



OBSERVATORIO
DE TURISMO
MUNICIPAL



SAN FERNANDO
DEL VALLE DE
CATAMARCA



TURISMO DE REUNIONES

INFORME ESTADÍSTICO

4° Trimestre

OCTUBRE- NOVIEMBRE- DICIEMBRE

Año 2025

ANÁLISIS CUANTITATIVO GENERAL

Durante el **cuarto trimestre de 2025 (octubre-diciembre)** se desarrollaron **15 eventos turísticos** que registraron un total de **45.721 asistentes**. Los eventos **culturales y deportivos** fueron el tipo de encuentro más frecuente, registrando **9 actividades** durante el trimestre. Estos eventos atrajeron a **5.515 participantes** y tuvieron una duración promedio de **1,6 días**. Esta categoría representa el **60%** de todos los eventos realizados en el período.

Las **ferias y exposiciones** ocuparon el segundo lugar en frecuencia con **5 eventos** realizados. Esta categoría generó el mayor volumen de convocatoria con **40.133 asistentes** y presentó la duración promedio más alta con **2,3 días** por evento, representando el **33,3%** del total de la oferta. Los **congresos y convenciones** fueron los menos frecuentes con solo **1 evento** registrado, representando el **6,7%**, el cual atrajo a **73 participantes** con una duración de **2,0 días**. La duración promedio general de los eventos en el trimestre fue de **1,8 días**.

La comparación entre el **cuarto trimestre de 2024 y 2025** revela cambios significativos, especialmente en el impacto de la convocatoria. Durante el **cuarto trimestre de 2024** se desarrollaron **15 eventos** que registraron un total de **1.465 asistentes**, mientras que en el mismo período de **2025** se realizaron **15 eventos** con **45.721 participantes**. Si bien la cantidad de eventos se mantuvo estable, el número total de asistentes experimentó un gran crecimiento.

La duración promedio de los eventos experimentó una reducción, pasando de **2,2 días en 2024** a **1,8 días en 2025**. Esta disminución de **0,4 días** promedio sugiere una tendencia hacia encuentros de gran convocatoria concentrados en periodos de tiempo más acotados, optimizando la dinámica de participación masiva en el destino.

EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO - AÑO 2024

Tipo de evento	Cantidad de eventos	Asistentes	Duración media
Congresos y convenciones	9	565	2,4
Culturales y deportivos	4	650	1,8
Ferias y exposiciones	2	250	2,0
Total	15	1.465	2,2

EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO - AÑO 2025

Tipo de evento	Cantidad de eventos	Asistentes	Duración media
Culturales y deportivos	9	5.515	1,6
Ferias y exposiciones	5	40.133	2,3
Congresos y convenciones	1	73	2,0
Total	15	45.721	1,8

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 **cuarto trimestre de 2025** muestra un comportamiento marcadamente concentrado, con variaciones en el volumen de asistentes entre los meses analizados. **Octubre** inició el trimestre con **5 eventos** y un nivel de actividad de **1.795 asistentes**. **Noviembre** experimentó un incremento exponencial, alcanzando el pico máximo del trimestre tanto en oferta como en demanda con **8 eventos** y **41.626 asistentes**. Esta cifra representa el **53,3%** de la actividad total en cuanto a cantidad de encuentros y el **91%** del total de asistentes trimestrales, consolidando a noviembre como el mes de mayor dinamismo y masividad del periodo. Por su parte, **diciembre** presentó una reducción considerable, cerrando el año con **2 eventos** y **2.300 asistentes**.

El cuarto trimestre de 2025 registró un total de **15 eventos**, manteniendo la misma cantidad de oferta (0% de variación) respecto a los **15 eventos** realizados en el mismo período de 2024.

En síntesis, el período 2025 se caracterizó por una oferta numéricamente estable en comparación con el año anterior, pero con un cambio en su impacto: se registró una migración hacia eventos de convocatoria masiva, destacándose el notable crecimiento en el rubro de **ferias y exposiciones**, que sumaron **40.133 asistentes**, y un aumento significativo en la asistencia a eventos **culturales y deportivos**, que alcanzaron los **5.515 participantes**.

Cuarto Trimestre 2024

TOTAL

15

Cuarto Trimestre 2025

TOTAL

15

Análisis por origen y tipo:

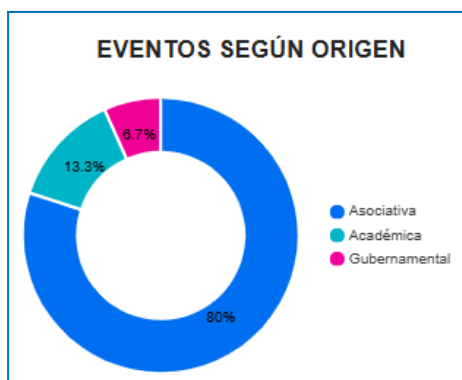
La distribución por origen de los eventos evidencia una transformación en el perfil del sector. El **origen asociativo** se mantuvo como el motor dominante, aunque ajustó su participación del **80% en 2024 (12 eventos)** al **60% en 2025 (9 eventos)**. El **origen gubernamental** experimentó un crecimiento, pasando de representar el **6,7% con 1 evento** en 2024 al **30% con 4 eventos** en 2025. El **origen académico**, que en 2024 representaba el **13,3% (2 eventos)**, no registró actividad en el presente periodo, mientras que el **origen "Otro"** emergió en 2025 con el **10% de la oferta (2 eventos)**.

Entre el cuarto trimestre de 2024 y 2025, los **congresos y convenciones** mostraron comportamientos contrastantes. En 2024 se realizaron **9 eventos** de este tipo que atrajeron a **565 asistentes**, mientras que en 2025 la frecuencia se redujo a **1 solo evento** con **73 participantes**. A pesar de la disminución en la cantidad de encuentros técnicos, el sector mantuvo su presencia con una duración media de **2,0 días**.

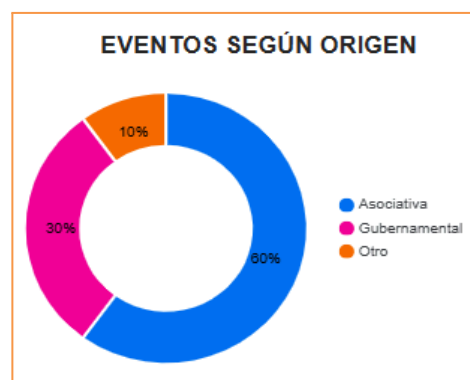
Los eventos **culturales y deportivos** mostraron un crecimiento sólido y una mayor capacidad de convocatoria. La cantidad de encuentros pasó de **4 eventos en 2024 a 9 eventos en 2025**, lo que representa un incremento del **125%**. En términos de participación, la asistencia escaló de **650 participantes** en 2024 a **5.515** en 2025. El promedio por evento pasó de **162 asistentes** en 2024 a **612 asistentes** en 2025.

Las **ferias y exposiciones** presentan el mayor cambio del periodo. Mientras que en 2024 se realizaron **2 ferias** que atrajeron a **250 asistentes**, en 2025 la cantidad de eventos subió a **5**, logrando la cifra de **40.133 asistentes**. Esta categoría se consolidó como la de mayor impacto masivo, representando el **87,8% de la asistencia total** del trimestre y registrando la duración promedio más alta con **2,3 días** por evento.

Cuarto Trimestre 2024



Cuarto Trimestre 2025



Cuarto Trimestre 2024



Cuarto Trimestre 2025



Análisis por duración de los eventos:

La duración promedio de los eventos experimentó una reducción, pasando de **2,2 días en 2024** a **1,8 días en 2025**, lo que representa una disminución del **18,2%**. Esta tendencia hacia eventos más cortos se observa de manera transversal en la oferta, aunque las **ferias y exposiciones** lograron contrarrestar esta inclinación al incrementar su extensión respecto al año anterior.

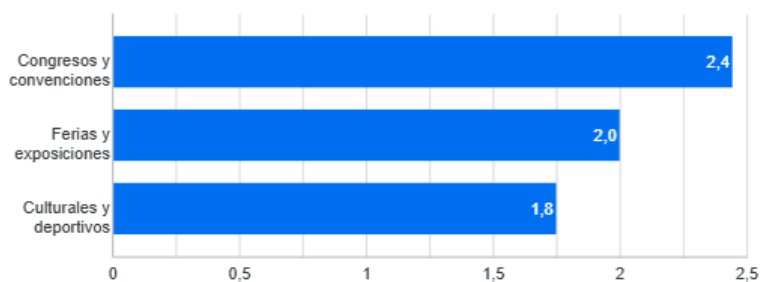
La duración media general de **1,8 días** para todos los eventos realizados durante el cuarto trimestre de 2025 refleja un patrón de actividades concentradas que permiten un desarrollo ejecutivo de los contenidos. Al desglosar por categorías, las **ferias y exposiciones** registraron la mayor duración promedio con **2,3 días**, superando los **2,0 días** del periodo anterior, lo cual es coherente con su nueva envergadura y masividad. Los **congresos y convenciones** presentaron una duración promedio de **2,0 días**, lo que representa una baja frente a los **2,4 días** registrados en 2024. Finalmente, los eventos **culturales y deportivos** registraron la menor duración promedio con **1,6 días**, manteniendo una extensión breve acorde a su naturaleza recreativa.

Cuarto Trimestre 2024

DURACIÓN MEDIA

2,2

DURACIÓN PROMEDIO POR TIPO DE EVENTO

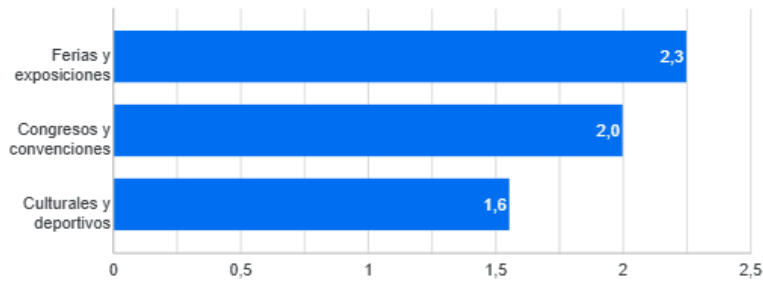


Cuarto Trimestre 2025

DURACIÓN MEDIA

1,8

DURACIÓN PROMEDIO POR TIPO DE EVENTO



-18,2%

Respecto al 4°
trim. 2024

Análisis temporal por asistentes:

La distribución mensual de los **45.721 asistentes** registrados durante el cuarto trimestre de 2025 presenta patrones de concentración que se relacionan con la frecuencia de eventos analizada previamente. **Octubre** registró **1.795 asistentes**, representando el **3,9%** del total trimestral. **Noviembre**, el mes con mayor cantidad de eventos (8), alcanzó los **41.626 asistentes**, equivalente al **91%** del total trimestral. **Diciembre** registró **2.300 asistentes**, representando el **5%** del total del periodo. Esta distribución revela que noviembre concentró la gran mayoría de la afluencia de público del trimestre.

La marcada estacionalidad observada en el cuarto trimestre, con noviembre acumulando el **91% de los asistentes**, evidencia la consolidación de este mes como el pico de convocatoria para el turismo de eventos en el destino, impulsado principalmente por el impacto de las ferias y exposiciones.

La comparación entre el cuarto trimestre de 2024 y 2025 muestra un cambio radical en la escala de actividad. Durante el período octubre-diciembre de **2024** se registraron **15 eventos** que convocaron a **1.465 asistentes**, mientras que en el mismo trimestre de **2025** se realizaron **15 eventos** con una asistencia de **45.721 personas**, lo que representa un crecimiento del **3.021%** en la convocatoria. Cabe aclarar que este gran incremento en comparación al mismo periodo del año anterior responde a que el valor de 2024 **se encuentra subestimado**, debido a una **falta de capacidad técnica y a un ecosistema poco colaborativo** en aquel entonces, factores que impidieron una correcta captura de datos y reflejaron una actividad menor a la real.

Cuarto Trimestre 2024

TOTAL DE ASISTENTES

1.465

Cuarto Trimestre 2025

TOTAL DE ASISTENTES

45.721

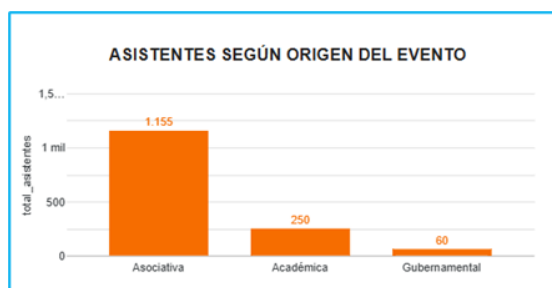
Análisis de asistentes según origen y tipo de evento:

La distribución mensual de los **45.721 asistentes** registrados durante el cuarto trimestre de 2025 presenta patrones de concentración vinculados directamente a la envergadura de los eventos realizados en el mes intermedio del periodo. **Octubre** registró **1.795 asistentes**, representando el **3,9%** del total trimestral. **Noviembre**, coincidiendo con ser el mes con mayor cantidad de eventos (8), alcanzó la cifra de **41.626 asistentes**, equivalente al **91%** del total trimestral. Por su parte, **Diciembre** registró **2.300 asistentes**, representando el **5%** del total. Esta distribución revela que noviembre concentró la práctica totalidad de la afluencia de público del trimestre.

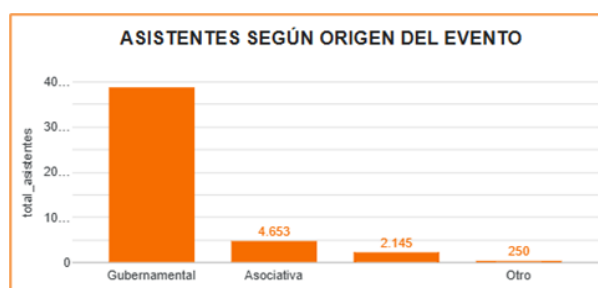
Al evaluar la convocatoria según el **origen de los organizadores**, se destaca que el sector **Gubernamental** lideró la demanda con **38.660 asistentes**, seguido por el origen **Asociativo** con **4.653**, la categoría **Otros** con **2.145** y el origen **Otro** con **250 participantes**.

En lo que respecta al **tipo de evento**, las **Ferias y Exposiciones** traccionaron la mayor masividad con **40.133 asistentes**, lo que representa el **87,8%** del total trimestral. Los eventos **Culturales y Deportivos** sumaron **5.515 asistentes (12,1%)** y los **Congresos y Convenciones** registraron **73 asistentes**. Dentro de la segmentación por subtipos, las **Ferias** se consolidaron como el motor principal de la convocatoria con **38.600 personas**. La marcada estacionalidad observada en el cuarto trimestre, con **noviembre acumulando el 91% de los asistentes**, evidencia la consolidación de este mes como el pico histórico de convocatoria para el turismo de reuniones en el destino, impulsado fundamentalmente por el impacto masivo de las ferias de origen gubernamental.

Cuarto Trimestre 2024



Cuarto Trimestre 2025



Según Tipo de Evento

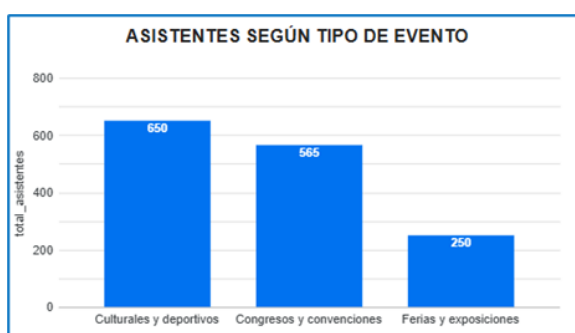
Las **ferias y exposiciones** lideran con **37.283 asistentes**, representando el **87,1%** del total de participantes. Los eventos **culturales y deportivos** registran **5.515 asistentes**, representando el **12,9%** del total. Los **congresos y convenciones** no registran asistentes durante este trimestre, con el único evento de esta categoría sin información disponible.

Los **congresos y convenciones** experimentaron una caída notable, pasando de 9 eventos en 2024 a **1 en 2025** (reducción del **88,8%**), sin registrar datos de asistencia para el presente periodo frente a las 565 personas del año anterior.

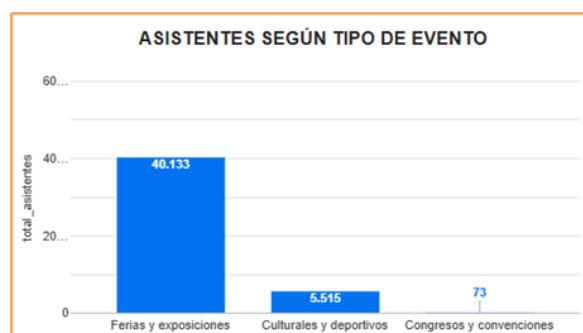
La categoría **culturales y deportivos** muestra un crecimiento sólido: mientras la cantidad de eventos aumentó de 4 a **9** (un **125%** más), la asistencia escaló de 650 a **5.515 asistentes**. Este fenómeno se explica principalmente por la incorporación en 2025 de eventos con mayor capacidad de convocatoria que los registrados en 2024.

Por último, la categoría de **ferias y exposiciones** presenta el cambio más significativo en 2025. En 2024, se habían registrado 2 ferias con 250 asistentes, mientras que en 2025 se realizaron **5 eventos** que sumaron **37.283 asistentes**, representando el **87,1%** del total de la convocatoria. Este incremento constituye el factor más determinante en el crecimiento general de la asistencia.

Cuarto Trimestre 2024



Cuarto Trimestre 2025



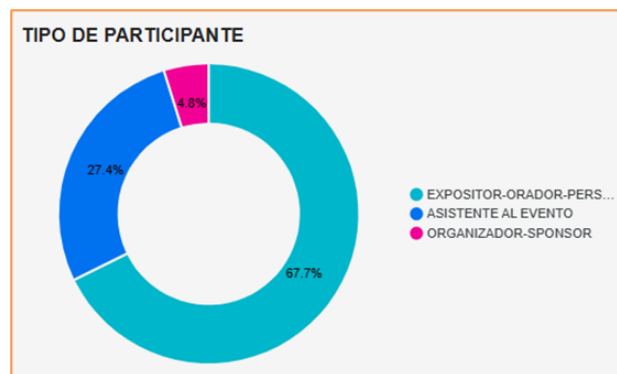
PERFIL DE DEMANDA

TIPO DE PARTICIPANTE

El análisis del tipo de participante en los eventos del cuarto trimestre revela una transformación en la composición de la demanda, con una clara predominancia de los **expositores, oradores y personal técnico**, que representan el **67,7%** del total. Esta categoría engloba a los participantes que cumplen roles activos y de contenido en el desarrollo de las actividades programadas.

Los **asistentes al evento**, que asisten primordialmente para presenciar o participar de las actividades, constituyen el **27,4%** del total. Esta proporción marca una diferencia significativa respecto a periodos anteriores, indicando un perfil de evento con una alta carga de actores técnicos y especialistas. Finalmente, los **organizadores y sponsors** representan el **4,8%** restante, siendo el segmento encargado de la gestión y soporte de los encuentros.

Esta distribución confirma que los eventos del cuarto trimestre tuvieron un carácter marcadamente **técnico y profesional**, orientado a encuentros donde el volumen de quienes generan el contenido (expositores y técnicos) supera ampliamente al de los espectadores, reflejando una dinámica de intercambio especializado en el destino.



PROCEDENCIA DE LOS PARTICIPANTES

La distribución geográfica de los participantes durante este periodo muestra una composición donde el alcance regional y local predomina sobre el nacional. Los **residentes locales** (San Fernando del Valle de Catamarca) lideran la participación con el **43,5%** del total. Los participantes de **procedencia provincial** (otras localidades de

Catamarca) ocupan el segundo lugar con el **30,6%**, consolidando un fuerte impacto de movilidad interna. Por su parte, la **procedencia nacional** representa el **24,2%** de los asistentes, lo que indica que aproximadamente uno de cada cuatro participantes provino de otras provincias argentinas. Finalmente, la **procedencia internacional** alcanza el **1,6%** del total, manteniendo una presencia minoritaria en la composición general del trimestre.

Origen Nacional

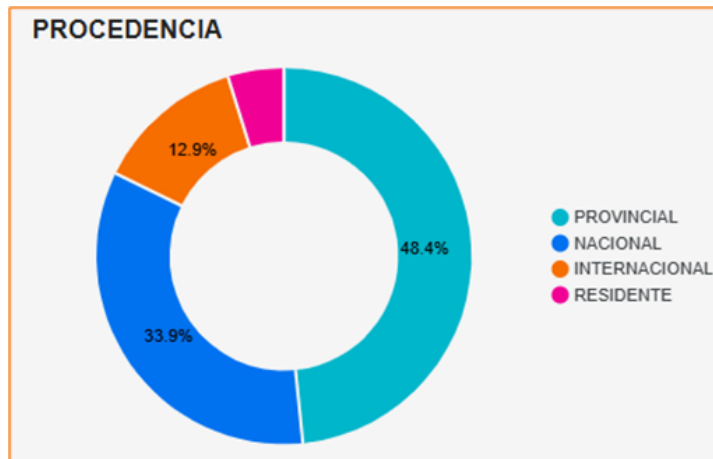
El análisis detallado de la procedencia nacional revela una distribución geográfica concentrada principalmente en la región del NOA y el centro del país, con participación de **10 provincias** argentinas. **Tucumán** lidera ampliamente este segmento con el **33,3%** de los visitantes nacionales. Le siguen **Santiago del Estero** y **Córdoba**, ambas con un **13,3%** de representación. **Salta, La Rioja, Buenos Aires** y **Mendoza** registran cada una el **6,7%** de los participantes. Con una menor participación, las provincias de **Santa Fe, San Juan** y **Jujuy** aportan el **3,3%** cada una.

Origen Provincial

En cuanto a la procedencia provincial, se registró la participación de visitantes provenientes de **8 departamentos** de Catamarca. El departamento **Valle Viejo** lidera la estadística con el **26,3%** de los asistentes provinciales. **Belén** se ubica en segundo lugar con el **21,1%**, seguido por **Fray Mamerto Esquiú** con el **15,8%**. Los departamentos de **Pomán** y **Capayán** registran cada uno el **10,5%** de participación. Finalmente, **Andalgalá, Ambato** y **Santa María** presentan una representación del **5,3%** cada uno.

Origen Internacional

La participación internacional en este cuarto trimestre muestra una distribución centrada exclusivamente en países de la región. **Brasil** e **Uruguay** lideran el origen de estos visitantes con un **40%** de participación cada uno. El **20%** restante corresponde a asistentes provenientes de **Chile**, completando así el espectro de nacionalidades extranjeras que visitaron el destino durante el periodo analizado.

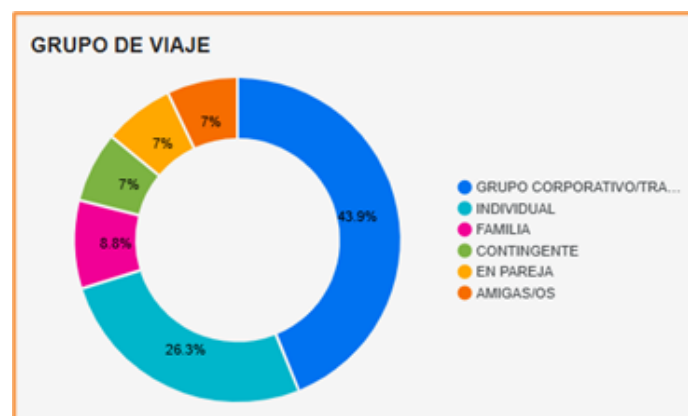


CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Grupo de Viaje

El análisis de la modalidad de viaje de los participantes durante el cuarto trimestre revela que los **asistentes individuales** lideran con el **30,6%** del total. Esta cifra indica que casi uno de cada tres participantes optó por asistir a los eventos de manera independiente. Los **grupos corporativos o de trabajo** se sitúan como la segunda modalidad más frecuente con el **25,8%**, lo cual es consistente con la naturaleza técnica y profesional de la oferta del periodo.

Los viajes realizados en **familia** representan el **22,6%** de la participación. Por su parte, los traslados en **pareja** constituyen el **14,5%** del total, mostrando una presencia relevante en comparación con trimestres anteriores. Finalmente, los viajes con **amigos** tienen una participación minoritaria del **6,5%**, mientras que no se registraron contingentes organizados en este periodo. Esta distribución sugiere que la gran mayoría de los asistentes gestiona su movilidad y estadía de forma autónoma o en grupos reducidos de carácter personal o profesional.



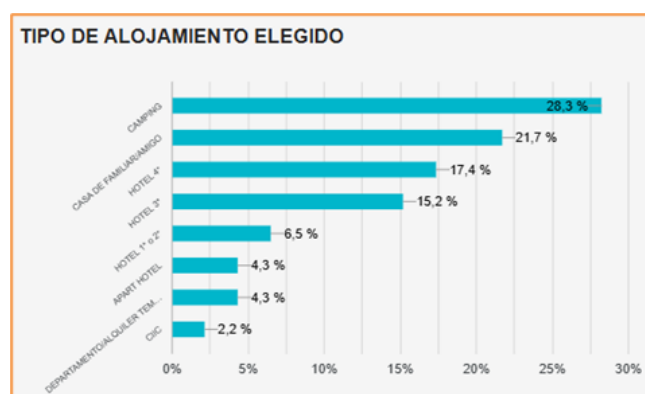
Tipo de Alojamiento

La distribución de preferencias de alojamiento durante el cuarto trimestre muestra una configuración inesperada, con una fuerte presencia de opciones al aire libre y alojamiento no tradicional. El **Camping** lidera la estadística como la opción más elegida con el **28,3%** de las preferencias. Le siguen las **casas de familiares o amigos**, que representan el **21,7%**, subrayando la persistencia de los vínculos personales en la elección de estadía.

En cuanto a la oferta hotelera, se observa una demanda significativa en los extremos de la categoría: los **Hoteles 4 estrellas** captan el **17,4%** de los participantes, seguidos por los **Hoteles 3 estrellas** con un **15,2%**. Por su parte, los **Hoteles de 1 o 2 estrellas** registran un **6,5%** de la demanda.

Las opciones restantes muestran una participación menor: tanto los **Apartment Hotel** como los **Departamentos o Alquileres Temporarios** registran un **4,3%** cada uno, mientras que el **CIIC** cierra la lista con el **2,2%** de las elecciones.

Esta distribución indica un perfil de asistente heterogéneo que oscila entre la informalidad del camping y la búsqueda de servicios de alta gama (4 estrellas), con una base sólida de alojamiento en casas particulares.

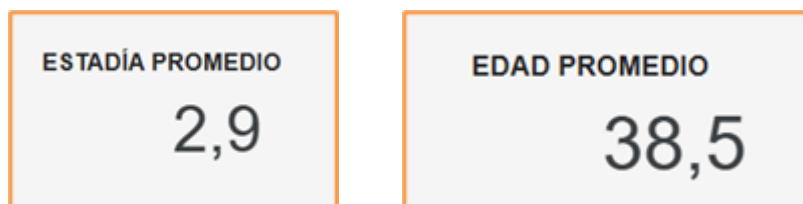


Estadía y Edad Promedio

Los participantes registraron una **estadía promedio de 2,9 días**, valor que se sitúa por encima de la duración media de los eventos para este periodo (1,8 días). Esta diferencia de **1,1 días** indica que los asistentes prolongan su permanencia en el destino de manera significativa más allá de la duración estricta de los encuentros, lo que sugiere un

aprovechamiento del tiempo para actividades turísticas complementarias o intereses personales.

La **edad promedio** de los participantes es de **38,5 años**, lo que sitúa el perfil del asistente en un rango adulto joven y activo. Este perfil es consistente con la naturaleza técnica y profesional de los eventos del trimestre, reflejando una audiencia en plena etapa laboral con interés en la capacitación y el intercambio especializado.

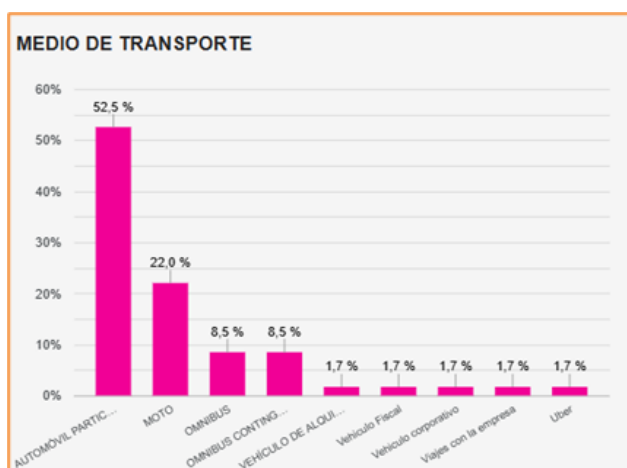


Medio de Transporte

El **automóvil particular** lidera ampliamente como el principal medio de arribo con el **52,5%**, lo que representa más de la mitad de los participantes. La **moto** se consolida como la segunda opción más utilizada con un **22,0%**, desplazando a otros medios tradicionales.

En cuanto al transporte de pasajeros, el **ómnibus** y el **ómnibus en contingente** presentan una participación idéntica del **8,5% cada uno**, alcanzando en conjunto un **17%**. El resto de la distribución se divide de manera marginal (1,7% cada uno) entre diversas modalidades como **vehículo de alquiler**, **vehículo fiscal**, **vehículo corporativo**, **viajes con la empresa** y servicios de plataforma como **Uber**.

Esta configuración refuerza la tendencia de desplazamientos autónomos, donde el vehículo propio (auto o moto) suma casi el **75%** de la movilidad total del trimestre.

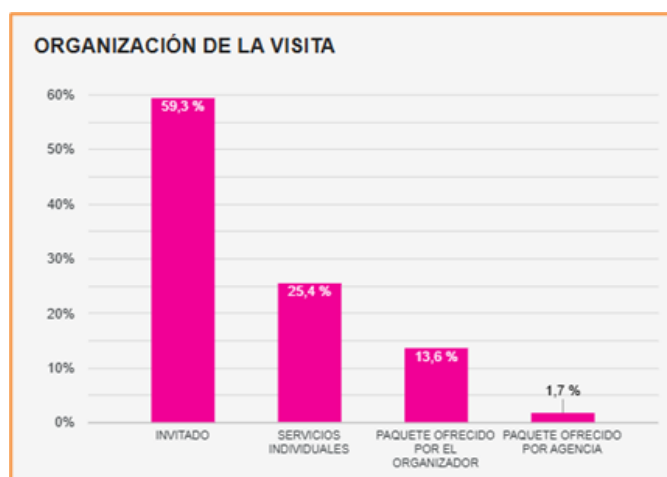


Organización de la Visita

El análisis de cómo los participantes gestionaron su llegada al destino revela que la condición de **invitado** fue la modalidad predominante, alcanzando el **59,3%**. Este dato es clave, ya que indica que la mayoría de los asistentes concurren bajo programas específicos de invitación, lo cual guarda relación directa con el fuerte peso del origen gubernamental y asociativo del periodo.

La contratación de **servicios individuales** ocupa el segundo lugar con el **25,4%**, reflejando que uno de cada cuatro asistentes organizó su viaje de manera autogestiva. Por otro lado, la incidencia de paquetes estructurados fue menor: el **13,6%** utilizó un **paquete ofrecido por el organizador**, mientras que solo el **1,7%** optó por un **paquete ofrecido por agencia**.

Esta distribución confirma que la demanda del cuarto trimestre estuvo traccionada principalmente por invitaciones directas y gestiones individuales.



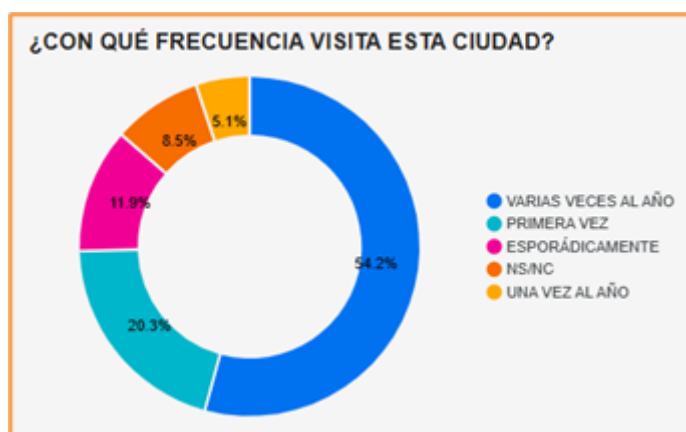
RELACIÓN CON EL DESTINO

Frecuencia de Visita

La distribución de los participantes según su frecuencia de visita muestra una alta recurrencia hacia el destino. Los visitantes que concurren **varias veces al año** lideran ampliamente con el **54,2%** del total. Esta mayoría absoluta sugiere que los eventos del cuarto trimestre atrajeron a un público con vínculos profesionales, comerciales o personales preexistentes y constantes con la ciudad.

En contraste, quienes llegan por **primera vez** representan el **20,3%** de la participación. Los visitantes que asisten de manera **esporádica** constituyen el **11,9%**, mientras que aquellos que lo hacen **una vez al año** representan el grupo más reducido con un **5,1%**. Finalmente, un **8,5%** de los encuestados optó por no contestar o no conoce su frecuencia (NS/NC).

Esta distribución revela que el **59,3%** de los participantes (varias veces al año + una vez al año) son visitantes habituales del destino. **Estos datos indican que, durante este periodo, los eventos funcionaron más como un punto de encuentro para un público recurrente que como una herramienta de captación de nuevos visitantes, reforzando la posición de la ciudad como un centro de reuniones constante para la región.**

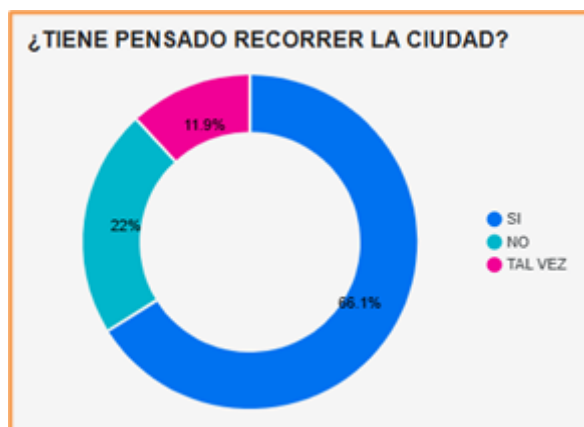


Intención de Recorrer la Ciudad

El **66,1%** de los asistentes tiene pensado recorrer la ciudad, lo que representa a dos de cada tres participantes del periodo. El **22%** de los encuestados manifestó que no tiene previsto realizar recorridos turísticos, lo que sugiere un segmento de visitantes con agendas estrictamente vinculadas al evento o con una permanencia limitada. Por su parte, el **11,9%** respondió "tal vez", constituyendo un grupo de interés que podría convertirse en visitantes activos mediante acciones de promoción o información turística en el lugar.

Aunque el porcentaje de intención es elevado, se observa una ligera disminución respecto a otros periodos, lo que podría estar relacionado con la alta recurrencia de los visitantes detectada en este trimestre. No obstante, la mayoría de los participantes mantiene una disposición positiva para realizar actividades complementarias, lo que

reafirma el impacto de los eventos como dinamizadores de la economía local a través del consumo en servicios turísticos y comerciales.



Conclusiones

El cierre de 2025 marcó un hito histórico para el destino, consolidando su capacidad para organizar encuentros masivos con un crecimiento que superó los 45.700 asistentes, una cifra muy superior a la del año anterior. Este salto de escala se debió principalmente a un mes de noviembre extraordinario, que concentró a 9 de cada 10 visitantes del trimestre, y a un perfil de participante especializado, donde casi el 68% de los asistentes cumplió roles técnicos o de exposición. Esta dinámica transformó a la ciudad en un centro de intercambio profesional de gran relevancia regional.

En cuanto al comportamiento del visitante, los datos revelan una fuerte fidelidad con el destino, ya que más de la mitad de las personas suelen visitarnos varias veces al año. Esta recurrencia se traduce en un impacto económico real: los asistentes no solo vienen por el evento, sino que deciden quedarse en la ciudad un promedio de tres días, superando la duración de las actividades oficiales. Además, el 66% de ellos manifiesta un claro interés por recorrer y conocer los atractivos locales, lo que genera un consumo que beneficia directamente a nuestros comercios y servicios turísticos.

Respecto a la logística de viaje, el automóvil particular y la moto se consolidaron como los medios de transporte preferidos, sumando casi el 75% de los arribos, lo que resalta la importancia de la conectividad terrestre. En términos de alojamiento, se observó una tendencia muy variada que fue desde el uso de campings y casas de familiares hasta una demanda significativa en hoteles de alta categoría. Esto demuestra que recibimos a un público diverso que adapta su estadía según sus necesidades y perfiles.

Como conclusión, los resultados positivos de este periodo demuestran que la ciudad está dando pasos firmes para posicionarse como un escenario competitivo en el mercado de eventos de gran escala. El desafío estratégico hacia adelante es trabajar en la distribución de estos eventos para que no se concentren únicamente en un mes, sino que logren repartirse de manera equilibrada. Contamos con una infraestructura capaz, visitantes que nos eligen repetidamente y una ciudad que resulta atractiva; ahora el objetivo es mantener este motor económico activo y constante durante todo el año.

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