



OCICO

Estrategia y desarrollos turísticos

www.ocico.ar



Mendoza Bureau

CONVENTION & VISITORS BUREAU



OBSERVATORIO DE TURISMO DE REUNIONES

Sistema integral para la medición,
recopilación y análisis de estadísticas
de reuniones en Mendoza

¿POR QUÉ UN DESTINO NECESITA UN OBSERVATORIO DE TURISMO DE REUNIONES?

Porque lo que no se mide, no existe en el mercado

Un destino sin **datos** es invisible para organizadores, asociaciones y decisores.

Porque los datos transforman intuición **en decisiones inteligentes**

Invertir, fijar precios y promocionar con evidencia reduce riesgos y mejora resultados.

Porque un Bureau con **datos lidera**, no opina

Los destinos competitivos demuestran su valor con información confiable y validada.

INFORME FINAL – 2025

- 1- Propuesta inicial y estado de situación**
- 2- Presentación Manual de Procedimientos**
- 3- Exposición de resultados Relevamiento 2024**
- 4- Manual de capacitación**

1- PROPUESTA INICIAL Y AVANCES REALIZADOS

ETAPA	PROPUESTA	AVANCES
ETAPA 1 Marco general	Análisis del marco de referencia nacional e internacional	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis normativa UNWTO, ICCA, MPI, RTE, SEGITTUR, Bilbao Convention Bureau, TCEB (Tailandia), New York T+C - AOCA, OETR, OTR CABA, OTR Santa Fe - Otros antecedentes www.Cevent.com; www.casamientos.com; www.bodas.com www.wedding.report
ETAPA 2 Definiciones generales	Análisis y definición de alcance general <ul style="list-style-type: none"> - Marco geográfico - Universo de prestadores - Tipos de eventos a medir - Caracterización - Glosario 	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptualización TR - Glosario - Prestadores - Tipos de eventos – clasificación y caracterización - Customer Journey de organizadores de eventos y de asistentes - Casos de referencia -
ETAPA 3 Desarrollo metodológico	<ul style="list-style-type: none"> - Relevamiento de oferta - Relevamiento de demanda - Desarrollo canasta de servicios. - Sistema dinámico de proveedores - Tableros interactivos con los principales indicadores. 	1- <u>RECOPIACIÓN</u> <ul style="list-style-type: none"> - Relevamiento de oferta y demanda <ul style="list-style-type: none"> o Ámbito geográfico o Fuentes de información o Herramientas de relevamiento: encuesta o Metodología de captación - Relevamiento de precios (valorización) <ul style="list-style-type: none"> o Alojamiento o Gastronomía o Actividades turísticas o Compras o Otros 2- <u>PROCESAMIENTO</u> <ul style="list-style-type: none"> - Metodología elaboración indicadores - Definición conceptual indicadores - Presentación de resultados 3- <u>PRESENTACION</u> <ul style="list-style-type: none"> - Tableros e infografías

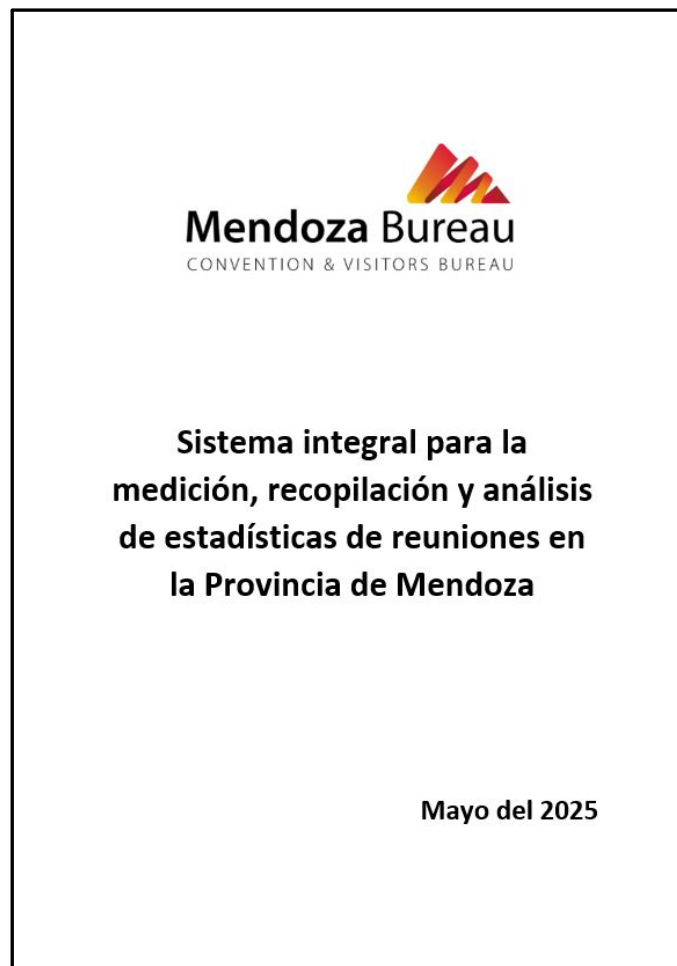
1- PROPUESTA INICIAL Y AVANCES REALIZADOS

ETAPA 4 Organización del equipo	<ul style="list-style-type: none">- Armado de equipo de trabajo- Elaboración de TDR- Capacitación/entrenamiento RRHH- Acuerdo con instituciones RRHH
ETAPA 5 Experiencia piloto	<ul style="list-style-type: none">- Puesta en marcha del sistema (3 primeros meses 2025)- Elaboración y análisis de informes (oferta y precios)- Asesoramiento sobre demanda- Ajustes y recomendaciones
ETAPA 6 Capacitación	<ul style="list-style-type: none">- Producción de material para capacitación de proveedores de información, prestadores de servicios, funcionarios públicos y otros referentes
ETAPA 7 Relevamiento 2024	<ul style="list-style-type: none">- Formación equipo de trabajo- Diseño e implementación encuesta- Relevamiento 542 eventos- Procesamiento y presentación resultados

ETAPAS DEL PROCESO



2- MANUAL DE PROCEDIMIENTOS



3- PRESENTACION RESULTADOS RELEVAMIENTO 2024

En el relevamiento se incluyeron eventos tradicionales (congresos, convenciones, ferias, exposiciones), así como incentivos de empresas y bodas de destino.

Se logró relevar un total de 541 eventos

3- PRESENTACION RESULTADOS RELEVAMIENTO 2024

Es imprescindible contar con el **compromiso y la participación** de miembros y no miembros del Mendoza Bureau en el aporte de información, a fin de generar estadísticas de calidad.

Se vuelve necesario efectuar una tarea permanente de concientización de cada uno de ellos a fin de que **perciban el valor** que tiene el aporte de información y la construcción y mantenimiento del Sistema.

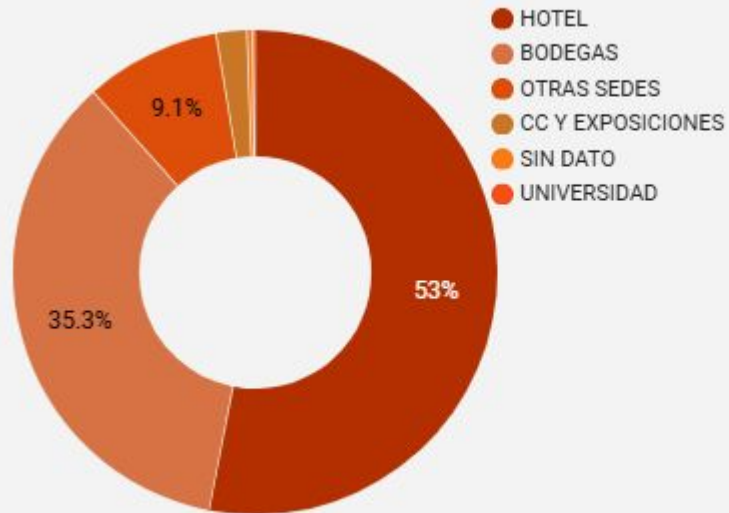
Si bien el relevamiento 2024 fue arduo por la necesidad de solicitar la totalidad de un año en un solo pedido....

DATOS GENERALES

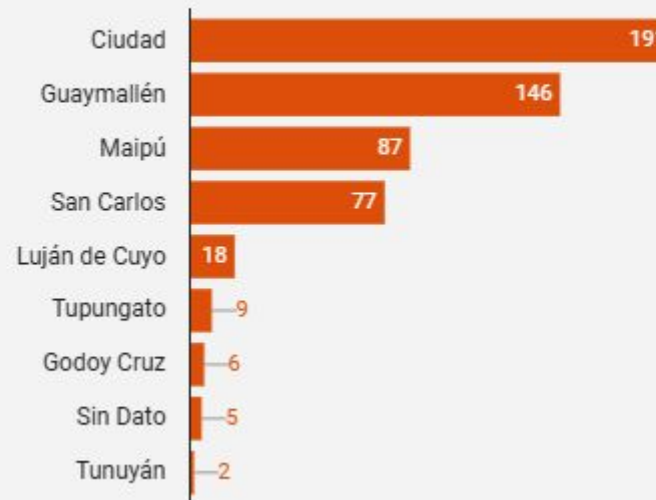


DATOS GENERALES

EVENTOS POR SEDE



EVENTOS POR MUNICIPIO



TOP 10 PRINCIPALES TEMÁTICAS



CONGRESOS Y CONVENCIONES

REPORTE TURISMO REUNIONES

CONGRESOS Y CONVENCIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES, EVENTOS DEPORTIVOS

Mes



Año



170
EVENTOS

17.930
ASISTENTES

1,94
DURACIÓN

30 mil
VALOR PROMEDIO

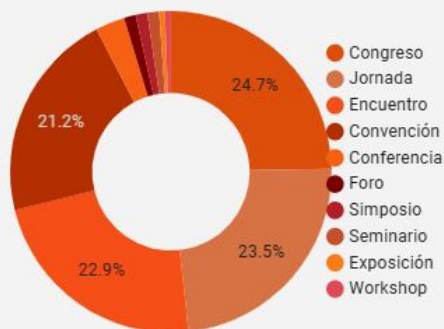
TIPO (1)

FERIAS Y EXPOSICIONES

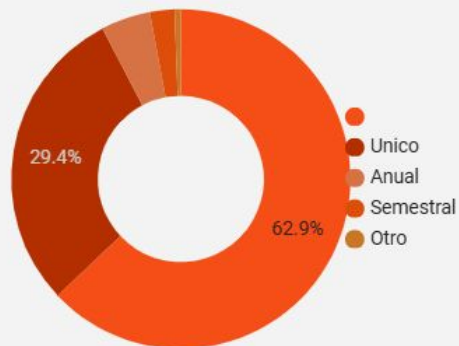
EVENTOS DEPORTIVOS

CONGRESOS Y CONVENCIONES

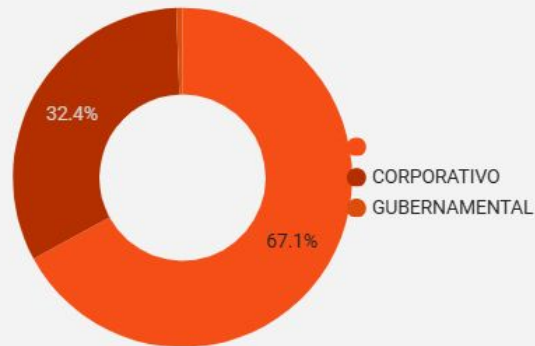
CLASIFICACIÓN



PERIODICIDAD



ORGANIZADOR



CONGRESOS Y CONVENCIONES

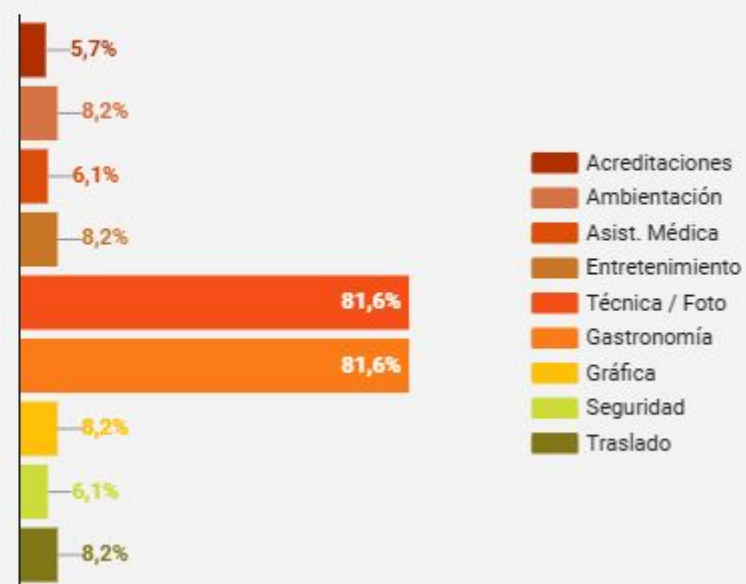
LISTADO EVENTOS

DENOMINACION ▾
woranz cia de seguros
weir vulco
YPF
XXVII Jornadas de la Asociación Argenti...
XXIV CONGRESO ARGENTINO DE DIABE...
XV Congreso Argentino de Fasen 2024
XIX Congreso Internacional de CIRUGIA ...
XIII Congreso Argentino de Psicoanálisis
We Corp

1 - 100 / 159 < >

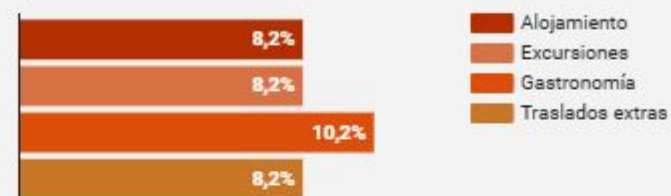
SERVICIOS CONTRATADOS

Proporción de servicios contratados sobre total de eventos



OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

Proporción de servicios contratados sobre total de eventos



EMPLEO TEMPORAL



FERIAS Y EXPOSICIONES



EVENTOS DEPORTIVOS

REPORTE TURISMO REUNIONES

CONGRESOS Y CONVENCIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES, EVENTOS DEPORTIVOS

Mes ▾

Año ▾

54	5.370	1,06	-
EVENTOS	ASISTENTES	DURACIÓN	VALOR PROMEDIO

— TIPO (1)

FERIAS Y EXPOSICIONES

EVENTOS DEPORTIVOS

CONGRESOS Y CONVENCIONES

CLASIFICACIÓN

Clasificación	Porcentaje
Evento Deportivo	96.3%
Encuentro	3.7%

PERIODICIDAD

Periodicidad	Porcentaje
Unico	83.3%
Otro	7.4%
Anual	9.3%
Sin Dato	0%

ORGANIZADOR

Organizador	Porcentaje
SIN DATO	87%
ASOCIATIVO	11.1%
CORPORATIVO	2.1%

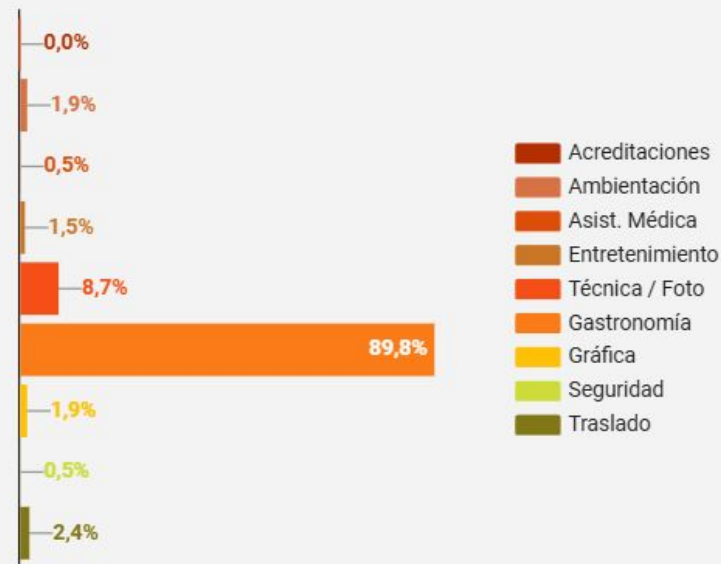
INCENTIVOS



INCENTIVOS

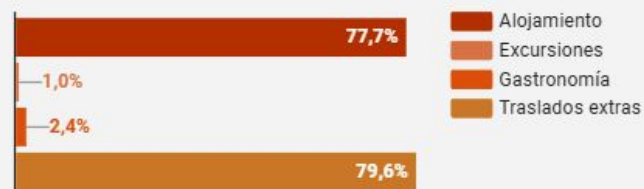
SERVICIOS CONTRATADOS

Proporción de servicios contratados sobre total de eventos



OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

Proporción de servicios contratados sobre total de eventos



EMPLEO TEMPORAL



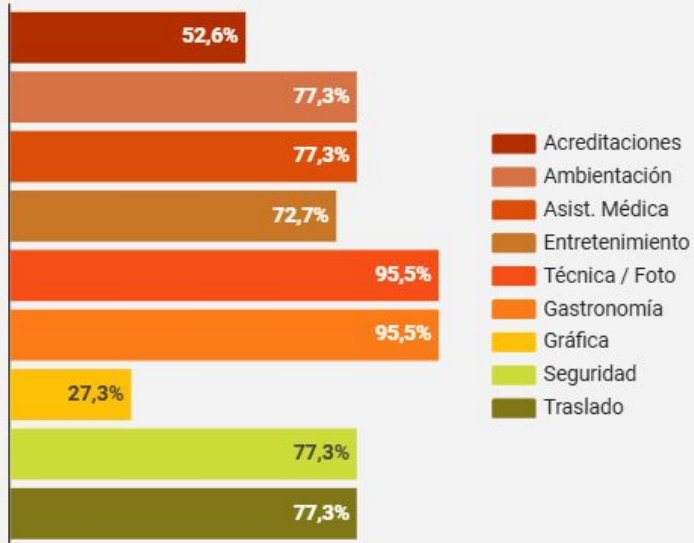
BODAS



BODAS

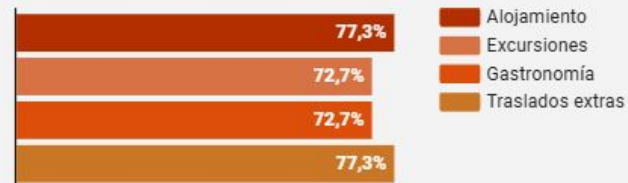
SERVICIOS CONTRATADOS

Proporción de servicios contratados sobre total de eventos

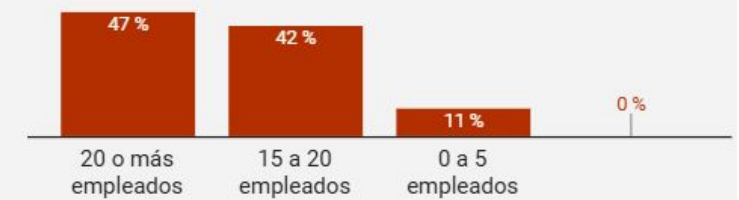


OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS

Proporción de servicios contratados sobre total de eventos



EMPLEO TEMPORAL



PRECIOS

REPORTE TURISMO REUNIONES

RELEVAMIENTO DE PRECIOS

Mes



Año



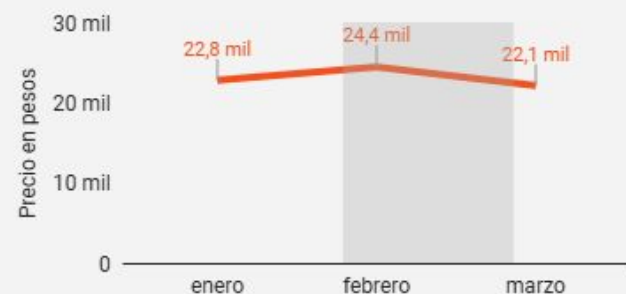
Tarifa rack base doble en habitación standard con desayuno en alojamiento 4 estrellas o similar. Valores con IVA incluido

EVOLUCIÓN PRECIO PROMEDIO - MENDOZA



Menú ejecutivo en restaurant de los alojamientos relevados o establecimiento similar. Incluye plato principal, postre y bebida. Precios con IVA incluido

EVOLUCIÓN PRECIO PROMEDIO - MENDOZA



Valor promedio considerando:
- Bus turístico para público nacional
- Visita a Bodega con degustación y almuerzo clásico. Valores con IVA incluido

EVOLUCIÓN PRECIO PROMEDIO - MENDOZA



PRECIOS

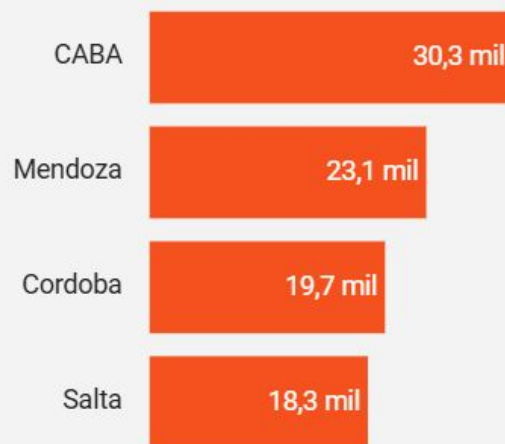
PRECIO PROMEDIO ALOJAMIENTO

Precio promedio para el período seleccionado. Por defecto es el promedio total de todos los meses.



PRECIO PROMEDIO GASTRONOMÍA

Precio promedio para el período seleccionado. Por defecto es el promedio total de todos los meses.



PRECIO PROMEDIO EXCURSIONES

Precio promedio para el período seleccionado. Por defecto es el promedio total de todos los meses.



Comparación sintética 2024 vs 2025 (estimado)

Indicador	2024	2025 (estimado)	Variación
Eventos	541	420-440	↓
Asistentes	180k – 240k	150k – 200k	↓↓
Estadía	3 – 4 noches	2,5 – 3,2	↓
Gasto real	—	↓	↓↓↓
Impacto económico	\$300.000–420.000 M U\$S 250 - 350	\$260.000–380.000 M U\$S 180 – 250 M	↓
Empleo	4.5k – 6k	3.6k – 4.8k	↓
Recaudación fiscal total estimada	U\$S 12 - 20 M	U\$S 7,5 - 13 M	-20 %

4- MANUAL DE CAPACITACION

**Material para la capacitación de
prestadores y usuarios del Sistema**

¿QUÉ GANAN LOS MIEMBROS DEL BUREAU CON EL OBSERVATORIO?

Más capacidad real para captar eventos

Los eventos se ganan con cifras claras, no con promesas.

Capacidad de anticiparse al mercado

Tendencias, cambios de demanda y nuevas oportunidades se detectan antes.

Una herramienta clave para influir en decisiones públicas

Los datos convierten al Bureau en un socio estratégico del sector público.

EL OBSERVATORIO: **UN ACTIVO ESTRATÉGICO** DEL DESTINO

El Observatorio:

- ...no es un informe
- ...no es una encuesta
- ...no es un proyecto puntual

Es un activo permanente del destino, que crece año a año y multiplica su valor con cada dato aportado por los miembros.

**Un Observatorio no cambia el pasado del destino
Pero define quién va a **liderar el futuro** del turismo de reuniones.**



Sistema integral para la medición,
recopilación y análisis de estadísticas
de reuniones en Mendoza

Muchas gracias!