Museo del Libro y de la Lengua, Avenida Las Heras 2555, Buenos Aires.</p>
<p>Workshop en Tuberculosis 17 de noviembre de 2015 Academia Nacional de Medicina, Pacheco de Melo 3081, Buenos Aires.</p>
<p>7° Congreso Argentino de Neumonología Pediátrica Del 18 al 20 de noviembre de 2015. NH Gran Hotel Provincial, Boulevard Marítimo Patricio Peralta Ramos 2502, Mar del Plata.</p>
<p>XII Jornadas de Enfermería Neonatal Del 18 al 20 de noviembre de 2015 Aula Magna del Hospital de Niños Dr. Juan P. Garrahan, 2° piso, Combate de los Pozos 1881, Buenos Aires.</p>
<p>5° Congreso Argentino de Arritmias 19 y 20 de noviembre de 2015. Hotel Panamericano, Avenida Carlos Pellegrini 551, Buenos Aires.</p>
<p>Primer Congreso de Cicatrización de Heridas de la Asociación Interdisciplinaria Argentina de Cicatrización de Heridas (AIACH) 20 y 21 de noviembre de 2015. Aula Magna de la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires, Paraguay 2155, Buenos Aires.</p>
<p>Jornadas de Cirugía Mínimamente Invasiva</p>

20 y 21 de noviembre de 2015.

Sanatorio Boratti, San Luis 2556, Posadas.

43º Congreso Argentino de Medicina Respiratoria - AAMR 2015

Del 20 al 23 de noviembre de 2015.

Hilton Buenos Aires, Avenida Macacha Güemes 351, Buenos Aires.

Jornadas de Cirugía Mínimamente Invasiva

20 y 21 de noviembre de 2015

Sanatorio Boratti, San Luis 2556, Posadas, Misiones.

Jornada Abierta de HTA y Metabolismo

Desde la Alteración Metabólica, al Daño Cardiovascular y la Hipertensión Arterial: Una Mirada Integradora.

21 de noviembre de 2015.

Aula 501, Facultad de Ciencias Biomédicas, Universidad Austral, ruta Panamericana, Acceso Pilar, Salida Km. 50, Avenida Juan D. Perón 1500, Derqui – Pilar.

II Jornadas de abordaje multidisciplinario de patología neurooftalmológica

"Pérdida Brusca de visión: Comenzando por la vía óptica".

23 de noviembre de 2015

Hospital Oftalmológico Pedro Lagleyze, Av. Juan B. Justo 4151, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Highlights del Colegio Americano de Reumatología, San Francisco 2015

"El futuro es hoy"

25 de noviembre de 2015. Facultad de Medicina, Salón de Consejo Dr. Bernardo Houssay, 1º piso, Paraguay 2155, Buenos Aires.

XX Congreso Argentino de Nutrición - Mar del Plata 2015

Las ciencias de la nutrición, camino para un mundo sustentable.

Del 25 al 29 de noviembre de 2015.

NH Gran Hotel Provincial, Avenida Patricio Peralta Ramos 2502, Mar del Plata.

Jornadas Internacionales de Gastroenterología del Hospital Fernández 2015

26 y 27 de noviembre de 2015

<p>Hospital Juan A. Fernández, Cerviño 3356, Buenos Aires.</p>
<p>XVII Jornadas Interuniversitarias de Cirugía Plástica Rinoplastia funcional, estética y reconstructiva. 27 y 28 de noviembre de 2015. Hotel UTHGRA, Cecilia Grierson 1905, Los Cocos, Córdoba.</p>
<p>XVI Jornadas Anuales de Medicina Interna “Dr. Norberto Frega” 26 y 27 de noviembre de 2015. Academia Nacional de Buenos Aires, Avenida General Las Heras 3092, Buenos Aires. Hospital Universitario CEMIC Saavedra, Galván 4102, Buenos Aires.</p>
<p>II Jornadas de abordaje multidisciplinario de patología neurooftalmológica "Pérdida Brusca de visión: Comenzando por la vía óptica" 27 de noviembre de 2015. Hospital Oftalmológico Pedro Lagleyze, Avenida Juan B. Justo 4151, Buenos Aires.</p>
<p>XIII Workshop de Histeroscopia VII Simposio Internacional de SAMDHI 28 y 29 de noviembre de 2015. Auditorio IADT, Marcelo T. de Alvear 2439, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires.</p>
<p>XIX Congreso de la Sociedad Argentina de Endocrinología y Metabolismo (SAEM) – 2015 Del 29 de noviembre al 02 de diciembre de 2015 Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center, San Martín 1225/1275, Buenos Aires.</p>
<p>Primera Jornadas de Terapia Ocupacional en ALPI 30 de noviembre de 2015. ALPI, Soler 3945, Buenos Aires.</p>
<p>52º Congreso Argentino de Ortopedia y Traumatología Del 01 al 05 de diciembre de 2015. Hilton Buenos Aires, Avenida Macacha Güemes 351, Buenos Aires.</p>
<p>XVI Congreso Internacional de Obstetricia y Ginecología XXVII Jornadas Internacionales de la Sociedad de Obstetricia y Ginecología de Mar del Plata</p>

Del 02 al 04 de diciembre de 2015.

Sheraton Hotel Mar del Plata, Leandro N. Alem 4221, Mar del Plata.

1er. Simposio Internacional de ecancer/ SAC en cáncer de próstata

11 y 12 de marzo de 2016.

Asociación Argentina Médica, Avenida Santa Fe 1171, Buenos Aires.

XXIII Congreso Argentino de Hipertensión Arterial 2016

Hipertensión en el mundo real. Desafíos y dilemas

Del 14 al 16 de abril de 2016.

Hotel Panamericano, Carlos Pellegrini 551, Buenos Aires.

XXII Congreso Mundial de la Sociedad Internacional de Investigación Cardíaca

Del 18 al 21 de abril de 2016.

Universidad Católica Argentina (UCA), Alicia M. de Justo 1600, Buenos Aires.

21º Conferencia Internacional en Anomalías Vasculares

21st International Workshop on Vascular Anomalies

Del 26 al 29 de abril de 2016.

Universidad Católica Argentina, Avenida Alicia Moreau de Justo 1600, Buenos Aires.

2nd ICPCN Conference: Children's Palliative Care

Del 18 al 21 de mayo de 2016.

Centro de Docencia y Capacitación Pediátrica "Dr. Carlos A. Gianantonio". Jerónimo Salguero 1244/46, Buenos Aires.

XXII Congreso Mundial de la Sociedad Internacional de Investigación Cardíaca

Del 18 al 21 de mayo de 2016.

Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center, San Martín 1225/1275, Buenos Aires.

XIV Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Artroscopia (AAA)

II Congreso Conjunto con la Asociación Norteamericana de Artroscopia (AANA)

VII Congreso Latinoamericana de Artroscopia, Rodilla y Deporte (SLARD)

XVI Congreso de la Asociación Argentina de Traumatología del Deporte (AATD)

II Congreso Conjunto AAA, SLARD y AATD.

Del 01 al 04 de junio de 2016.

Hotel Hilton Buenos Aires, Avenida Macacha Güemes 351, Buenos Aires.
16º Congreso Internacional de Medicina Interna del Hospital de Clínicas “Del Conocimiento Científico a la Práctica Médica”.
XVII Congreso Argentino de Medicina Reproductiva SAMeR 2016 Del 31 de agosto al 02 de septiembre de 2016. Sheraton Tucumán Hotel, Avenida Soldati 440, San Miguel de Tucumán.
45º Congreso de la Sociedad Internacional de Historia de la Medicina (SIHM) Del 05 al 09 de septiembre de 2016. Facultad de Medicina, Universidad de Buenos Aires, Paraguay 2155, Buenos Aires.
29º ICR - 2016 / Congreso Internacional de Radiología Del 21 al 24 de septiembre de 2016.
VIII Congreso Latinoamericano de Dermatología Pediátrica Del 20 al 22 de octubre de 2016. Auditorios de la Pontificia Universidad Católica Argentina, Avenida Alicia Moreau de Justo 1680, Buenos Aires.
IFSSH & IFSHT Congress Buenos Aires 2016 / Congreso Cirugía de la Mano y Congreso de Terapia de la Mano. Del 24 al 28 de octubre de 2016. Hilton Buenos Aires, Avenida Macacha Güemes 351, Buenos Aires.
X Congreso Argentino de Salud Mental III Congreso Regional de la World Federation for Mental Health Del 24 al 26 de octubre de 2016. Panamericano Hotel & Resort, Carlos Pellegrini 551, Buenos Aires.
XXI CILAD - Congreso Ibero-Latinoamericano de Dermatología 2016 Del 25 al 29 de octubre de 2016. Sheraton Hotel & Towers Convention,
XII ICD Congreso Mundial de Dermatología

Del 18 al 22 de abril de 2017.

Sheraton Buenos Aires Hotel & Convention Center, San Martin 1225/1275, Buenos Aires.

21st IUNS-ICN Congress of Nutrition - Buenos Aires 2017

Del 22 al 27 de octubre de 2017.

Academia Nacional de Medicina, Avenida Gral. Las Heras 3092, Buenos Aires.

Agenda AOCA

2015 segundo semestre

Fecha	Evento	Ciudad
Del 05/11 al 06/11/15	Jornada de Economías Regionales	Trelew - Chubut
Del 14/11 al 15/11/15	Expo Zárate	Zárate – Bs.As
Del 14/11 al 15/11/15	Morfilandia festival de Gastronomía	Trelew - Chubut
Del 19/11 al 20/11/15	Congreso Argentino de Arritmias	CABA – Bs.As.
Del 26/11 al 27/11/15	XI Congreso Chileno Argentino de Estudios Históricos e Integración Cultural-CCHAEHIC	Trelew - Chubut
Del 28/11 al 29/11/15	Regata Río Chubut	Trelew - Chubut
Del 09/12 al 13/12/15	Feria de Navidad 2015	S.M. de Tucumán
Del 11/03 al 12/12/15	1er Simposio Internacional de Cáncer /SAC en cáncer de próstata	CABA – Bs.As.
Del 18/05 al 22/05/16	XXII ISHR Word Congress 2016 - Medicina	CABA – Bs.As.

Agenda de Fiestas de la provincia de Río Negro

Mes previsto	Fiesta – Evento	Ciudad
Enero	Fiesta provincial de la fruta fina.	El bolsón
	Fiesta Provincial del Río.	Viedma
Febrero	Fiesta Nacional del Golfo Azul.	Las Grutas.
	Fiesta Provincial del Mar y del Acampante.	El Cóndor.
	Fiesta Provincial del Lúpulo.	El Bolsón.
	Fiesta Provincial del Michay.	Ing. Jacobacci.
	Fiesta Provincial del Agua.	Cinco Saltos, Lago

		Pellegrini.
	Fiesta Provincial de los Juegos Nativos.	J. J. Gomez.
Marzo	Fiesta Provincial del Tomate y la Producción.	Lamarque.
	Fiesta Provincial de la Vendimia.	Villa Regina.
	Fiesta Nacional de la Soberanía y la Tradición.	C. de Patagones.
	Fiesta Nacional de la Manzana.	General Roca.
	Fiesta Nacional de la Piedra Laja.	Los Menucos.
Abril	Fiesta Provincial de la Chicha.	El Bolsón.
Mayo	Fiesta Provincial del Ternero.	Choele Choel.
	Fiesta Provincial de la Cabra.	Aguada de G.
Junio	Fiesta Provincial de las Matras y Las Artesanías.	Valcheta.
Julio	Fiesta Provincial de las Colectividades.	Bariloche
	Fiesta Nacional Mirando al Sur.	G. E. Godoy.
Agosto	Semana Ceferiniana.	Chimpay.
	Fiesta Nacional de la Nieve.	Bariloche
Septiembre	Fiesta Nacional de las Seis Horas del Pejerrey.	San Antonio Este.
	Fiesta Provincial del Vino Chacolí.	Guardia Mitre.
	Fiesta Provincial del Estudiante.	Allen.
	Fiesta Provincial de la Juventud.	Cipolletti.
Octubre	Fiesta Provincial del Agricultor.	General Conesa.
	Fiesta Provincial de la Flor y su Pimpollo.	General Roca.
Noviembre	Fiesta Provincial del Petróleo.	Catriel.
	Fiesta Provincial de la Ganadería.	Río Colorado.
	Fiesta Provincial del Rosal y la Ecología.	En Pomona.
Diciembre	Fiesta Provincial del Hierro. En Sierra Grande.	Sierra Grande.
	Fiesta Provincial del Folklore. En Choele Choel.	Choele Choel.
	Fiesta del Cordero. En Sierra Colorada.	Sierra Colorada.

Agenda de Fiestas y Eventos de Bariloche

Mes	Evento	Fecha
Enero	Vertical Race.	25-01-2015
	Open Shimano LATAM.	31-01-2015
Febrero	Cruce de los Andes Columbia.	05-02-2015
	Feria Medieval Valherjes Bariloche	07-02-2015
	Rock Master Frey. Festival de escalada.	14-02-2015
	Encuentro Nacional de Kayaks.	14-02-2015

	Fiesta Nacional del Curanto.	21-02-2015
	Patagonia Comedy.	21-02-2015
	Patagonia SUP Race 10K Llao Llao.	27-02-2015
	Moto encuentro Internacional Wind Riders.	27-02-2015
	Carrera 4 Refugios.	28-02-2015
Abril	Fiesta Nacional del Chocolate. Semana Santa.	02-04-2015
	Mountain Bike Enduro LATAM Series.	04-04-2015
	Bariloche CUP 2015 Futbol Infantil internacional.	04-04-2015
	Pesca: Limay Clasico.	24-04-2015
	Semana Mundial de la Danza.	27-04-2015
Mayo	Cumpleaños de Bariloche.	03-05-2015
	Festival Titiriteros Andariegos.	09-05-2015
Julio	Festival Internacional de Teatro	08-07-2015
Agosto	Fiesta Nacional de la Nieve.	13-08-2015
	Bajada de Antorchas.	13-08-2015
	Banff Mountain Film Festival World Tour.	20-08-2015
	Tetra Catedral 2015.	29-08-2015
Septiembre	Festival Audiovisual Bariloche.	09-09-2015
	Raly Barrionuevo.	23-09-2015
Octubre	Bariloche a la Carta.	05-10-2015
Noviembre	Congreso Argentino de Parasitología.	01-11-2015
	Semana de la Aventura 2015.	21-11-2015
	Mil Millas Sport 2015.	26-11-2015
Diciembre	The North Face Challenge Argentina.	06-12-2015
	Maraton Llao Llao 21 K.	19-12-2015

ANEXO III

Notas periodísticas y artículos analizados

Textuales según la publicación.

Publicado el Viernes, 06 Febrero 2015 15:11



Bariloche estuvo presente en el stand de Argentina en la Feria Internacional de Turismo que se realizó del 28 de enero al 1 de febrero en Madrid, España.

La intendenta María Eugenia Martini junto al secretario de Turismo y presidente del Emprotur, Fabián Szewczuk viajaron a España para participar del evento junto al ministro Enrique Meyer.

Martini y Szewczuk se reunieron con operadores de Brasil, con quienes acordaron acciones conjuntas de promoción y con representantes turísticos y empresariales de Rosario, para aunar esfuerzos en la promoción de los nuevos vuelos de Aerolíneas Argentinas que unen Bariloche y Rosario, con el objetivo de mantener estas rutas durante todo el año.

Los funcionarios barilochenses junto a Meyer fueron también fueron parte de la llamada "Noche Argentina" de Madrid, en la que se exhibió un show de tango, degustaciones gastronómicas y de vinos argentinos, y muestras fotográficas de destinos turísticos de nuestro país. La Fitur se define como un punto de encuentro global de representantes del sector turístico de Iberoamérica donde participan 165

países y regionales y participan 9000 empresas. La feria recibe más 200 mil visitantes y tiene un presupuesto de 10 millones de euros.

Nota periodística publicada el 02-11-2015.

POR PRIMERA VEZ EN LA ARGENTINA

El ministro de Turismo de la Nación y presidente del Instituto Nacional de Promoción Turística, Enrique Meyer, encabezó hoy la apertura del 54º Congreso Mundial de la International Congress & Convention Association, que reunió más de 700 referentes del Turismo de Reuniones de 72 países por primera vez en la Argentina, elegida como sede tras disputar ese lugar con ciudades como Dubai y Hosuton.

En ese contexto, Meyer destacó la importancia que tiene el sector turístico para el desarrollo del país y señaló que “la realización de este congreso en la Argentina es el corolario del trabajo que desarrollamos durante esta gestión, con el objeto de profesionalizar a cada uno de los actores del segmento y posicionarnos como uno de los principales destinos del mundo para eventos internacionales”.

“Para la Argentina, es muy importante desarrollarse en un segmento que genera en el mundo unos 1500 millones de dólares anuales y que permite reducir la volatilidad del turismo receptivo y la estacionalidad de la demanda turística”, apuntó.

Por último, subrayó que “gracias al trabajo realizado desde todos los sectores, la Argentina ha avanzado del puesto número 36 al 18 en el ranking mundial elaborado por ICCA, con un crecimiento superior al 250 por ciento en la cantidad de congresos internacionales y más de 29 burós especializados en el segmento”.



Participaron del evento la presidenta mundial de ICCA, Nina Freysen Pretorius; el secretario ejecutivo del Inprotur, Roberto Palais; el secretario de Turismo bonaerense, Ignacio Crotto; el presidente del Consejo Federal de Turismo, Javier Espina; el presidente de la Cámara Argentina de Turismo, Oscar Ghezzi; y representantes de los sectores público y privado.

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones representa a los principales especialistas en la organización de reuniones y eventos internacionales y cuenta con más de mil miembros en más de 90 países en todo el mundo. El Congreso Mundial de ICCA reúne anualmente a los principales organizadores de congresos del mundo.

De acuerdo a las estadísticas brindadas por el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones, el Turismo de Reuniones generó un impacto económico de 2 mil millones de dólares en la Argentina durante 2014, con 4871 eventos en todo el país que movilizaron 6.6 millones de participantes, lo que demuestra la importancia de esta actividad para la economía nacional.



Durante el congreso, que concluirá el jueves próximo, habrá charlas diversas con referentes del turismo, reuniones programadas previamente entre los miembros, networking, workshops y numerosas actividades de integración, que permiten generar conexiones y contactar con profesionales de todo el mundo.

Fuente: ministerio de turismo de la nación

TURISMO

27/08/2015

BEC, nuevamente distinguido por su calidad de servicio

El ministro de Turismo de la Nación, Enrique Meyer, entregó al complejo de salones Bariloche Eventos & Convenciones (BEC) la distinción IRAM Sector, orientada al turismo de reuniones y organización de eventos.

El gerente general de Alliance, Roberto Bruzzone y la gerenta de BEC, Julieta Rimoldi, recibieron este miércoles de manos del ministro de Turismo de la Nación, Enrique Meyer, la certificación de las Normas IRAM Sector para Bariloche Eventos & Convenciones (BEC), único complejo exclusivo de salones -con servicios integrales- para reuniones de Bariloche.

Es un nuevo premio a los esfuerzos del grupo por la calidad: ya recibieron la Norma 42.900 de la SecTur para la organización de eventos; la OHSAS 18.001 de seguridad

y salud en el trabajo (tiene como meta Accidente Cero); la ISO 9001 de gestión de calidad; la IRAM 14201 de manufacturas, y el sello Marca País, del Ministerio de Turismo de la Nación.

Julieta Rimoldi expresó su alegría por esta nueva distinción, que se suma a varias referidas a la calidad y gestión ambiental, y expresó que la firma obtuvo logros importantes en el esfuerzo por mejorar en todo sentido.

“Esta distinción del Ministerio nacional está orientada al turismo de reuniones y en especial a la organización de eventos, y nos para mucho mejor frente al cliente, que sabe que manejamos los mejores estándares, que están comunicados y ampliamente conocidos en el ámbito del turismo de reuniones”, explicó.

Anticipó que para el año que viene la empresa buscará “incorporar cuestiones de gestión ambiental y responsabilidad social, otros ejes de la misma norma, para seguir colaborando con Bari en calidad de servicios”.

“El turismo de reuniones rompe con la estacionalidad, y por eso el Bariloche Bureau, el EMPROTUR y BEC trabajamos tan fuerte en esto, buscamos atraer más gente a Bariloche, un destino muy atractivo que debe fortalecerse”, expresó.

Destacó que en el segmento “Bariloche viene en ascenso y el derrame de turismo de reuniones es muy amplio para todos los sectores. La gente que viene a eventos después vuelve como turista con su familia, eso está comprobado. Hay que seguir trabajando fuerte, todos unidos, para seguir mejorando”.

TURISMO

16/06/2014

Bariloche renueva su oferta y apuesta al turismo de reuniones

Con el objetivo de posicionar a Bariloche como sede de turismo de reuniones, el Bariloche Bureau, el Ministerio de Turismo de la Nación y el EMPROTUR llevaron a cabo acciones de promoción en Frankfurt, Alemania. También hubo presencia y actividades en Perú.



En representación del EMPROTUR y el Bureau, Manuel Echevarría participó de la feria "IMEX-Worldwide Exhibition for Incentive Travel, Meetings & Events", en Frankfurt Alemania. Se trata de una de las ferias más importantes del mundo, donde Argentina participó como destino con un stand propio, presentando la oferta de ciudades sede de eventos.

En el caso de Bariloche, "nuestra ciudad recibió a los invitados especiales del evento, hosted buyers, a quienes se les informó sobre las posibilidades que ofrece nuestro destino", se destacó en un parte de prensa.

Asimismo, desde el EMPROTUR se consideró que la participación en este tipo de ferias "es de vital importancia para continuar consolidando el turismo de reuniones en Argentina, que ha logrado alcanzar el segundo lugar del ranking regional superando a México y ubicándose únicamente detrás de Brasil".

La feria IMEX en esta edición convocó a más de 3.500 expositores y más de 9.000 visitantes profesionales provenientes de 77 países del mundo y generó la concreción de 65 mil reuniones previamente agendadas, con un importante crecimiento respecto a 2013. Además, en el stand argentino estuvieron presentes 18 empresas nacionales y seis representantes de los Organismos Oficiales de Turismo y Bureau de los 44 destinos para eventos.

Por otro lado, un representante del Bariloche Bureau participó de la FIEXPO, Feria internacional del mercado de reuniones y viajes de incentivo de América Latina y el Caribe, que se realizó en Perú. Allí, Guillermo Estévez participó además del Primer Foro Político Latinoamericano sobre el Turismo de Reuniones, del que participaron

representantes públicos y privados de México, Colombia, Brasil, Uruguay, Argentina, Perú, Chile y Paraguay.

TURISMO

16/05/2013

Bariloche, en importante ranking internacional



Con más de cinco congresos internacionales, la ciudad se encuentra incluida por primera vez en el ranking de la International Congress & Convention Association.

El ministro de Turismo de la Nación y presidente del Instituto Nacional de Promoción Turística, Enrique Meyer, anunció que Argentina cuenta por primera vez con diez destinos sede de eventos internacionales, logrando posicionarse en el puesto 18 del ranking mundial y segundo en Latinoamérica, según los datos relevados por la International Congress & Convention Association (ICCA).

Por primera vez Bariloche está incluida en este ranking con más de cinco congresos internacionales, condición para figurar en este selecto listado.

La intendenta interina María Eugenia Martini destacó "el trabajo en conjunto de la ciudad, en especial del Bariloche Bureau con la organización el año pasado de la Cumbre Latinoamericana de Turismo de Reuniones, en un momento difícil para la ciudad, y que fue el evento del segmento más importante realizado en el país".

Además, remarcó las gestiones de la Secretaría Municipal de Turismo junto al Ministerio nacional del área y la Asociación Argentina de Organizadores de Congresos

AOCA, y del EMPROTUR con sus acciones de promoción y el manual exclusivo del segmento que se distribuye en cada una de ellas.

"Una vez más Bariloche se puso de pie, e inmediatamente después de una crisis organizó el evento vinculado al turismo de reuniones más importante del país, la Cumbre de Turismo de Reuniones. Esto sumó para consolidarnos como destino en el ranking ICCA dentro de Argentina, por primera vez. Es mérito de los profesionales de la ciudad, su oferta e infraestructura. Y al trabajo en equipo de todos los sectores", señaló Guillermo Esteves, presidente del Bariloche Bureau, asociación de empresas vinculadas al turismo de reuniones.

Por su parte, el secretario de Turismo Fabián Szewczuk también celebró la novedad. "Estamos ante una gran oportunidad para consolidar a Bariloche como destino de reuniones y viajes de incentivo. No es un hecho menor figurar en un ranking internacional en el cual el país tiene una posición destacada fruto de mucho trabajo", indicó.

"El trabajo realizado con la AOCA a partir de la implementación del Plan de Marketing Estratégico de Turismo de Reuniones, es una prueba de que la suma de voluntades y el esfuerzo conjunto en pos de objetivos comunes son las piezas imprescindibles para que el turismo argentino se afiance como un eje fundamental en la economía del país y como una herramienta de inclusión para todos los argentinos", expresó Meyer.

ANEXO IV

Bibliografía y fuentes de información

- Philip Kotler – Kevin Keller “Dirección de Marketing” (Duodécima edición).
- David A. Aaker “Investigación de Mercados” (Tercera edición).
- Jeremy Kourdi “Estrategia” – The Economist.
- Banco Mundial.
<http://datos.bancomundial.org/>
- Conferences on Demand & Directory of Upcoming Events.
<http://www.conferensum.com/>
- ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones).
<http://www.iccaworld.com/npps/>
- AOCA (Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos).
<http://www.aoca.org.ar/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL.
<http://www.cepal.org/es/datos-y-estadisticas>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INDEC.
- Ministerio de Turismo de la Nación.
<http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>
- Municipalidad de Bariloche – Secretaría de Turismo de Bariloche.
Centro Cívico – Oficina de información.
- Ministerio de Turismo de Río Negro.
<http://www.rionegrotur.gob.ar/>
- Asociación Hotelera Gastronómica de S.C. de Bariloche.
- Cámara de Comercio de S. C. de Bariloche.
- Organización Mundial del Turismo – OMT.
<http://www2.unwto.org/es>
- Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina.
- Aeropuerto Argentina 2000.
Administración Bariloche – Aeropuerto Internacional Bariloche.
- Subsecretaría de Transporte Aero comercial.
<http://www.transporte.gov.ar/content/servicios-aeropuertos/>

- Organismo Regulador del Sistema Nacional de Aeropuertos - ORSNA.
- Comunica RSE.
<http://comunicarseweb.com.ar/agenda>

Imágenes usadas en el trabajo

Las fotos usadas en el presente trabajo, salvo las del Anexo de notas periodísticas, son propias tomadas en la ciudad y alrededores.