

Evolución reciente de la actividad de Ferias y Congresos

La relevancia de los congresos y exposiciones en la Ciudad de Buenos radica no sólo en su capacidad de convocatoria a nivel local sino también a nivel internacional, pues se constituye en el cuarto motivo de viaje para el turismo proveniente de otros países, (después de Vacaciones, Negocios y Visita a familiares y amigos)¹⁴.

Las grandes ciudades del mundo han experimentado en los últimos años un importante crecimiento en la cantidad de estos eventos y la Ciudad de Buenos Aires no está al margen de esta tendencia.

Entre los aspectos más destacados que caracterizaron al negocio de los congresos y exposiciones en el último quinquenio, se encuentran el arribo de empresas extranjeras -muchas de las cuales se asociaron a las compañías locales para organizar eventos- y la mayor concentración del mercado.

En la actualidad, la Ciudad cuenta con 55 empresas organizadoras de congresos y exposiciones asociadas a AOCA (Asociación de Organizadores de Congresos, Ferias, Exposiciones y Afines de la República Argentina), de las cuales 21 se especializan en congresos, 20 en exposiciones y 14 en ambos tipos de eventos.

Existen fuertes eslabonamientos productivos entre las empresas organizadoras de eventos y las otras ramas de actividad, en especial las dedicadas a proveer de servicios (traducción, decoración, *catering*, seguridad, etc.); asimismo, estos encuentros dan lugar a consumos en hoteles, restaurantes, lugares de espectáculos y compras en general. De lo anterior se desprende que las exposiciones y congresos movilizan localmente una gran cantidad de dinero y su capacidad de generación de empleo debe ser medida no sólo en términos directos sino también indirectos.

En las estadísticas que se exponen en este informe se consideran solamente los mayores eventos organizados por empresas especializadas en la actividad. Por lo tanto, las cifras deberían tomarse como una *prox*y de la cantidad total.

¹⁴ Este ordenamiento se obtiene cuando se separa en las últimas estadísticas disponibles de la Subsecretaría de Turismo del GCBA, el motivo Asistencia a Congresos/Exposiciones del motivo Negocios.

Cabe destacar que aunque el análisis está estructurado separando el fenómeno de los congresos del correspondiente a las exposiciones (en 2000 la relación entre uno y otro tipo de evento era de casi 4 a 1), los dos están muy vinculados entre sí, dado que hay muchos congresos que tienen exposiciones paralelas y la mayoría de las ferias¹⁵ tiene seminarios, congresos y foros simultáneos.

EXPOSICIONES

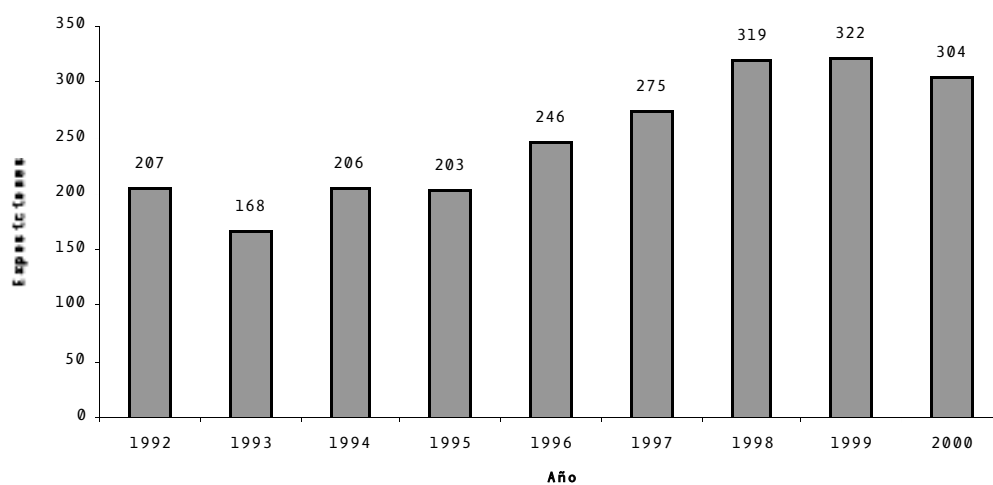
Durante el año 2000, se llevaron a cabo 304 exposiciones en todo el país, en las que participaron 35.529 expositores y 6.675.530 visitantes. De lo anterior se desprende que en promedio se concretó la inauguración de casi un evento de este tipo por día, con una media de expositores por feria de 117. Se destaca que el 2,9% de los asistentes en 2000 fueron extranjeros. En 2000, la cantidad de expositores participantes, ascendió a 34.429, generando un promedio de expositores por feria de 113.

En el Gráfico 1 y en el Cuadro 1 se observa que entre 1992 y 2000, el número de exposiciones en el país se ha prácticamente duplicado, verificándose un máximo en la cantidad de estos eventos durante el año 1999. Las tasas de crecimiento interanual han sido permanentemente positivas desde 1994, a excepción de los años 1995 y 2000, como producto del efecto Tequila en el primer caso y de la prolongada recesión local en el segundo.

En el Gráfico 1 y en el Cuadro 1 también queda de manifiesto que -dada la modalidad de los contratos en esta actividad, que suelen realizarse con un año de anticipación al evento (y en ocasiones, más)- la recesión económica iniciada hacia fines de 1998 se materializó en la actividad con cierto rezago. Por lo tanto, muchas ferias que en 1999 se hubiesen levantado por la recesión, se llevaron a cabo, lográndose todavía una tasa positiva de evolución en ese año. De todas maneras, la desaceleración del crecimiento en 1999 es producto de que muchas otras debieron suspenderse por insuficiencia de expositores o auspiciantes.

¹⁵ En teoría, las ferias son eventos comerciales, mientras que las exposiciones tienen un sentido de corte institucional. Pero en la práctica los dos conceptos se usan indistintamente.

Gráfico 1
Exposiciones por año. Argentina. 1992-2000



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

Cuadro 1
Exposiciones. Variación interanual. Argentina. 1992-2000

Año	Variación interanual (%)
1993	-18,8
1994	22,6
1995	-1,5
1996	21,2
1997	11,8
1998	16,0
1999	0,9
2000	-5,6
Variación 1992-2000	46,9

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

En cuanto a la cantidad de visitantes por exposición, la misma ha disminuido en los últimos años, lo que no debe tomarse unívocamente como algo negativo para la actividad; la globalización y la creciente especialización en la economía favorecieron el nacimiento de las **ferias especializadas**, dirigidas a segmentos particulares de público. En estos casos la universalidad de la demanda y de la oferta no son el objetivo, como ocurre en muchas otras actividades: la **calidad** de las exposiciones es lo fundamental.

Del Cuadro 2 se desprende que la cantidad más frecuente de asistentes a exposiciones es de hasta 10.000 personas (más de la mitad estos eventos en 2000 recibieron como máximo esta cantidad de visitantes), aunque hay grandes exposiciones que suelen convocar más de medio millón de asistentes, como la Feria del Libro.

Cuadro 2
Exposiciones Generales. Público asistente. Argentina. 2000

Cantidad de personas asistentes	Exposiciones Generales	Exposiciones Ganaderas
0 - 10.000	138	31
10.001 - 25.000	43	19
25.001 - 50.000	18	11
50.001 - 100.000	18	4
100.001 - 200.000	6	-
200.001 - 500.000	2	-
+ de 500.000	2	-
Sin datos	2	10
Total 2000	229	75

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

En lo que respecta a la **inversión** en exposiciones, esta variable resulta contemporáneamente más sensible al ciclo que la cantidad; de esta manera, mientras en 1999 el número de exposiciones todavía crecía, la recesión ya había tornado negativo el signo de la variación interanual para la inversión (-19%), confirmándose la reducción al año siguiente (-6%). Entre 1994 y 2000, el crecimiento de la inversión fue superior al del número de exposiciones (casi 60%), alcanzando en este último año \$358,4M.

Cuadro 3
Exposiciones. Inversión y variación interanual. Argentina. 1994-2000

Año	Monto (en millones de \$)	Variación interanual (%)
1994	226,6	-
1995	231,8	2,3
1996	315,5	36,1
1997	384,9	22,0
1998	469,3	21,9
1999	381,4	-18,7
2000	358,4	-6,0
Variación 1994-2000	58,2%	

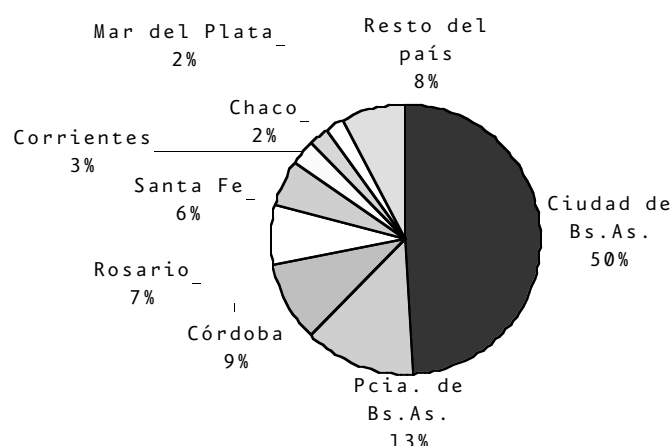
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

Las exposiciones pueden clasificarse en dos grandes ramas: las **monográficas** (como la ganadera) y las **generales**. Mientras las primeras son especializadas y tienen como principal objetivo reunir a los representantes de un sector específico, las generales están abiertas al público y abarcan diferentes ramas de la economía. Entre las últimas se destacan por su magnitud las dedicadas a la indumentaria, la informática, la educación, la estética, el calzado, la construcción, los libros, la gastronomía y la salud.

Las exposiciones de mayor convocatoria durante 2000 fueron: Expo Management, la Ganadera de Palermo, Expochacra, Fematec, la Feria Internacional de la Alimentación SIAL en asociación con la Coordinadora de Productos Alimenticios (COPAL), la Feria del Libro, FIT, la Publicitaria, y El Salón Internacional del Automóvil en asociación con ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores).

En cuanto a la **localización** de las exposiciones, en el Gráfico 2 se observa que en el último año, la **Ciudad de Buenos Aires concentró casi la mitad del total de exposiciones**, seguida en importancia por la Provincia de Buenos Aires (13,2%), Córdoba (9,2%), Rosario (7,2%) y Santa Fe (5,6%).

Gráfico 2
Distribución de las exposiciones por provincia. Argentina. 2000



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

En el Cuadro 4 se observa que existe una **fuerte estacionalidad** en la realización de exposiciones, lo que se refleja en una **alta concentración durante el tercer trimestre** (el 46% de las mismas se efectuaron en ese período durante 2000). Este fenómeno coincide con el pico de turistas arribados en el año desde Europa, Estados Unidos y Canadá¹⁶.

¹⁶ Para una profundización sobre la estacionalidad en el ingreso de turistas se remite al informe Análisis de los Ciclos en el Movimiento Internacional de Personas por los principales puestos migratorios del Gran Buenos Aires, en esta misma publicación.

Cuadro 4
Exposiciones. Distribución mensual. Argentina. 2000

Mes	Cantidad de exposiciones			Distribución (%)
	Generales	Ganaderas	Totales	
Enero	4	2	6	2,0
Febrero	5	2	7	2,3
Marzo	12	1	13	4,3
Abril	24	3	27	8,9
Mayo	24	4	28	9,2
Junio	22	4	26	8,6
Julio	17	3	20	6,6
Agosto	34	9	43	14,1
Septiembre	34	29	63	20,7
Octubre	19	17	36	11,8
Noviembre	26	1	27	8,9
Diciembre	8	0	8	2,6
Total 2000	229	75	304	100,0

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

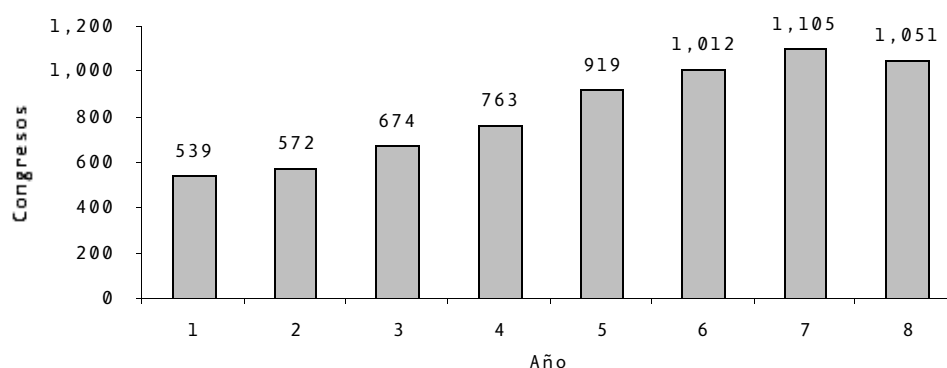
En la actualidad, hay alrededor de 20 predios feriales en el país, pero sólo tres tienen la estructura adecuada para organizar ferias internacionales; ellos son Costa Salguero, la Rural y el Centro de Exposiciones del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Esto hace que una de las principales cuestiones a resolver para el sector sea la adecuación de la infraestructura edilicia para realizar exposiciones, porque en este momento su insuficiencia constituye un importante "cuello de botella".

Como una forma de reducir el problema anterior, se inauguró en 1999 el nuevo predio de la Rural -de 35.000 m²- a través de Ogden y la Sociedad Rural Argentina, con una inversión cercana a los u\$s 60M. En agosto de ese mismo año, se inauguró el Predio Retiro para la realización de conferencias y exposiciones, con una superficie cubierta de 10.600 m²; esto pudo concretarse a través de la inversión de u\$s 1M efectuada por empresarios locales.

CONGRESOS

A diferencia de lo acontecido con las ferias, la cantidad de congresos se ha incrementado ininterrumpidamente entre 1993 y 1999 (Gráfico 3). El año 2000 fue el primero de la serie que mostró un descenso de casi 5%, revirtiendo la tendencia que había logrado duplicar el número de eventos de este tipo en los siete años anteriores (Gráfico 3 y Cuadro 5).

Gráfico 3
Congresos por año. Argentina. 1993-2000



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

Cuadro 5
Congresos por año. Variación interanual. Argentina. 1993-2000

Año	Variación interanual (%)
1994	6,1
1995	17,8
1996	13,2
1997	20,4
1998	10,1
1999	9,2
2000	-4,9
Variación 1993-2000	95,0

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

En 2000, la cantidad de congresos fue de 1.051 y la de asistentes de 545.184 personas. Esto significa que se inauguraron en el país -en promedio- casi tres congresos al día (más de uno en la Ciudad de Buenos Aires), con una asistencia promedio de 519 personas.

Cabe destacar que en ciertos rubros –como en informática y telecomunicaciones- se produjo un crecimiento en el número de asistentes, lo que responde a la expansión particular de esos mercados y a la necesidad de abordaje de temáticas específicas.

De acuerdo con los datos de AOCA (Asociación de Organizadores de Congresos, Ferias, Exposiciones y Afines de la República Argentina), se estima que la participación de asistentes extranjeros a congresos es más de cinco veces superior a la correspondiente a ferias (cerca de 12%); esta significativa magnitud no debería resultar llamativa si se tiene en cuenta que los congresos movilizan en todo el mundo a miles de personas y de divisas, generando una gran actividad turística que implica gastos no sólo en la contratación del evento (el costo promedio de inscripción a los congresos fue de \$209 en el año

2000), sino también en hotel y consumo general.

En el Cuadro 6 se observa que, lógicamente, la mayor participación del público extranjero se produce en los eventos internacionales. No obstante, en los congresos nacionales -que representan 94,3%- la cantidad de no-residentes es de casi un tercio del total.

Cuadro 6
Tipo de Congreso y Cantidad de asistentes extranjeros en cada uno. Argentina. 2000

Tipo de Congreso	Cantidad	%	Asistentes extranjeros	
			Cantidad	%
Nacionales	991	94,3	19.977	30,4
Internacionales	36	3,4	39.883	60,7
Interamericanos	24	2,3	5.873	8,9
Total	1051	100,0	65.733	100,0

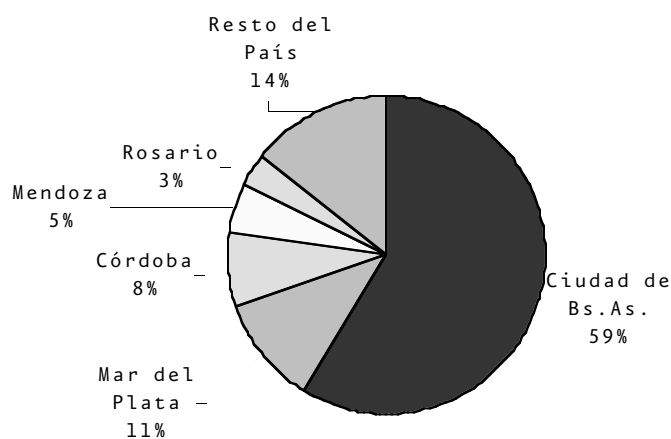
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

La **inversión**, la misma alcanzó \$289,6 M en 2000; si se suma esa magnitud a la correspondiente a las exposiciones durante el mismo período (\$358,4 M), se obtiene una caída de casi 10% durante el último año.

Como en el caso de las exposiciones, en lo que va de este año, se han producido cambios de lugares y suspensiones de eventos que estaban previstos con cierta anterioridad; los motivos del fenómeno radican en la falta de *sponsors*, la reducción de los participantes -que a su vez impacta negativamente en la posibilidad de obtener apoyo de los *sponsors*- y el incremento en el costo de los pasajes aéreos (algunas rutas que antes manejaba Aerolíneas Argentinas ahora tienen tarifas hasta un 30% superiores).

En lo que a la **concentración geográfica** de congresos respecta, a correspondiente a la Ciudad de Buenos Aires es aún mayor que en el caso de las exposiciones (58% del total en 2000). La segunda plaza en importancia es Mar del Plata (11,2%), seguida por Córdoba (7,5%) y Mendoza (4,9%). El *ranking* de las ciudades se modifica si se lo realiza de acuerdo con el número de asistentes. En ese caso, Rosario se antepone a Mendoza y Bariloche gana dos posiciones (Gráfico 4).

Gráfico 4
Distribución de congresos por provincia. Argentina. 2000

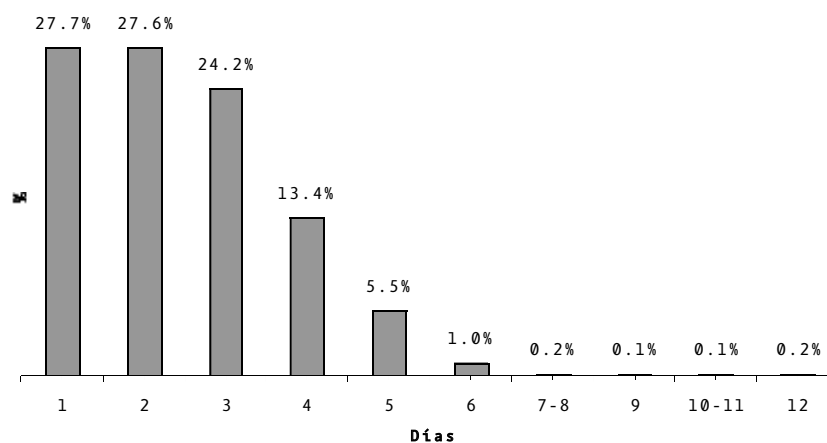


Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

También en el caso de los congresos existe una fuerte concentración estacional: más del 41% de los mismos se produce entre los meses de agosto, septiembre y octubre, lo que coincide nuevamente con el pico de arribo de turistas internacionales al país (Cuadro 7).

La duración promedio de los congresos es de 2,5 días, pero el 55,3% de los congresos dura dos días o menos y 75% tres o menos; la frecuencia disminuye progresivamente con el incremento de los días de duración (Cuadro 5)

Gráfico 5
Duración de los congresos en días. Argentina. 2000



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos de AOCA.

Los recintos más importantes para la celebración de congresos en la Ciudad de Buenos Aires son los hoteles de categoría; entre ellos se destacan el Sheraton Hotel, el Hilton Buenos Aires, el Crowne Plaza Panamericano, el Sheraton Libertador y el Marriot Plaza. También son de relevancia el Centro Costa Salguero y el Centro Cultural San Martín.

Uno de los aspectos más destacados que caracterizan al negocio de los congresos (y también de exposiciones) en el último quinquenio, es el arribo de empresas extranjeras, muchas de las cuales se asociaron a compañías locales para la organización de eventos, concentrándose el mercado en pocos participantes. Éste es un fenómeno mundial que, en general, es reconocido por los participantes locales como de una mayor profesionalización, aunque algunos descreen que se haya ganado significativamente en nuevas ideas. Entre los organizadores más destacados se encuentran *Pichon Riviere Consultores*, *Inforexco*, *Expobaires*, *Banpaku*, *Serviexpo*, *Exposium*, *La Rural*, *E.J.Krause*, *Diversified Business Communication*, *Miller Freeman* y *DMG Exhibition Group*. Estas empresas suelen tener contactos con expositores internacionales a los que atraen al país para que participen de los eventos locales, lo que les permite contar una clientela más o menos segura. Además, suelen adquirir ferias con trayectoria, nombre y una importante cartera de clientes garantida; el *know how* ferial se obtiene en general, a través del acompañamiento en el negocio del vendedor. El monto de la operación se establece en función de las utilidades, la trayectoria y los expositores potenciales, constituyéndose en una inversión de largo plazo, que se amortiza aproximadamente en cinco años.

Cabe destacar que el significativo crecimiento del mercado no impactó en todos los organizadores por igual, sino que benefició más a los dedicados a exposiciones de **seguridad, gastronomía, turismo (receptivo), marketing y seminarios de negocios**. En cambio, hubo otras empresas que registraron caídas, como las vinculadas a la realización de encuentros sobre autopartismo, PyMEs, niños, actividades regionales y muebles. En el caso de los congresos, el mayor crecimiento lo experimentaron los organizadores de eventos de **medicina, marketing y educación**.

Sintetizando, la realización de congresos y exposiciones ha crecido en Argentina en forma prácticamente exponencial durante la última década y su desarrollo recién se ha retrasado significativamente con la última recesión.

En particular, la Ciudad de Buenos Aires tiene perspectivas de desarrollar el turismo de negocios parcialmente sobre la base de esta actividad, que actualmente es cuarto en importancia dentro del internacional. Hacia la consecución de ese objetivo se encuentra la ampliación de la infraestructura edilicia y el proyecto de crear un centro de convenciones con suficiente capacidad como para que la Ciudad sea elegida como sede de más encuentros internacionales. Dada la significación de la inversión requerida, se requiere de una estrategia de largo plazo, que depende en parte del desarrollo económico y social de la Ciudad.

A la creación de nuevos espacios para la realización de exposiciones durante los últimos años recién mencionada, se suman una mayor profesionalización en la organización por la llegada de nuevos competidores extranjeros y los atractivos que ofrece la Ciudad para después de los congresos y exposiciones, que incluyen museos, teatros, restaurantes, clubes, discotecas, etc.