

Turismo de reuniones en Posadas, un destino turístico emergente

Meeting tourism in Posadas, an emerging tourist destination.

Ariel Alberto Kremar - Liliana María Dieckow - Aldo Daniel Maciel*

Resumen

El proyecto de investigación aborda el turismo de reuniones en la Ciudad de Posadas, Argentina. La capital de la provincia de Misiones, con más de 350 mil habitantes, posee un potencial significativo para el turismo de reuniones. Este producto tuvo un franco desarrollo en Argentina en los últimos diez años. Sin embargo, Posadas no se ubicó en ese mapa de ciudades organizadoras de eventos. Recientemente, la gestión pública de la ciudad le ha otorgado un fuerte impulso al turismo de reuniones. En línea con esto, el sector privado identifica nuevas oportunidades de negocios. Además, en la ciudad se ubica el Parque del Conocimiento, el cual alberga al Centro de Convenciones y Eventos. Las condiciones objetivas parecen favorecer el desarrollo de este producto innovador dentro de la oferta turística tradicional. El proyecto analiza las condiciones generales, dificultades y avances posibles del turismo de reuniones, poniendo de relieve los impactos de esta actividad en la ciudad.

Palabras claves: Turismo de reuniones, destino emergente, oferta.



Universidad Nacional de Misiones

Abstract

The research project approaches the Meetings Tourism in Posadas city, Argentina. Misiones' capital, with more than 350 thousand inhabitants, possesses significant potential for meeting tourism. This product, had a frank development in Argentina in the last ten years. However, Posadas was not located on that map of events organizing cities. Recently, the public management of the city has given a strong impetus to meeting tourism. In line with this, the private sector identifies new business opportunities. In addition, in the city is located the Knowledge Park that houses the Center of Conventions and Events. The objective conditions seem to favor the development of this innovative product in what is the traditional tourist offer. The project analyzes the general conditions, difficulties and possible advances of meeting tourism, highlighting the impacts of this activity on the city.

Key words: Meeting tourism, emerging destination, offer.



Universidad Nacional de Misiones

Ariel Alberto Kremar

* Campo o disciplina: Turismo. Licenciado en Turismo, Profesor adjunto, FHyCS, UNaM.
E-mail: arielkremar2@gmail.com

Liliana María Dieckow

* Campo o disciplina: Turismo y Economía. Licenciada en Turismo y Doctora en Administración (UNaM). Profesora adjunta regular, FHyCS, UNaM.
E-mail: lilianadie@gmail.com

Aldo Daniel Maciel

* Campo o disciplina: Turismo y Marketing. Licenciado en turismo. Profesor adjunto regular, FHyCS, UNaM.
E-mail: aldomaciel4@gmail.com

Cómo citar este artículo:

Kremar, Ariel Alberto; Dieckow, Liliana María y Maciel, Aldo Daniel (2017). "Turismo de reuniones en Posadas, un destino turístico emergente". Revista La Rivada 5 (9), 227-233. <http://www.larivada.com.ar/index.php/numero-9-diciembre-2017/homenaje/164-articulos-homenaje-turismo>

Introducción

En este artículo se presentan resultados parciales del proyecto de investigación titulado *El turismo de reuniones como producto turístico para un destino emergente. Caso: ciudad de Posadas, Argentina (2016-2017)*. Código 16H/ 452.

La ciudad de Posadas se plantea como un destino turístico emergente. Esta clasificación, según el esquema de ciclos de vida, puede permanecer durante mucho tiempo o dar lugar a una consolidación del mismo en un mapa nacional de destinos consolidados. En estos sitios, ciudades o regiones el turismo es parte de la economía.

Es un hecho que la planta de alojamiento de Posadas no ha crecido en los últimos años. Aunque haya algunos proyectos de construcción de alojamiento previstos (nuevas inversiones, mejoras, ampliaciones), la oferta se encuentra prácticamente estancada. Éste puede ser un indicador de que Posadas tiene un “techo”, en las actuales condiciones al menos.

En este escenario, las posibilidades de crecimiento turístico de Posadas se asocian a un tipo de turismo absolutamente particular: el turismo de eventos o más bien turismo de reuniones. Se trata de aquel que no necesita de un atractivo superlativo como, por ejemplo, las Cataratas del Iguazú, aunque el visitante ejerza su uso turístico; no está pendiente de las temporadas altas, medias o bajas, aunque existe una leve tendencia a concentrar eventos en el segundo semestre. El turismo de reuniones –o como se lo denominaba hace años, turismo de negocios– posee reglas de juego específicas, muchas veces en paralelo o combinadas con lo que podría denominarse el turismo convencional o *leisure*. Con resultados sumamente positivos observados en Argentina y el mundo, el efecto demostrativo de los números suma destinos de eventos cada año. El escenario se presenta favorable para que el sector empresarial ponga atención en esta nueva área de negocios.

El sector público impulsa el desarrollo del turismo de reuniones dado que el efecto observado en rentabilidad del negocio de las reuniones o eventos cuenta con una base de relaciones

público-privadas (y también privada-privada). Además, es observable el crecimiento de algunos destinos en cantidad y calidad de eventos. Argentina es reconocida como un caso exitoso en este segmento. En este documento se dan cuenta de algunos contenidos e informaciones de las principales organizaciones gubernamentales, privadas y gremiales que actuaron y actúan en el tema.

El objetivo general del proyecto busca analizar las potencialidades, aspectos favorables y condiciones generales de la ciudad de Posadas respecto del turismo de reuniones en tanto producto turístico emergente.

Como objetivos específicos se establecen: 1) Describir las características principales de la ciudad de Posadas, en carácter de estructura básica para el desarrollo del turismo de reuniones. 2) Identificar a los actores involucrados en el desarrollo de actividades relacionadas con eventos, en tanto agentes potenciales o efectivamente interesados en el turismo de reuniones. 3) Elaborar un diagnóstico del perfil de los eventos que se registran en un año en la ciudad de Posadas. 4) Identificar trayectorias favorables para el desenvolvimiento del turismo de reuniones en la ciudad.

Turismo de reuniones en la ciudad de Posadas

El proyecto de investigación propuesto define un escenario marcado por aspectos macro, con variaciones de carácter político-económico que marcan cambios en la ciudad; establecen algunas definiciones políticas locales que presuponen también una precisión en el perfil de destino turístico para Posadas; y determina la dinámica propia de las tendencias mundiales en el turismo, como por ejemplo la aparición de la economía colaborativa, nuevos perfiles de viajeros, mayor integración territorial de los destinos, entre otros.

Posadas, en su función de capital provincial,



posee un perfil de ciudad administrativa, sede de las autoridades provinciales. Es el municipio con mayor cantidad de población y en ese marco concentra servicios públicos y privados de forma preponderante. Desde hace unos pocos años, Posadas fue beneficiada con inversiones derivadas de las compensaciones realizadas por la Entidad Binacional Yacyretá en el área de impacto de la represa hidroeléctrica localizada a aproximadamente 80 kilómetros aguas abajo sobre el río Paraná.

La ciudad de Posadas cuenta con 3.200 plazas de alojamiento (en total en la provincia existen 22.500). Para la organización de eventos y congresos cuenta con 18 salones totales (hoteles 3 y 4 estrellas), 11 locaciones particulares equipadas, 14 locaciones complementarias con aéreas recreativas. El Centro de Eventos y Convenciones posee salones internos y pabellones externos, con un total de 80.000m², con capacidad para eventos nacionales e internacionales. Con respecto a la estadía, el promedio es de 2.6 noches de alojamiento en temporadas altas y el gasto por turista por día es de \$650 (abril 2016) y de \$940 (marzo 2017), alcanzando en temporada alta el 55-60% de ocupación promedio. La ocupación promedio de la ciudad está vinculada a los espacios de consumo generados por la calendarización (feriados turísticos, feriados y temporadas). Ha crecido la ocupación de alojamiento con la secuencia de eventos. En verano prolifera el pasajero *walk-in* de paso a Brasil y viceversa. El promedio anual de ocupación es del 25%.

La ciudad ofrece gastronomía variada en más de 40 establecimientos, un gran número de ellos distinguidos con el sello del Sistema Argentino de Calidad Turística.

Posadas se establece como centro de distribución de flujos de visitantes hacia las Cataratas del Iguazú, zona centro de Misiones, y los Saltos del Moconá, además de la zona sur, Apóstoles. También, distribuye hacia la provincia de Corrientes y república de Paraguay.

Además, Posadas es un centro de distribución regional: a) De cercanías: Apóstoles, Oberá, Salto Encantado, San Ignacio, Santa Ana, Encarnación –Jesús y Trinidad (Paraguay)–; b) Para un

área de influencia: Asunción (Paraguay), Corrientes-Resistencia, Esteros del Iberá (Carlos Pellegrini-Mercedes, Corrientes), Santo Angelo-San Miguel (Brasil), Puerto Iguazú-Foz do Iguazú (Brasil) - Ciudad del Este (Paraguay).

También es capital emergente en destino de viajes corporativos, relacionados con negocios e industrias de toda la provincia.

La conectividad aérea actual es de 19 vuelos semanales hacia/desde Buenos Aires, situación alcanzada en el año 2015.

El paso fronterizo Posadas-Encarnación es uno de los más importantes del país: más de 10 millones de personas en tránsito en el año 2016.

Para definir un destino turístico que aún no tiene un perfil claro se mencionan atributos (en tanto componentes percibidos por la demanda) y dos líneas de fortalecimiento identitario.

Entre los atributos del destino turístico podemos mencionar los siguientes:

1. Ciudad de servicios para el sur de Misiones, norte de Corrientes y limítrofes de Paraguay y Brasil.
2. En invierno es destino vacacional familiar. En verano, turismo de sol y playa y carnavales.
3. Todo el año: ciudad de eventos, paseos, compras, entretenimiento, espectáculos.
4. Cultura e historia regional: festivales, museos, Centro Integral del Conocimiento.
5. Ciudad vecina a Encarnación, principal destino turístico de verano del Paraguay. Compras y eventos.

Entre las oportunidades podemos citar:

1. Turismo de reuniones: desarrollo del producto inversiones en equipamiento y salones.
2. El potencial del río Paraná: actividades náuticas, festivales, paseos. Potenciales cruceros fluviales desde Rosario (MINTUR Argentina).

Algunas estrategias manifiestas son:

- a. Ciudad anfitriona de la región: la ciudad se propone como un destino multi funcional para argentinos, paraguayos, uruguayos y brasileños.
- b. Roles turísticos:
 - b.1) Posicionamiento como destino turístico para mercados diversos (regional ar-



gentino, paraguayo y brasileño). Ciudad de paseos, compras, entretenimiento, gastronomía. Acciones hacia el *trade* y público.

b.2) Posicionamiento como centro de distribución del sur de Misiones, norte de Corrientes e Itapúa (Paraguay). Servicios al viajero (transportes, excursiones, estructura, facilidades, acuerdos gubernamentales).

b.3) Ciudad de paso a las playas de Brasil. Servicios al automotor, alojamiento, migraciones, última capital argentina antes del paso de frontera hacia Brasil.

c. Ciudad de turismo de reuniones:

1. Organismos ejecutivos:

(1) Agencia Posadas Turismo (público)

(2) Buró de congresos y convenciones (privado con participación pública)

2. Alianza público-privada / mejora de eventos actuales / búsqueda y captación de eventos.

3. Metas: mejora en el Ranking del Observatorio de Turismo de Reuniones de la República Argentina (nacional) / Ranking ICCA (internacional 5+).

Aspectos a investigar (propuesta)

Una estrategia de desarrollo económico para la ciudad de Posadas incluye al turismo, pero no a cualquier tipo de turismo, sino uno muy específico: el turismo de reuniones.

Resulta clarificadora la declaración de AOCA en su portal web:

Hacia el año 2005 y teniendo en cuenta la dispersión terminológica existente en ese momento aplicada a la actividad tal como Segmento MICE, Turismo de Negocios y otros, AOCA comenzó a posicionar el concepto de Turismo de Reuniones, el que ha terminado imponiéndose en las distintas latitudes. Siendo el Turismo de Reuniones el segmento abarcativo de las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión,

actividad grupal, conferencia o de acompañar a una persona que asiste a la misma, se incluyen como tales los congresos, las convenciones, las ferias y exposiciones, las acciones de incentivos, las conferencias y los eventos de distintas magnitudes generados con variados propósitos. El Turismo de Reuniones se caracteriza por ser un segmento de alto crecimiento y de elevado rendimiento y si bien no necesariamente debe tener una vinculación previa a un destino tiene amplios efectos difusores en toda la cadena de valor. AOCA lideró el rol iniciador para lograr el desarrollo del Turismo de Reuniones para lo cual contactó en el año 2007 a las autoridades gubernamentales nacionales del Turismo en la Argentina con el fin de encarar las acciones necesarias para tal propósito. Posteriormente AOCA comenzó el trabajo conjunto con el Instituto Nacional de Promoción Turística – INPROTUR (organismo que concreta la relación público-privada, responsable de la promoción turística internacional de la Argentina), siendo su misión posicionar a la Argentina como destino turístico internacional en los mercados emisores. El Plan de Marketing para el Segmento del Turismo de Reuniones (2008-2011) cuyo objetivo fundamental es posicionar a la Argentina como uno de los principales 15 destinos mundiales en el ranking internacional de sedes para la realización de congresos, convenciones, ferias, incentivos y demás eventos internacionales, ha sido la herramienta de gestión que ha permitido paralelamente profundizar todo lo relacionado con este segmento en los últimos años consolidando el trabajo de los destinos, sedes de eventos, organismos oficiales de turismo y burós y llevando a cabo los Encuentros Nacionales de Destinos Sedes de Eventos con el fin de capacitar a los profesionales de todas las provincias. Este plan busca convertir a la Argentina en un país líder en América Latina por la calidad y diversidad de su oferta turística y la infraestructura existente para el Turismo de Reuniones motivo por el cual se han implementado acciones innovadoras



para la captación y promoción de Argentina como destino. A partir de esta línea de planificación se conforma el denominado Equipo País, articulado y compuesto por miembros del sector público y privado del turismo de la Argentina y coordinado por la alianza estratégica entre el Ministerio de Turismo de la Nación, el INPROTUR y la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA, 2015).

Con una relación de más de diez años de trabajo público y privado, uno de los aspectos de investigación que resulta interesante abordar es la manera en que esta relación se afianzó. El crecimiento del turismo de reuniones en Argentina está muy consolidado y, en ese marco, las diversas formas en que se desarrolló el segmento en cada lugar del país configuran un aspecto de investigación.

Otra línea de investigación podría referirse a las necesarias adaptaciones que la planta turística de Posadas deberá realizar, así como las también necesarias innovaciones que demanda este segmento (Nardone en PETR Posadas, 2015), a saber: locaciones para MICE (Meeting, incentive, conventions and exhibitions), servicios de prestadores, proveedores y operadores, servicios corporativos y asociativos, mercados SMERF (sociales, militares, educativos, religiosos, familiares), estructura de negocios y de gestión pública, formación específica de recursos humanos.

Avances del proyecto: aspectos relevantes

La ciudad, según una evaluación a principios del año 2017, ha avanzado en la organización de herramientas de gestión pública y ha apuntalado al sector privado en los siguientes aspectos: a) Agenda de eventos: la Agencia Posadas Turismo, entidad gubernamental de turismo municipal, coordina un calendario de eventos de la ciudad.

Los eventos son aquellos que siguen premisas básicas (más de 50 asistentes, más de media jornada de reunión y con impacto en el alojamiento y servicios). Cabe aclarar que esos eventos son notificados al Observatorio de Turismo de Reuniones de la República Argentina; b) Base de datos MICE: se llevó a cabo un relevamiento inicial a fin de contar con información de la planta MICE de la ciudad; C) Carpeta técnica de Turismo de Reuniones: es un documento base para la elaboración del libro de postulación o *bidding book*, d) Kit de presentación con imágenes y videos de la oferta de turismo de reuniones de la ciudad.

Como aspectos en proceso de desarrollo se destacan: a) Programa embajadores: es un modo de organizar aquellos referentes locales vinculados a asociaciones, empresas, gobierno, que a su vez actúan para postular la ciudad para la organización de congresos, convenciones, encuentros en general. Este programa es de amplia utilización en todo el mundo, y apela al prestigio, conocimiento y penetración de personalidades y representantes con acceso a los mercados; b) Manual del destino: es un documento a través del cual los organizadores de eventos, empresas y organismos en general acceden a las condiciones, normativas a seguir y modos de actuar para organizar un evento en la ciudad; c) Protocolo de apoyo: parcialmente en ejecución, incluye una clasificación y selección de eventos cuyo resultado implica un índice de apoyo por parte del municipio, es decir, es una herramienta en sintonía con el segmento de mercado MICE a captar, que permite organizar el apoyo a eventos con recursos municipales; d) Apoyo a la conformación de un Bureau de Turismo de Reuniones: El municipio apoya con recursos económicos (sueldo del director ejecutivo) la constitución del bureau de la ciudad. Esta entidad de marketing MICE del destino es la contraparte privada que oficiará de contacto y facilitador del negocio de turismo de reuniones del destino. Al momento de esta publicación, esta organización se encuentra ya en fase final de constitución.

El actual proyecto de investigación prevé profundizar aspectos relativos a la conformación de alianzas privadas intra-sector. Esta condición



Universidad Nacional de Misiones

mínima de un destino se observa de manera incipiente en Posadas. La organización del sector privado para el turismo de reuniones se ve apuntalado por las organizaciones empresarias: AMHBRA, que reúne a prestadores de alojamiento y gastronomía; AMAT, la entidad que agrupa a las agencias de viajes de la provincia; la CEM, Confederación Económica de Misiones. Los actores públicos de apoyo son la Agencia Posadas Turismo de la municipalidad de Posadas, el ministerio de Turismo de la provincia de Misiones y el Parque del Conocimiento de la provincia.

Referencias bibliográficas

Libros

BARRIOS, Omar; SIMEONI, Alejandra (2012): *Eventos. Logística de los servicios turísticos*. Buenos Aires. Ediciones Turísticas.

CAMUSSO, Marcelo; CASANOVA FERRO, Gonzalo (Coordinadores) (2015): *Gestión pública del turismo*. Buenos Aires, Fundación Universidad Católica Argentina.

NARDONE, Arnaldo (2014): *El ABC del Turismo de Reuniones y eventos*. Universidad San Martín de Porres, Perú.

Otras fuentes

AOCA, Asociación de Organizadores de Congresos de la Argentina. Disponible en <http://www.aoca.org.ar/index.php?texto=secciones&num=4>

Congresos & Convenciones 36°. Guía Anual Turismo de reuniones 2016/2017

Ferias & Congresos, 2017. Varios números, Buenos Aires.

IBTM World Show catalogue 2016. Org. Reed

Travel Exhibitions. Gran Bretaña. ICCA_A Modern History of International Association Meetings [Web] <http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>

Mintur Argentina. Disponible en www.mintur.gov.ar

Municipalidad de la Ciudad de Posadas (2010): *PEP2022 Plan Estratégico Posadas 2022*. Posadas.

NARDONE, Arnaldo (2015): *Plan Estratégico de Turismo de Reuniones: Posadas, Argentina*. Documento elaborado por el autor para el IN-PROTUR, Ministerio de Turismo de la Nación, Argentina.

Suplemento de LADEVI Turismo de Reuniones 2017, Buenos Aires.

Proyecto de investigación

Kremar, A.; Dieckow, L.; Maciel A.: *El Turismo de reuniones como producto turístico para un destino emergente. Caso: Ciudad de Posadas, Argentina (2016-2017)*. Código 16H/ 452. Período: 2016- 2017. Secretaría de Investigación y Postgrado. FHyCS - UNaM.

