



OBSERVATORIO
DE TURISMO
MUNICIPAL



SAN FERNANDO
DEL VALLE DE
CATAMARCA



TURISMO DE REUNIONES

INFORME ESTADÍSTICO

1° Trimestre

ENERO – FEBRERO - MARZO

Año 2026

ANÁLISIS CUANTITATIVO GENERAL

Durante el primer trimestre de 2026 (enero-marzo) se desarrollaron **18 eventos** turísticos que registraron un total de **5.535 asistentes**. Los eventos **culturales y deportivos** fueron el tipo de encuentro más frecuente, registrando **13 actividades** durante el trimestre. Estos eventos atrajeron a **3.555 participantes** y tuvieron una duración promedio de **1,6 días**. Esta categoría representa el **72,2%** de todos los eventos realizados en el período.

Los **congresos y convenciones** ocuparon el segundo lugar en frecuencia con **4 eventos** realizados. Esta categoría atrajo a **480 asistentes** y presentó una duración promedio de **1,8 días** por evento, representando el **22,2%** del total de la oferta. Por su parte, las **ferias y exposiciones** registraron **1 evento** (5,6% de la oferta), el cual generó un impacto significativo en la convocatoria con **1.500 asistentes** y la duración promedio más alta con **2,0 días**. La duración promedio general de los eventos en el trimestre fue de **1,7 días**. La comparación entre el primer trimestre de 2025 y 2026 revela un crecimiento notable en la actividad. Durante el primer trimestre de 2025 se desarrollaron **9 eventos** que registraron un total de **1.244 asistentes**. En contraste, en el mismo período de 2026, la cantidad de eventos ascendió a **18**, lo que representa un crecimiento del **100%**. Asimismo, el número total de asistentes experimentó un incremento del **345%**, pasando de 1.244 a **5.535 participantes**.

Un punto clave en esta comparativa es la recuperación del impacto de las **ferias y exposiciones**. Mientras que en el primer trimestre de 2025 se registró **1 evento** de esta categoría, pero **no se obtuvieron datos de asistentes**, en el mismo periodo de 2026, un solo evento de feria logró convocar a **1.500 personas**, posicionándose como la segunda categoría con mayor afluencia de público. Finalmente, la duración promedio de los eventos experimentó un aumento, pasando de **1,3 días** en 2025 a **1,7 días** en 2026, lo que refleja una oferta más robusta y de mayor permanencia en el destino.

EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO - AÑO 2025

Tipo de evento	Cantidad de eventos	Asistentes	Duración media
Congresos y convenciones	1	100	2,0
Culturales y deportivos	7	1.144	2,0
Ferias y exposiciones	1	No hay datos	1,1

Total	9	1.244	1,3
--------------	----------	--------------	------------

EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO - AÑO 2026

Tipo de evento	Cantidad de eventos	Asistentes	Duración media
Culturales y deportivos	13	3.555	1,6
Ferias y exposiciones	1	1.500	2,0
Congresos y convenciones	4	480	1,8
Total	18	5.535	1,7

Fuente: Observatorio de Turismo Municipal en base a registros del Programa Turismo de Eventos, registros de NODO Tecnológico, y diversas áreas de gobierno municipal.

Análisis temporal:

La distribución mensual de eventos durante el **primer trimestre** de 2026 muestra un comportamiento de crecimiento progresivo, con variaciones significativas en el volumen de asistentes entre los meses analizados. Enero inició el trimestre con **3 eventos** y un nivel de actividad de **365 asistentes**. Febrero mantuvo una oferta estable con **3 eventos**, registrando un ligero incremento en la demanda con **460 asistentes**. Marzo experimentó un incremento importante, alcanzando el pico máximo del trimestre con **12 eventos** y **4.710 asistentes**. Esta cifra representa el **66,7%** de la actividad total en cuanto a cantidad de encuentros y el **85,1%** del total de asistentes trimestrales, consolidando a marzo como el mes de mayor dinamismo y masividad del periodo.

El primer trimestre de 2026 registró un total de **18 eventos**, duplicando la oferta (incremento del **100%**) respecto a los **9 eventos** realizados en el mismo período de 2025. En síntesis, el período 2026 se caracterizó por una expansión de la oferta en comparación con el año anterior y un cambio notable en su impacto: destacándose las **ferias y exposiciones**, que sumaron **1.500 asistentes** en un solo evento frente a la falta de datos de concurrencia en la única feria registrada en 2025. Asimismo, se observó un

aumento significativo en la asistencia a eventos **culturales y deportivos**, que alcanzaron los **3.555 participantes** frente a los 1.144 registrados en el ciclo previo.

Primer Trimestre 2025

TOTAL
9

Primer Trimestre 2026

TOTAL
18



Análisis por origen y tipo:

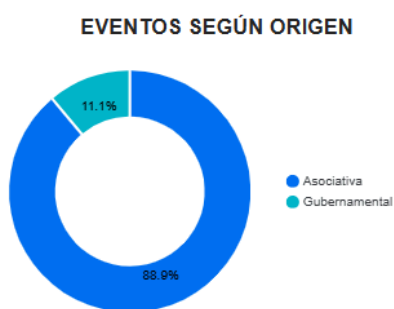
La distribución por origen de los eventos evidencia una transformación en el perfil del sector. El origen **asociativo** se mantuvo como el dominante, incrementando su participación del **66,7%** en 2025 (6 eventos) al **77,8%** en 2026 (**14 eventos**). El origen **gubernamental** mantuvo una presencia constante con **1 evento** en ambos periodos, aunque su representatividad porcentual se ajustó del **11,1%** al **5,6%** debido al aumento de la oferta total. Por su parte, el origen "**Otro**" emergió con mayor fuerza en 2026, representando el **16,7%** de la oferta con **3 eventos**, mientras que el origen académico no registró actividad en ninguno de los dos periodos analizados.

Entre el primer trimestre de 2025 y 2026, los **congresos y convenciones** mostraron un crecimiento en su capacidad de convocatoria. En 2025 se realizaron **3 eventos** de este tipo que atrajeron a **100 asistentes**, mientras que en 2026 la frecuencia aumentó a **4 eventos** con **480 participantes**. El sector no solo creció en asistencia, sino que mantuvo una duración media sólida de **1,8 días**.

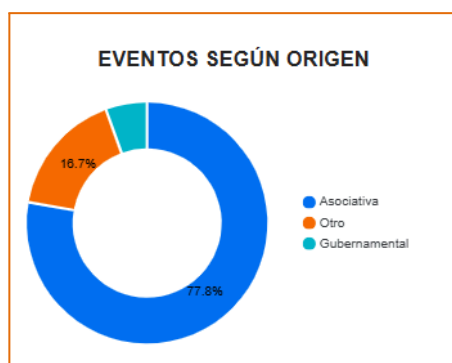
Los **eventos culturales y deportivos** mostraron el crecimiento en cantidad de encuentros. La oferta pasó de **5 eventos** en 2025 a **13 eventos** en 2026, lo que representa un incremento del **160%**. En términos de participación, la asistencia escaló de **1.144 participantes** en 2025 a **3.555** en 2026. A pesar del aumento masivo de la demanda, la optimización de los encuentros resultó en una duración promedio de **1,6 días**.

Las **ferias y exposiciones** presentan el cambio de mayor impacto cualitativo del periodo. Mientras que en 2025 se registró **1 feria** de la cual no se obtuvieron datos de asistentes, en 2026 la categoría se fortaleció con **1 evento** de gran escala que logró convocar a **1.500 asistentes**. Esta categoría registró la duración promedio más alta del trimestre con **2,0 días**, representando el **27,1%** de la asistencia total del trimestre con un solo encuentro.

Primer Trimestre 2025



Primer Trimestre 2026



Primer Trimestre 2025



Primer Trimestre 2026



Análisis por duración de los eventos:

La duración promedio de los eventos experimentó un crecimiento, pasando de **1,3 días** en 2025 a **1,7 días** en 2026, lo que representa un aumento de la oferta y una mayor permanencia en el destino. Esta tendencia hacia actividades de mayor extensión se observa de manera transversal, reflejando contenidos más desarrollados y atractivos para el visitante.

La duración media general de **1,7 días** para todos los eventos realizados durante el trimestre de 2026 muestra un equilibrio entre la agilidad y la profundidad de las propuestas. Al desglosar por categorías, las **ferias y exposiciones** registraron la mayor duración promedio con **2,0 días**,

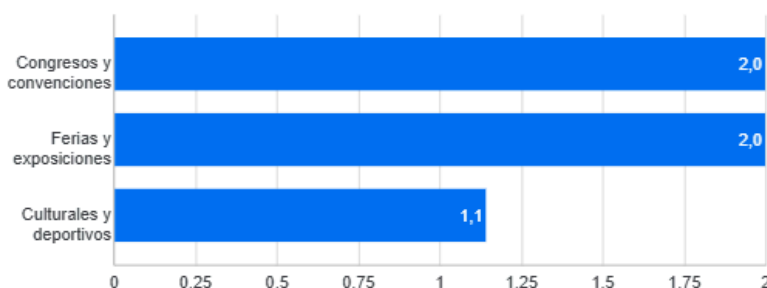
consolidándose como los encuentros de mayor permanencia. Los **congresos y convenciones** presentaron una duración idéntica de **1,8 días**, manteniendo un estándar ejecutivo para el intercambio profesional. Finalmente, los eventos **culturales y deportivos** registraron una duración promedio de **1,6 días**, una extensión que, aunque es la menor del periodo, resulta consistente con su naturaleza dinámica y recreativa.

Primer Trimestre 2025

DURACIÓN MEDIA

1,3

DURACIÓN PROMEDIO POR TIPO DE EVENTO

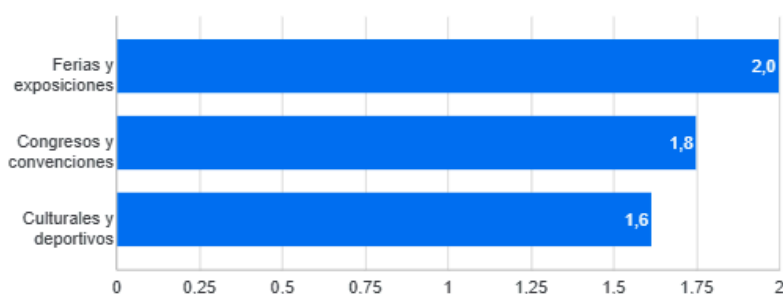


Primer Trimestre 2026

DURACIÓN MEDIA

1,7

DURACIÓN PROMEDIO POR TIPO DE EVENTO



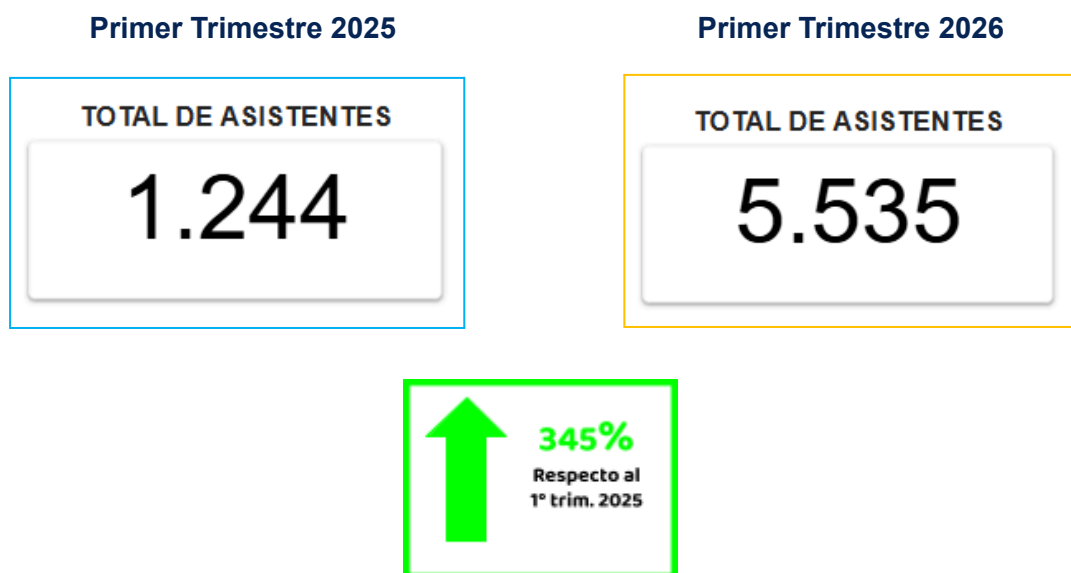
Análisis temporal por asistentes:

La distribución mensual de los **5.535 asistentes** registrados durante el primer trimestre de 2026 presenta patrones de concentración que se relacionan con la frecuencia de eventos analizada previamente. Enero registró **365 asistentes**, representando el **6,6%**

del total trimestral. Febrero alcanzó los **460 asistentes**, equivalente al **8,3%** del total trimestral. Marzo, el mes con mayor cantidad de eventos (12), registró **4.710 asistentes**, representando el **85,1%** del total del periodo. Esta distribución revela que marzo concentró la gran mayoría de la afluencia de público del trimestre.

La marcada estacionalidad observada en el primer trimestre, con marzo acumulando el **85,1%** de los asistentes, muestra a este mes como el pico de convocatoria para el turismo de eventos en el inicio del año, impulsado principalmente por el impacto de los eventos culturales y deportivos y la realización de ferias.

La comparación entre el primer trimestre de 2025 y 2026 muestra un cambio radical en la escala de actividad. Durante el período enero-marzo de 2025 se registraron **9 eventos** que convocaron a **1.244 asistentes**, mientras que en el mismo trimestre de 2026 se realizaron **18 eventos** con una asistencia de **5.535 personas**, lo que representa un crecimiento del **345%** en la convocatoria. Cabe aclarar que este gran incremento en comparación al mismo periodo del año anterior responde, en parte, a que el valor de 2025 se encontraba condicionado por una menor capacidad de captura de datos en ciertas categorías (como ferias y exposiciones) y un ecosistema en proceso de articulación, factores que en aquel entonces impidieron reflejar la magnitud real de la actividad que hoy se logra sistematizar con mayor precisión.



Análisis de asistentes según origen y tipo de evento:

La distribución mensual de los **5.535 asistentes** registrados durante el primer trimestre de 2026 presenta patrones de concentración de los eventos realizados hacia el cierre del periodo. Enero registró **365 asistentes**, representando el **6,6%** del total trimestral. Febrero alcanzó la cifra de **460 asistentes**, equivalente al **8,3%** del total trimestral. Por

su parte, marzo, coincidiendo con ser el mes con mayor cantidad de eventos (12), registró **4.710 asistentes**, representando el **85,1%** del total. Esta distribución revela que marzo concentró la práctica totalidad de la afluencia de público del trimestre.

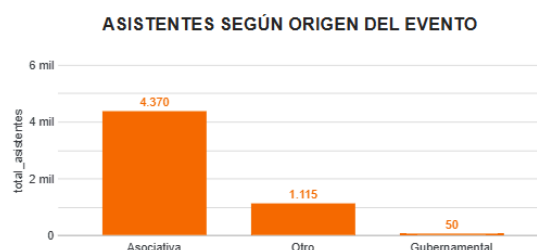
Al evaluar la convocatoria según el origen de los organizadores en 2026, se destaca que el sector **Asociativo** lideró la demanda con **4.455 asistentes**, seguido por la categoría **Otro** con **830** y el origen **Gubernamental** con **250** participantes.

En lo que respecta al tipo de evento, los eventos **Culturales y Deportivos** traccionaron la mayor masividad con **3.555 asistentes**, lo que representa el **64,2%** del total trimestral. Las **Ferias y Exposiciones** sumaron **1.500 asistentes (27,1%)** y los **Congresos y Convenciones** registraron **480 asistentes (8,7%)**. Dentro de la segmentación por subtipos, las **Ferias** se consolidaron como un motor fundamental de la convocatoria con **1.500 personas** en un solo encuentro, mientras que los eventos **Deportivos** fueron el subtipo más frecuente con **2.350 asistentes**.

Primer Trimestre 2025



Primer Trimestre 2026



Según Tipo de Evento

Los eventos **culturales y deportivos** lideran con **3.555 asistentes**, representando el **64,2%** del total de participantes. Las **ferias y exposiciones** registran **1.500 asistentes**, representando el **27,1%** del total. Por su parte, los **congresos y convenciones** sumaron **480 asistentes** durante este trimestre, representando el **8,7%** restante de la demanda.

Los **congresos y convenciones** experimentaron un crecimiento en su desempeño, pasando de **3 eventos** en 2025 a **4 eventos** en 2026 (un incremento del **33,3%**). En términos de convocatoria, la asistencia escaló de **100 personas** en el periodo anterior a **480 asistentes** en el presente ciclo.

La categoría **culturales y deportivos** muestra un crecimiento: mientras la cantidad de eventos aumentó de **5 a 13** (un **160%** más), la asistencia escaló de **1.144 a 3.555 asistentes**. Este fenómeno se explica principalmente por la incorporación en 2026 de

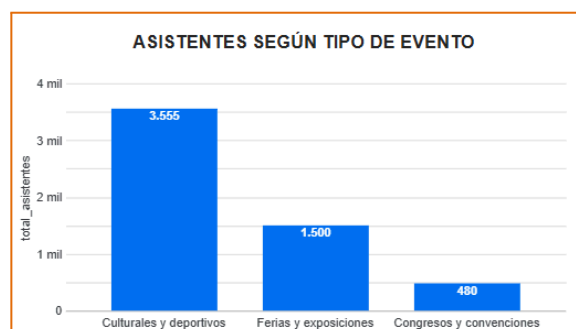
eventos con mayor capacidad de convocatoria y una agenda más extensa que la registrada en 2025.

Por último, la categoría de **ferias y exposiciones** presenta el cambio más significativo en 2026 en términos de impacto por evento. En 2025, se había registrado **1 feria** sin datos de asistencia disponibles, mientras que en 2026 se realizó **1 evento** de gran escala que sumó **1.500 asistentes**, representando el **27,1%** del total de la convocatoria trimestral.

Primer Trimestre 2025



Primer Trimestre 2026



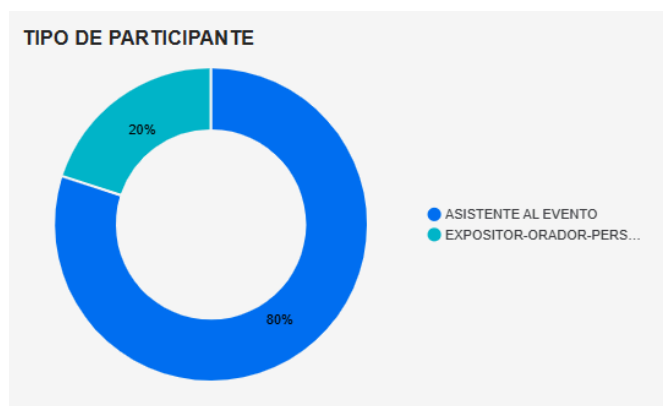
PERFIL DE DEMANDA

TIPO DE PARTICIPANTE

El análisis del tipo de participante en los eventos del primer trimestre de 2026 revela una composición de la demanda con una predominancia absoluta de los **asistentes al evento**, quienes representan el **80%** del total. Esta categoría constituye el núcleo principal de la concurrencia, englobando tanto al público general como a los acompañantes vinculados directamente a las actividades programadas.

Los **expositores, oradores y personal técnico**, encargados del desarrollo activo y la generación de contenido en los encuentros, representan el **20%** de la demanda trimestral. Por su parte, el segmento de **organizadores y sponsors** mantiene su participación en la gestión y soporte logístico de las actividades del periodo.

Esta distribución confirma que la dinámica del trimestre estuvo volcada hacia eventos de **participación masiva**, donde 8 de cada 10 participantes asistieron en calidad de espectadores o protagonistas directos de las propuestas, complementados por un sector técnico y especializado que sustentó la diversidad de la oferta en el destino.



PROCEDENCIA DE LOS PARTICIPANTES

La distribución geográfica de los participantes durante este periodo muestra una composición donde el alcance nacional predomina ampliamente sobre el local y regional. La procedencia **nacional** lidera la participación con el **89,1%** del total, lo que indica que casi nueve de cada diez asistentes provinieron de otras provincias argentinas. Los **residentes locales** (San Fernando del Valle de Catamarca) ocupan el segundo lugar con el **8,2%**, seguidos por la procedencia **provincial** (otras localidades de Catamarca) con el **2%**. Finalmente, la procedencia **internacional** alcanza el **0,7%** del total, manteniendo una presencia minoritaria en la composición general del trimestre.

Origen Nacional

El análisis detallado de la procedencia nacional revela una distribución geográfica diversificada con participación de las principales regiones del país. **Buenos Aires** lidera este segmento con el **20,4%** de los visitantes nacionales. Le siguen **La Rioja** con un **18,4%** y **Córdoba** con un **16,3%** de representación. **Tucumán** y **Salta** registran cada una el **12,2%** de los participantes. Con una participación menor, las provincias de **Santa Fe** y **Mendoza** aportan el **8,2%** y **4,1%** respectivamente, completando el espectro de las principales jurisdicciones emisoras hacia el destino durante el periodo analizado.

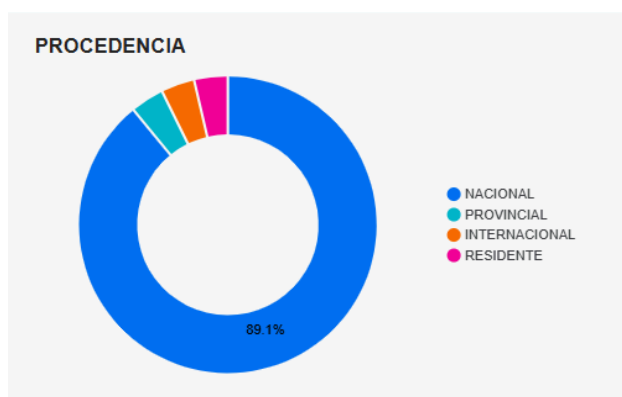
Origen Provincial

En cuanto a la procedencia provincial, se registró la participación de visitantes provenientes de diversos puntos del interior de Catamarca. El departamento de **Valle Viejo** lidera la estadística con el **50%** de los asistentes provinciales. El departamento de **Fray Mamerto Esquiú** se ubica en segundo lugar con el **30%**, seguido por **Capayán** con

el **20%** de participación. Esta distribución muestra un impacto de movilidad concentrado principalmente en los departamentos que integran el Valle Central y zonas aledañas.

Origen Internacional

La participación internacional en este primer trimestre muestra una procedencia centrada en la región sudamericana. **Uruguay** lidera el origen de estos visitantes con un **66,7%** de participación. El **33,3%** restante corresponde a asistentes provenientes de **Brasil**, completando así el espectro de nacionalidades extranjeras registradas durante el trimestre en el destino.

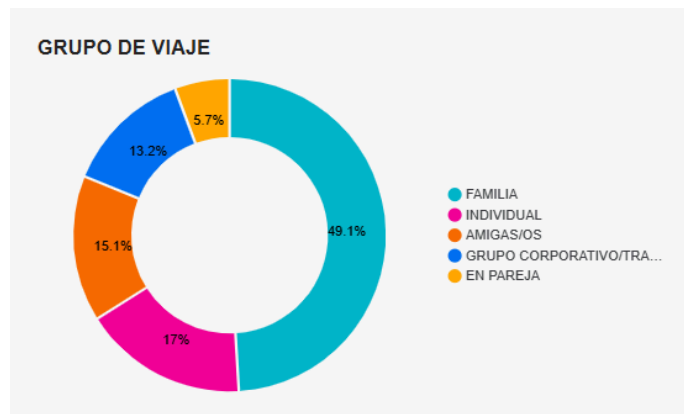


CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Grupo de Viaje

El análisis de la modalidad de viaje de los participantes revela que los viajes realizados en **familia** lideran ampliamente con el **49,1%** del total. Esta cifra indica que casi uno de cada dos participantes optó por asistir a los eventos en compañía de su núcleo familiar. Los viajes con **amigos** se sitúan como la segunda modalidad más frecuente con el **17%**, seguidos muy de cerca por los **asistentes individuales** que representan el **15,1%** de la participación.

Los **grupos corporativos o de trabajo** constituyen el **13,2%** del total, lo cual refleja la cuota de participación vinculada a la naturaleza técnica de algunos encuentros del periodo. Finalmente, los traslados en **pareja** tienen una participación del **5,7%**, mientras que no se registraron contingentes organizados en este ciclo. Esta distribución sugiere que la gran mayoría de los asistentes gestiona su movilidad y estadía en grupos de carácter personal, con un fuerte componente de vinculación afectiva y social en el destino.



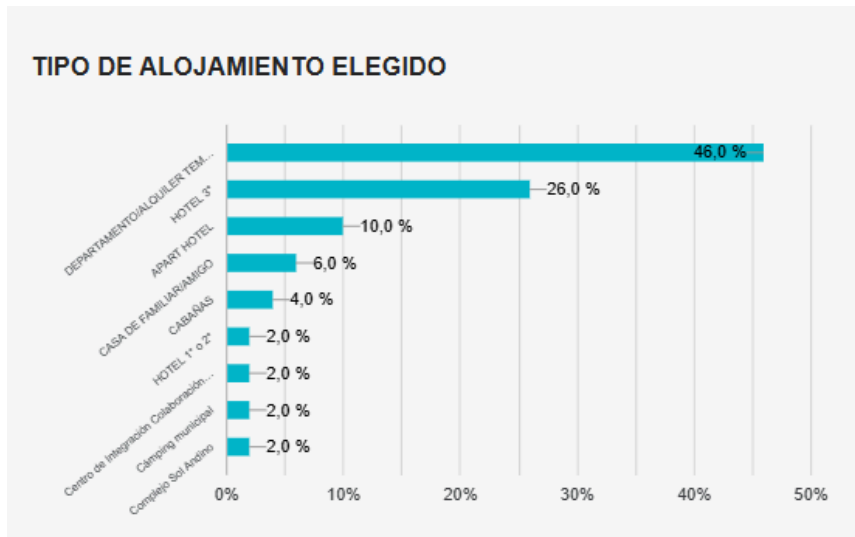
Tipo de Alojamiento

La distribución de preferencias de alojamiento durante el primer trimestre de 2026 muestra una configuración concentrada principalmente en el sector de alquileres y la hotelería intermedia. Los **Departamentos o Alquileres Temporarios** lideran la estadística como la opción más elegida con el **46%** de las preferencias. Le siguen los **Hoteles 3 estrellas**, que representan el **26%**, consolidándose como la principal alternativa dentro de la oferta hotelera formal.

En cuanto al resto de la oferta, se observa una demanda distribuida en diversas modalidades: los **Apartment Hotel** captan el **10%** de los participantes, seguidos por las **Casas de familiares o amigos** con un **6%**. Por su parte, las **Cabañas** registran un **4%** de la demanda del periodo.

Las opciones restantes muestran una participación minoritaria del **2% cada una**, incluyendo los **Hoteles 1 o 2 estrellas**, el **Centro de Integración e Identidad Comunitaria (CIIC)**, el **Camping Municipal** y el **Complejo Sol Andino**.

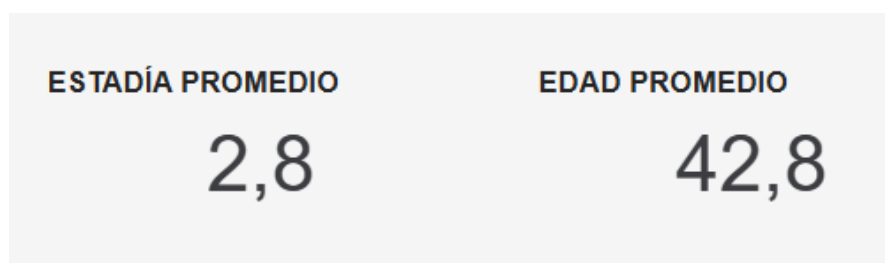
Esta distribución indica un perfil de asistente que prioriza la autonomía y la relación precio-calidad de los alquileres temporarios y la hotelería de tres estrellas, con una tendencia decreciente hacia el alojamiento en casas particulares y opciones al aire libre en comparación con otros periodos.



Estadía y Edad Promedio

Los participantes registraron una **estadía promedio de 2,8 días**, valor que se sitúa significativamente por encima de la duración media de los eventos para este periodo (**1,7 días**). Esta diferencia de **1,1 días** indica que los asistentes prolongan su permanencia en el destino de manera considerable más allá de la duración estricta de los encuentros, lo que sugiere un aprovechamiento del tiempo para actividades turísticas complementarias, esparcimiento o intereses personales en la ciudad.

La **edad promedio** de los participantes es de **42,8 años**, lo que sitúa el perfil del asistente en un rango de adulto maduro y activo. Este perfil es consistente con una audiencia consolidada, con capacidad de decisión y un interés marcado tanto en la agenda técnica o cultural de los eventos como en la oferta de servicios y atractivos que ofrece el destino.

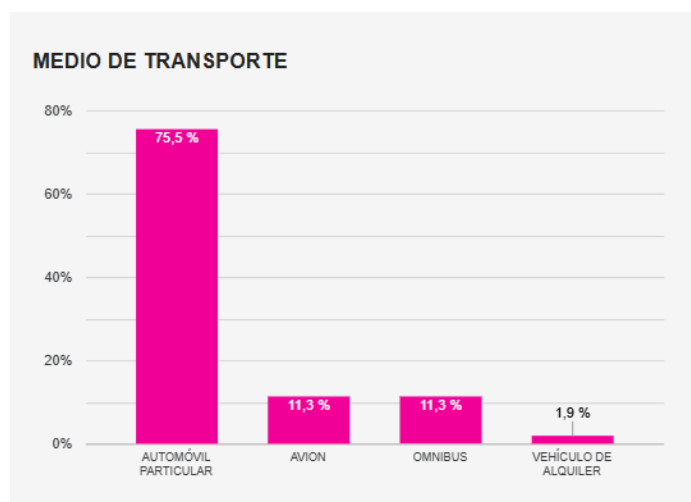


Medio de Transporte

El **automóvil particular** lidera ampliamente como el principal medio de arribo con el **75,5%**, lo que representa a tres de cada cuatro participantes. Por su parte, el **avión** y el **ómnibus** se consolidan como las opciones siguientes con una participación idéntica del **11,3%** cada una, mostrando un equilibrio entre el transporte aéreo y el terrestre de larga distancia.

Finalmente, el uso de **vehículo de alquiler** registra una menor elección del **1,9%**, completando el espectro de movilidad del periodo.

Esta configuración refuerza la tendencia de desplazamientos autónomos, evidenciando una marcada preferencia por la flexibilidad y la independencia en los traslados hacia el destino.

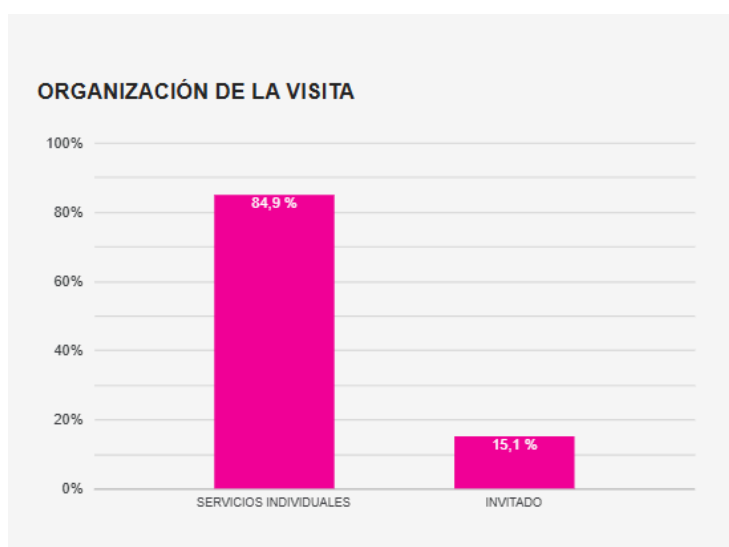


Organización de la Visita

El análisis de cómo los participantes gestionaron su llegada al destino revela que la **contratación de servicios individuales** fue la modalidad predominante, alcanzando el **84,9%**. Este dato es fundamental, ya que indica que más de ocho de cada diez asistentes organizaron su viaje de manera autogestiva, seleccionando y adquiriendo cada servicio de forma independiente.

La condición de **invitado** ocupa el segundo lugar con el **15,1%**, reflejando la cuota de participación vinculada a programas específicos o invitaciones directas de los organizadores. En este periodo, no se registró incidencia de paquetes estructurados por agencias u organizadores, concentrándose la totalidad de la demanda en estas dos categorías.

Esta distribución confirma que la demanda del primer trimestre estuvo traccionada casi exclusivamente por la planificación autónoma de los asistentes, lo cual guarda una estrecha relación con el perfil de viaje familiar y la marcada preferencia por alojamientos temporarios registrada en el periodo.



RELACIÓN CON EL DESTINO

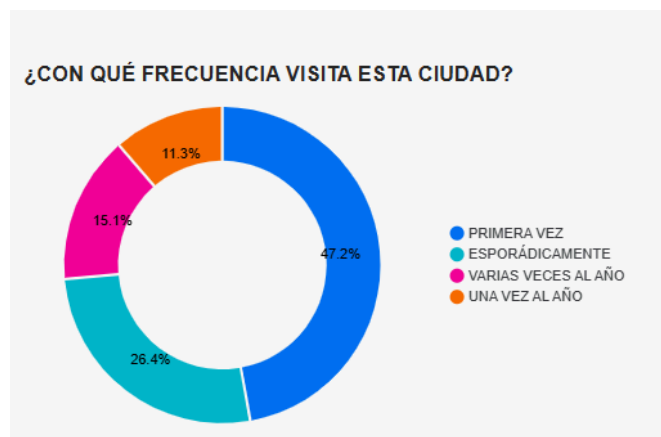
Frecuencia de Visita

La distribución de los participantes según su frecuencia de visita muestra un fuerte predominio de la captación de nuevos perfiles durante este periodo. Los visitantes que llegan por **primera vez** lideran ampliamente la estadística con el **47,2%** del total. Esta cifra es sumamente significativa, ya que indica que casi la mitad de los asistentes descubrió el destino a través de la oferta de eventos del trimestre analizado.

Los visitantes que asisten de manera **esporádica** representan la segunda modalidad más frecuente con el **26,4%**, seguidos por aquellos que concurren **varias veces al año** con un **15,1%**. Finalmente, quienes visitan la ciudad **una vez al año** constituyen el **11,3%** de la participación.

Esta distribución revela que el **26,4%** de los participantes (varias veces al año + una vez al año) son visitantes habituales del destino. No obstante, el notable peso de quienes asisten por primera vez y de los visitantes esporádicos (que en conjunto suman el **73,6%**) indica que, durante este ciclo, los eventos funcionaron como una potente herramienta

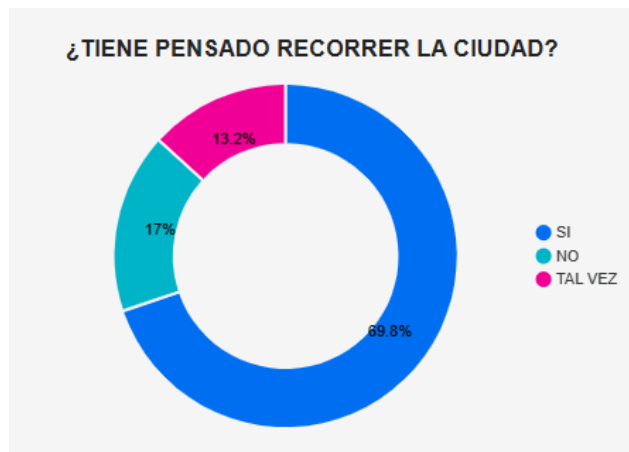
de atracción y posicionamiento de la ciudad, logrando captar a un público mayoritariamente nuevo y diverso más allá de los vínculos preexistentes.



Intención de Recorrer la Ciudad

El **69,8%** de los asistentes tiene pensado recorrer la ciudad, lo que representa a siete de cada diez participantes del periodo. El **17%** de los encuestados manifestó que **no** tiene previsto realizar recorridos turísticos, lo que sugiere un segmento de visitantes con agendas focalizadas exclusivamente en la actividad que los convoca. Por su parte, el **13,2%** respondió "**tal vez**", constituyendo un grupo de interés que podría convertirse en visitante activo mediante acciones de promoción o información estratégica en el destino.

Este nivel de intención de recorrido es sumamente positivo, especialmente considerando la composición de la demanda del trimestre. El hecho de que la gran mayoría de los participantes mantenga una disposición favorable para realizar actividades complementarias reafirma el impacto de los eventos como dinamizadores de la economía local, impulsando el consumo en servicios turísticos, gastronómicos y comerciales en toda la ciudad.



Conclusiones

El primer trimestre de 2026 marcó un hito de crecimiento para el destino, consolidando su capacidad para organizar encuentros diversos con un salto cuantitativo que alcanzó los 5.535 asistentes, una cifra que supera en un 345% lo registrado en el mismo periodo del año anterior. Este notable crecimiento se debió a la duplicación en la cantidad de eventos realizados, pasando de 9 a 18 encuentros, donde la oferta cultural y deportiva fue el motor principal, representando el 72,2% de la actividad. Asimismo, la recuperación de las ferias y exposiciones aportó una masividad clave, logrando convocar a 1.500 personas en un solo evento, lo que transformó a la ciudad en un dinámico centro de atracción nacional con una duración promedio de las actividades de 1,7 días.

En cuanto al comportamiento de la demanda, los datos revelan un fenómeno de renovación histórico: casi la mitad de los asistentes (**47,2%**) visitó la ciudad por primera vez, rompiendo con la dependencia de la recurrencia y posicionando al destino frente a nuevos mercados. Esta apertura se traduce en un impacto económico real y extendido, ya que los participantes no solo asisten por el evento, sino que deciden prolongar su estadía a un promedio de **2,8 días**. Además, el **69,8%** de ellos manifiesta un firme interés por recorrer los atractivos locales, lo que genera un consumo directo en comercios y servicios turísticos impulsado por un perfil de asistente adulto maduro, de **42,8 años en promedio**, que viaja con autonomía y capacidad de gasto.

Respecto a la logística y la oferta de servicios, el automóvil particular se consolidó como el principal medio de arribo con un **75,5%**, resaltando la importancia de la conectividad terrestre para un visitante que prioriza la independencia. En términos de alojamiento, se observó una tendencia marcada hacia la autonomía, donde los departamentos y alquileres temporarios lideraron con el **46%**, seguidos por una hotelería de 3 estrellas que captó el **26%** de la demanda. Esto demuestra que la ciudad cuenta con una oferta versátil que se adapta a un público que, en un **84,9%**, organiza su viaje de manera autogestiva y selecciona servicios individuales según sus necesidades.

Como conclusión, los resultados positivos de este periodo demuestran que la ciudad está dando pasos firmes para posicionarse como un escenario competitivo y atractivo para el turismo de eventos a escala nacional. Contamos con una infraestructura capaz de responder a nuevas modalidades de alojamiento, una conectividad terrestre sólida y una oferta de eventos que dinamiza la economía local; ahora el objetivo es mantener este impulso para que el crecimiento del sector sea constante y sostenible durante todo el año.

***Equipo técnico Observatorio de Turismo Municipal
Dirección de Turismo - Sec. Turismo y Des. Económico
Municipalidad de La Capital***