



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO

TESIS DE GRADO DE LICENCIATURA EN TURISMO  
**“TURISMO DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE BAHÍA  
BLANCA. CASO DE ESTUDIO: XXV JORNADAS  
NACIONALES DE DERECHO CIVIL”**

TESISTA: Figueredo, Carolina

DIRECTORA: Lic. (Mg.) Gil, Valeria

CO-DIRECTORA: Lic. (Mg.) Murello, Daniela

BAHÍA BLANCA

2016

## INDICE

Introducción.....	1
Objetivos.....	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos .....	2
Hipótesis .....	2
Metodología para abordar la investigación .....	2
<b>Capítulo I: Marco conceptual.....</b>	<b>5</b>
1. Turismo de Reuniones .....	5
1.1. Ferias y Exposiciones .....	6
1.2. Eventos Deportivos Internacionales .....	6
1.3. Incentivos.....	7
1.4. Congresos y Convenciones .....	7
1.5. Proceso administrativo de organización de reuniones.....	9
1.5.1. Etapa Mecánica.....	9
1.5.2. Etapa Dinámica.....	12
1.6. Factores de una ciudad sede de reuniones .....	17
1.7. Beneficios de Turismo de reuniones.....	18
<b>Capítulo II: Análisis Del Marco De Referencia .....</b>	<b>20</b>
2.1. Breve caracterización geográfica de Bahía Blanca .....	20
2.2. Infraestructura y Servicios vinculados con el Turismo de reuniones.....	21
2.2.1. Transporte .....	21
2.2.2. Alojamiento .....	22
2.2.3. Restauración.....	22
2.2.4. Esparcimiento .....	23
2.2.5. Comunicación y promoción de eventos en Bahía Blanca.....	25
2.3. Perfil de la demanda turística del turismo de reuniones en Bahía Blanca.....	25
2.4. Beneficios del turismo de reuniones en Bahía Blanca .....	27
<b>Capítulo III: Descripción y análisis del caso de Estudio.....</b>	<b>28</b>

3.1. Proceso administrativo de la organización de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” .....	29
3.1.1. Etapa Mecánica.....	29
3.1.2. Etapa Dinámica.....	35
3.2. Análisis de la demanda de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” ....	41
3.3. Perfil de la demanda de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” .....	48
3.4. Análisis de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” .....	49
3.5. Evaluación de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” .....	59
<b>Capítulo IV: Resultados.....</b>	<b>61</b>
4.1. Matriz FODA.....	61
4.1.1. Ponderación FODA.....	62
<b>Capítulo V: Recomendaciones.....</b>	<b>65</b>
<b>Consideraciones finales .....</b>	<b>66</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>68</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>72</b>

## Índice de Figuras

Figura 1: Ubicación geográfica de Bahía Blanca en el contexto provincial .....	20
Figura 2: Presentación de las “JNDC” .....	28
Figura 3: Esquema del Campus Universitario de la UNS .....	32
Figura 4: Acto de apertura de las “JNDC” en el Teatro Municipal.....	39
Figura 5: Género.....	41
Figura 6: Rango etario .....	42
Figura 7: Ocupación .....	42
Figura 8: Procedencia .....	43
Figura 9: Medios de transporte.....	43
Figura 10: Tipo de alojamiento .....	44
Figura 11: Estadía.....	44
Figura 12: Acompañantes.....	45
Figura 13: Visitas a lugares y/o atractivos turísticos de la ciudad y la región .....	45
Figura 14: Lugares y atractivos turísticos .....	46
Figura 15: Calificación de los servicios turísticos de la ciudad de Bahía Blanca .....	46
Figura 16: Compras realizadas en la ciudad.....	47
Figura 17: Voluntad de retorno .....	47
Figura 18: Motivos por los que volverían a la ciudad .....	48
Figura 19: Medios de comunicación .....	49
Figura 20: Participación de un congreso en Bahía Blanca .....	50
Figura 21: Motivación para asistir a las Jornadas.....	50
Figura 22: Conocimiento de las acciones implementadas para promover el cuidado del medio ambiente .....	52
Figura 23: Facilidad de inscripción .....	51
Figura 24: Programación de las Jornadas .....	52
Figura 25: Distribución de las comisiones .....	53
Figura 26: Ponentes/Disertantes .....	53
Figura 27: Temas abordados .....	53
Figura 28: Puntualidad .....	54
Figura 29: Calidad y comodidad de las instalaciones.....	54
Figura 30: Oportunidades de networking-WIFI.....	55
Figura 31: Sonido, imagen e iluminación de las salas.....	55
Figura 32: Limpieza e higiene .....	56

Figura 33: Temperatura en las instalaciones .....	56
Figura 34: Comidas y bebidas (Coffee Break) .....	57
Figura 35: Colaboradores dispuestos a solventar dudas .....	57
Figura 36: Estado de mantenimiento del transporte UNS .....	58
Figura 37: Acciones con EL objetivo de promover cuidado del medio ambiente .....	58
Figura 38: Cumplimiento de expectativas .....	59

### **Índice de tablas**

Tabla I: Alternativas de servicios gastronómicos .....	23
Tabla II: Lugares aptos para realizar eventos .....	24
Tabla III: Ponderación de potencialidades por potencialidades .....	62
Tabla IV: Ponderación de potencialidades por conflictos .....	63
Tabla V: Ponderación de conflictos por conflictos .....	64
Tabla VI: Ponderación de conflictos por potencialidades .....	64

## **Introducción**

La industria de las reuniones es una modalidad dentro de la actividad turística que ha alcanzado una sustancial madurez, posicionándose como motora del desarrollo del turismo en todas las escalas, por ser una importante fuente generadora de empleo, ingresos e inversión. En este sentido, la ciudad de Bahía Blanca no queda ajena de dicha situación. Desde la órbita gubernamental se ha considerado al mercado de reuniones como un eje estratégico para el posicionamiento de la ciudad como destino sede de eventos. En este sentido, la ciudad se configura como un destino receptor de una creciente demanda de turistas que arriban motivados por las reuniones y los negocios.

El desarrollo de dicha actividad provocó que Bahía Blanca sea reconocida como una ciudad sede dentro del ranking 2014 de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), como consecuencia del número de congresos internacionales realizados durante el año anterior. De ese modo, la localidad se posicionó en la esfera mundial como destino turístico para la realización de eventos.

Sin embargo, teniendo en cuenta la importancia y la identidad de esta nueva modalidad turística, son casi nulos los estudios referidos a la situación actual del turismo de reuniones y su impacto en la escala local.

Tal como lo señala el Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina (2013) el segmento más representativo, bajo esta modalidad, es el de los Congresos y Convenciones. En este sentido, es que a través de la presente investigación se realizará un pormenorizado análisis de todos los aspectos relacionados las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” considerando a la misma como una aproximación a la realidad de los grandes eventos que se desarrollan en la ciudad de Bahía Blanca.

Asimismo, se presentará el marco conceptual que encuadra a la investigación, como así también el marco de referencia de la actividad del turismo de reuniones a nivel local. Finalmente y en base a toda la información aportada se expresarán lineamientos estratégicos con la intención de potencializar el desarrollo de esta modalidad. Luego se expondrán las reflexiones finales.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Analizar las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” como una modalidad del turismo de reuniones en la ciudad de Bahía Blanca.

### **Objetivos específicos**

- Describir las etapas de organización de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”.
- Analizar el perfil de la demanda turística de las mencionadas jornadas.
- Evaluar el grado de cumplimiento de las expectativas de los turistas con respecto a Bahía Blanca como ciudad sede del turismo de reuniones.
- Evaluar el grado de cumplimiento de las expectativas de los asistentes respecto a las Jornadas Nacionales de Derecho Civil.
- Identificar los beneficios que pueden generarse a través del turismo de reuniones.

### **Hipótesis**

- Las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” pueden considerarse como un evento que responde a la modalidad del turismo de reuniones en la ciudad de Bahía Blanca.

### **Metodología para abordar la investigación**

El presente trabajo se llevó a cabo a través de un proceso de investigación de tipo exploratorio y descriptivo, el cual se da “cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado” (Hernández Sampieri *et al*, 2006:11). Si bien en la ciudad de Bahía Blanca el Turismo de Reuniones se ha consolidado como una modalidad turística urbana de relevancia, son escasas las investigaciones que tratan en detalle esta temática.

El carácter descriptivo se da ya que se define un fenómeno o situación concreta indicando sus rangos más peculiares o diferenciales llegando a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas (Hernández Sampieri *et al*, 2006). En este

caso en particular, se pretende describir y analizar las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” desarrolladas en la ciudad de Bahía Blanca en el año 2015.

En la investigación abordada se observaron fenómenos dentro de su contexto natural para luego ser analizados, es decir que la misma se encuadra en las investigaciones no experimentales. En este sentido Kerlinger y Lee (2002:213) expresan “en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participante o los tratamientos”. Por tal motivo, es que se investiga el evento “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” y a través del análisis de sus características determinar si el mismo responde a la modalidad del turismo de reuniones en la ciudad.

El enfoque utilizado en la presente investigación fue cuali-cuantitativo. El primero de ellos busca obtener información a través de datos y de esa manera arribar a determinadas conclusiones. Por otro lado, el enfoque cuantitativo busca datos de manera sintética de conductas que se manifiestan. En este caso se podrá determinar el flujo de participantes y aspectos que de los mismos se desprendan, a través por ejemplo de la aplicación de encuestas y entrevistas. En este sentido, para conocer el perfil de la demanda además de obtener información adicional respecto del desarrollo de la actividad y para evaluar el grado de cumplimiento de las expectativas de los asistentes, se procedió al diseño y realización de un muestreo de tipo no probabilístico de conveniencia. Esta metodología se realizó a través de 103 encuestas a asistentes no residentes de la ciudad de Bahía Blanca. La elección del grupo de personas fue al azar.

Las encuestas fueron aplicadas en el Campus Universitario de la Universidad Nacional del Sur, durante los días que se llevaron a cabo las Jornadas (1, 2 y 3 de octubre de 2015). Las mismas se hicieron en base a preguntas de tipo cerradas y de elección múltiple con respuesta en abanico (Anexo I).

Por otro lado, con el objetivo de obtener información acerca de la organización y desarrollo de las Jornadas, una vez finalizado el evento, se realizaron entrevistas de tipo no estructuradas con preguntas abiertas al Comité Organizador.

Con respecto a las fuentes de información secundaria utilizadas en el desarrollo de la presente investigación se recopiló bibliografía general y específica de la temática: tesis, documentos on line y revistas especializadas, entre otras.

Asimismo y con la finalidad de analizar las variables que afectan de manera directa e indirecta al Turismo de Reuniones de la ciudad de Bahía Blanca, se realizó una matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y su ponderación de acuerdo a la metodología utilizada por Gerck (2015). Para su valoración se tomó la siguiente escala; alto (3), medio (2), bajo (1), nulo (0). Analizadas y valoradas todas las posibles relaciones, se procedió a sumar los valores obtenidos para identificar los problemas más importantes y las capacidades más potentes y más apropiadas para atenuar o solucionar los problemas.

Finalmente y luego de haber realizado el análisis del evento objeto de estudio como así también de las características de la ciudad de Bahía Blanca como ciudad sede se plantearán algunos lineamientos estratégicos considerados puntapié inicial para futuras investigaciones relacionadas con el turismo de reuniones en la localidad.

## CAPITULO I: MARCO CONCEPTUAL

### 1. Turismo de Reuniones

Según los autores Rodríguez del Bosque y San Martín Gutiérrez (2001) al Turismo de Reuniones se lo puede encuadrar dentro de un concepto global como lo es el concepto de Turismo de Negocios. En este sentido, el autor de la Calle Vaquero define al Turismo de Reuniones o de Negocios de la siguiente manera:

“Comprende un conjunto heterogéneo de actividades -asistencias a congresos, convenciones, ferias, exposiciones, así como también viajes de incentivos- que obedecen a la necesidad de una comunicación personalizada y cuyo rasgo distintivo estriba en la presencia de una motivación profesional en la base, que no elimina el componente lúdico del desplazamiento” (de la Calle Vaquero, 2006:109).

Para ese mismo período, Llambí (2005) lo conceptualiza entendiendo al mismo como:

“...uno de los segmentos que componen el turismo de negocios, moviliza en todo el mundo a millones de personas y divisas. Se trata de un segmento del mercado turístico de notable importancia pues contribuye a elevar fuertemente el gasto y la estadía promedio de los visitantes” (Llambí, 2005:2).

Por otro lado y de acuerdo al “Manual para la Organización de Congresos y Ferias para todos” publicado por Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos, con la colaboración de la Escuela Universitaria de Turismo de Asturias (2008:11), el turismo de reuniones:

“abarca el segmento del mercado turístico que se ocupa de la organización de actos públicos o privados a los que asisten determinados grupos de personas con una motivación común, ya sea de carácter político, comercial, empresarial, científico, deportivo, académico o social”.

Años más tarde, la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2010) a través de su página web se refiere a Turismo de Reuniones de Negocios y lo define como un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. A su vez, establece los segmentos que lo integran: congresos, convenciones, viajes de incentivos, ferias y exposiciones.

Ahora bien, una vez presentadas diferentes conceptualizaciones referidas al Turismo de Reuniones, se procederá a describir cada uno de los eventos que se encuadran bajo de esta modalidad. En este sentido se considera la clasificación aportada por el Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina (2014):

Ferias y Exposiciones, Eventos Deportivos Internacionales, Incentivos y Congresos y Convenciones.

### **1.1. Ferias y Exposiciones**

El Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina (2014) aporta los siguientes conceptos en la presente categoría:

- a) Ferias: las mismas son eventos meramente comerciales, en ellos se vende y eventualmente el producto puede entregarse en el mismo lugar.

Por su parte el “Manual para la Organización de Congresos y Ferias para todos” (2008:3) expresa que las ferias son de “carácter multilateral y bilateral, que corresponden a la presentación planificada y organizada de productos y servicios alrededor de un tema específico....con el propósito de informar y promover directamente entre proveedores y/ o consumidores...”.

- b) Exposiciones: aquellos eventos preferentemente promocionales e institucionales. Allí se exhiben y promocionan tanto productos como servicios.

Desde un punto de vista más cultural, el mencionado Manual afirma que las exposiciones persiguen objetivos más bien culturales e informativos dejando de lado el aspecto meramente económico y comercial.

- c) Workshop: es una jornada profesional utilizada como “Bolsa o Mercado de Contratación donde se contacta la oferta y la demanda. Busca facilitar el intercambio comercial entre ambas” (Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina, 20014: 130).

### **1.2. Eventos Deportivos Internacionales**

Magaz-González y Fanjul-Suárez (2003:142) definen a los eventos deportivos como toda “aquella actividad deportiva que cuenta con un alto nivel de repercusión social traducido en una fuerte presencia de los medios de comunicación y que genera por sí misma ingresos económicos”.

A través de un concepto más preciso, el mencionado Observatorio en su documento, aporta la siguiente definición de Eventos Deportivos Internacionales (2014:130), entendiéndolo a los mismos como aquel “eventos que convocan a atletas de diferentes países a participar de un torneo o competencia que se realiza durante más de una

jornada. Son eventos que se realizan de manera regular y su sede rota por diversos países”.

Gómez (2014:12) afirma que no se debe referir a esta actividad bajo un concepto simplista dado que es considerado un fenómeno complejo que “incluye varios aspectos y que abarca distintos análisis”. En este sentido, al referirse a eventos deportivos se deben considerar los impactos y los beneficios que éstos pueden generar. Cerezuela (2003:6) sostiene

“El legado de los eventos no siempre es tomado suficientemente en cuenta por los organizadores en los procesos de planificación, organización y evaluación. Este legado puede abarcar diversas dimensiones, incluyendo aspectos tangibles como infraestructura, economía, etc. y aspectos intangibles como la educación, el voluntariado, el saber hacer, etc.”

### **1.3. Incentivos**

El Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina afirma que los eventos de Incentivos se “Constituyen un instrumento de la estrategia de motivación que utilizan las empresas para estimular el rendimiento de su personal. También utilizado para que la empresa comunique ciertos planes de estrategia dejando atrás la habitual sala de reuniones” (2014: 130). Además, los viajes de incentivos, según lo que expresa Alonso Rodríguez (2012), se constituyen como un fracción dentro del amplio mercado de las reuniones.

Según la página web oficial de The Society of Incentive Travel Executives (SITE), el turismo de viajes de incentivos es considerada una herramienta de gestión, que utiliza una experiencia de viaje con el objetivo fundamental de motivar y reconocer el buen desempeño de sus empleados.

Falú (2011) expresa al respecto que el turismo de incentivo permite la unión entre el turismo de negocios y el turismo de ocio; en donde los empleados/participantes puedan disfrutar de un viaje de placer, sabiendo que el mismo es posible gracias al esfuerzo y rendimiento de sus actividades laborales.

### **1.4. Congresos y Convenciones**

La autora Herrero Blanco (2000:16) determina que “...los congresos son reuniones a gran escala, normalmente abiertas y dirigidas a un sector determinado para divulgar ideas y diseñar objetivos”.

Según Del Carril (2008), el concepto congreso hace referencia a la reunión de personas que pertenecen a un grupo específico, en un lugar determinado, para estudiar y discutir un tema en particular o varios, en un tiempo acotado. Pueden estar organizados por individuos o por entidades públicas o privadas. El objetivo es llegar a un nuevo nivel de conocimiento mediante el reelaboración y el debate de participantes.

A esta definición además, se le pueden agregar las características que presenta el “Manual para la Organización de Congresos y Ferias para todos” (2008), las mismas se detallan a continuación:

- Son reuniones de carácter científico, social, económico, tecnológico o profesional.
- La frecuencia de celebración de los congresos puede ser periódica, anual o bianual, con sede alternante y rotativa.
- El tiempo de duración promedio de un congreso oscila entre 2-4 días, siendo variante el número de asistentes dependiendo de la importancia del evento.
- Uno de los elementos fundamentales de los congresos suele ser el programa científico y los disertantes o exponentes del mismo.
- Simultáneamente a la celebración del congreso, se pueden organizar exposiciones de material, tecnología, servicios y publicaciones relacionadas con el mismo, cuya venta de espacios contribuye a financiar el evento.

Por su parte, Cabero Soto define al congreso como:

“Reuniones a gran escala de carácter formativo, dirigidas a un sector determinado y cuya duración es de tres a cinco días. Su objetivo es la divulgación de ideas y su contenido se centra en la exposición de temas, organización de grupos de trabajo, debates, contraste de opiniones y conclusiones” (Cabero Soto, 2012:9).

El Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina define al concepto congreso de la siguiente manera:

“Reunión periódica que nuclea a los miembros de una asociación, organismo o entidad para debatir cuestiones previamente fijadas. Por lo general, se celebran una vez al año, aunque los de carácter internacional se suelen organizar cada 24 meses, y su duración oscila entre los dos y los cinco días” (2014:129).

Por otra parte, el mismo documento aporta el concepto de convenciones, entendiendo al mismo como aquel “evento formal y genérico de cuerpos legislativos, político sociales o económicos, cuyo propósito es proveer información respecto de una situación particular

para luego deliberar y establecer consenso entre sus participantes” (Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina, 2014:130).

Bruno (2012) en su material de cátedra de Organización de Eventos III expone la siguiente definición de convenciones, entendiendo a las mismas como:

“...eventos de comunicación y de convivencia que, en un destino geográfico y en fecha preestablecida, reúnen a un grupo de personas que comparten un interés común cuya presencia obedece al afán personal o al propósito de una empresa, de propiciar la convivencia, superación, capacitación, educación o conocer nuevos procedimientos o productos” (Bruno, 2012:27).

Alonso Rodríguez (2012) puntualizando aún más sobre el concepto convenciones afirma que las mismas son promovidas por el ámbito privado y que tienen una duración de 3 a 5 días.

## **1.5. Proceso administrativo de organización de reuniones**

Desde el punto de vista de Musumeci y Bonina, la organización de una reunión se basa en un tema convocante destinado a una clara segmentación de un público asistente, los cuales tienen en común la misma profesión o especialidad. Estos además poseen un deseo de contactarse “con personas con quien dialogar, compartir conocimientos, aprender y establecer contactos para futuros encuentros o negocios” (Musumeci y Bonina, 2001:35).

Según Naredo (2004:31): “...es la coordinación de recursos humanos, materiales y financieros para lograr los objetivos establecidos con máxima eficiencia y mínimo costo”. Señala dos importantes etapas: la etapa mecánica y la etapa dinámica.

### **1.5.1. Etapa Mecánica**

---

Comprende las primeras actividades del proceso administrativo de reuniones que son de vital importancia para el éxito del evento, consiste en un ordenamiento de actividades y toma de decisiones. Se divide en tres sub-etapas:

#### **1) Sub-Etapa Previsión**

Naredo (2004) afirma que en esta primer sub-etapa de la etapa mecánica cuenta con tres acciones fundamentales a llevar a cabo:

- Determinación de objetivos: Musumeci y Bonina (2001) hacen hincapié en determinar con precisión qué fines tiene el evento y qué objetivos se quieren

alcanzar con la organización del mismo. Los mismos deben ser afirmaciones breves y concisas. Se debe distinguir los de carácter general y señalar los particulares del evento, los cuales se dividirán en: objetivos perseguidos por el ente que lleva adelante el evento, objetivos de los participantes del mismo y objetivos del organizador y su equipo.

- Análisis y evaluación de reuniones previas: resulta importante contar con información obtenida de eventos similares que se hayan celebrado con anterioridad, ya que facilita la toma de decisiones y permite disminuir el margen de error de todas las acciones. En la misma línea se encuentran Ayora Pérez y García Sanchez (2004), que expresan que si el evento se ha desarrollado anteriormente en otros municipios, se puede consultar, investigar o recabar información de esas ediciones anteriores, que servirá de guía y base para despejar dudas o requerimientos.
- Toma de primeras decisiones: analizar las características de la ciudad sede y el lugar donde se llevará a cabo el evento, como así también el espacio físico con el que se cuenta, la definición del nombre completo del evento (número de edición, tipo, regionalidad, especialidad, entidad organizadora, tema principal), la representación gráfica (el logotipo/isotipo que llevará el evento) y la fecha del mismo en donde se deberá tener en cuenta la época del año y los feriados.

Ante lo dicho, esta primer sub etapa se puede resumir respondiendo la pregunta ¿Qué se puede hacer? y de ese modo avanzar en las acciones planteadas.

## **2) Sub-Etapa Planeación**

El siguiente paso para conseguir que la reunión alcance el éxito, es planificarla con la antelación adecuada, lo que permitirá hacer una perfecta organización (Cabero Soto, 2012). Por lo tanto, en ésta etapa se desarrollaran varias importantes acciones:

- Plan general de trabajo: los organizadores deben realizar una planificación de las actividades a desarrollar en el evento con mucho tiempo de anticipación, listando cada una de las acciones a concretar desde la más compleja e importante a la más simple y básica.
- Presupuesto: para hacer realidad el evento, se necesitan recursos financieros que cubran los gastos que la organización que el evento supone. La idea es realizar

una planificación económica, es decir, la previsión de los costes que van a ser necesarios para su ejecución. Se debe planear y posteriormente controlar toda la actividad económica que se genera alrededor del evento, y por último, analizar de qué forma se van a financiar o cubrir determinados gastos.

Una de las fuentes más importantes de financiación de un congreso es a través de la búsqueda de auspicios y sponsors, constituyéndose los mismos como anunciantes o colaboradores (Ayora Pérez, 2004).

Según Naredo (2004), estos auspicios pueden dividirse en dos tipos teniendo en cuenta el apoyo que brindarán:

- a) Auspicios no económicos, aquellos que contribuyen desde el punto de vista del reconocimiento, la jerarquización y el prestigio de la actividad a desarrollar;
  - b) Auspicios económicos, se trata de empresas o entidades que aportan recursos económicos, bienes o servicios empleados para contribuir al desarrollo del evento y cubrir los gastos de organización a cambio de un protagonismo determinado.
- Calendarización: acción de reflejar el listado de las distintas actividades a concretar en un período de tiempo determinado dentro de esta etapa de planificación, como así también los responsables de cada una de ellas y la fecha en que se deberán realizar. Sirve de guía para que se actúe de forma organizada.

### **3) Sub-Etapa Organización**

Esta última etapa consiste en establecer correctamente un organigrama de trabajo, que no son más que elementos referenciales orgánicos y jerárquicos de la estructura organizativa, es decir, el quién es quién, quién será responsable de qué, para qué y con quién (Ayora Pérez y García Sánchez, 2004). Es decir, que en esta etapa se establece la composición del equipo de trabajo y las funciones y responsabilidades que cada una de los integrantes debe llevar.

Es de suma importancia analizar las funciones que cada puesto llevara a cabo, con la finalidad de cubrir bien todas las necesidades operativas de la reunión, y al mismo tiempo evitar duplicidades (Herrero Blanco, 2000).

### 1.5.2. Etapa Dinámica

---

Tras la planificación de un evento viene la etapa dinámica o también llamada etapa operativa o de escritorio. Ésta consiste en la ejecución de las actividades establecidas y diseñadas en la etapa anterior, en donde se tomarán la mayoría de las decisiones. Se trata de un conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la reunión, es decir, a la organización de todos y cada uno de los elementos, humanos y materiales, que hacen posible la celebración (Cabero Soto, 2012). También se encuentra compuesta por tres sub-etapas.

#### 1) Sub-Etapa Integración

Se determinan los recursos con que se va a llevar adelante el evento:

- Recursos técnicos: todo lo referido al equipamiento técnicos que se empleará durante el proceso como los de sonido, de iluminación, sistemas de proyección, equipos de computación y software para las tareas de inscripción y acreditación de los participantes, etc. Según el autor Del Carril y Gill (2008:369) las reuniones “...requieren no sólo un buen orador, sino que estén complementadas con ilustraciones, movimientos, colores, sonidos”, es decir, un adecuado soporte técnico. El material de apoyo es uno de los factores que contribuyen a la mayor eficacia de una reunión.
- Recursos humanos: se consideran a todas aquellas personas que formarán parte del evento como las autoridades del mismo, los invitados de honor, los comités y los expositores, por solo mencionar algunos de ellos. Cuando se trate de eventos que requieran un alto nivel de organización se precisará, además, contratar personal de apoyo que cubra las siguientes áreas: personal administrativo, cadetes, personal para asistentes de sala, personal técnico en sonido e imagen, seguridad, interpretes, personal que regule y controle los accesos a las instalaciones, personal auxiliar de limpieza, entre otros (Otero Alvarado, 2009). Su cantidad dependerá de la envergadura de la reunión y de la cantidad de participantes asistentes al mismo.

Las autoridades y los comités son imprescindibles para el funcionamiento del evento. Las autoridades, también conocido como comité ejecutivo u organizador, se compone de diversos cargos: Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero. Tienen como funciones principales: ser los responsables máximos de lo que sucede en el evento, tomar decisiones importantes, supervisar el trabajo del organizador,

representar al evento ante la prensa, funcionar como integradores en reuniones sociales y asumir el rol de anfitriones.

Una de las decisiones más importantes tomar por parte del Comité Ejecutivo la determinación de los distintos comités o coordinaciones. Un comité (Naredo, 2004) es un grupo de personas, generalmente perteneciente a la especialidad de quienes llevan adelante el evento, al que se le asignan funciones determinadas y por las que no recibe remuneración alguna.

Existen varios tipos de comités, los cuales pueden ser variados de acuerdo al evento a organizar. Musumeci y Bonina (2001) y Bruno (2012) expresan algunos de ellos entre los más importantes a considerar se encuentran:

- **Comité técnico:** el éxito del evento radica en gran parte de este comité. Si bien son muchísimas las funciones que desempeña este comité solo se detallan algunas de ellas: proponer el tema general del evento, planificar, elaborar y difundir el reglamento técnico para la presentación de ponencias, seleccionar, invitar, confirmar, coordinar, programar y atender la intervención de los ponentes magistrales y de mesas de trabajo nacionales e internacionales, coordinar, integrar e instalar los equipos y materiales técnicos entre otras.
- **Comité de administración:** las principales responsabilidades de este comité son elaborar el programa general de actividades y de actividades para acompañantes, participar en la selección de la ciudad sede, seleccionar y contratar los servicios de hospedaje, alimentación, medios de transporte, entre otros.
- **Comité de comercialización y difusión:** el responsable de este comité debe poseer amplios conocimientos de marketing, comunicación, relaciones públicas y humanas. Entre las principales funciones de éste área se destacan: definir las estrategias de mercadotecnia y los programas de promoción, publicidad y difusión para un evento, elaborar el folleto promocional, definir los medios de comunicación que se van a utilizar y organizar y manejar las conferencias de prensa.

La difusión del evento, es una de las acciones primordiales a considerar. Es la forma de llegar a los distintos públicos en el momento más oportuno. La publicidad de la reunión a llevarse a cabo sirve para los interesados en el mismo

y también para que la población en general se entere y se prepare para el evento colaborando con los organizadores. Los medios a utilizar están en función del tipo de evento que se quiera dar a conocer y así captar mayor cantidad de público.

Según Naredo (2004:99) "...la difusión es uno de los puntos de mayor importancia en la función de organizar un evento, dado su carácter de comunicador, y en especial si lo tomamos como una inversión para el logro del éxito cuantitativo de nuestro evento".

Actualmente la página web es el medio de difusión más económico y más utilizado dentro del mercado de congresos, por su capacidad de interacción, comunicación e información constantemente actualizada.

El desarrollo de una campaña de prensa es importante durante todo el proceso de difusión, ya que tiene un gran beneficio como el de aparecer en distintos medios de comunicación a muy bajo costo o costo cero (Naredo, 2004).

- **Comité de operaciones:** todos los comités que integran el organigrama de un evento van a apoyarse y requerir de los servicios del comité de operaciones. Este debe planificar la cantidad de personas que necesitará para cumplir con todos los requerimientos, que el personal que trabaje en ésta se esmere en dar un buen servicio y, además contar con suficientes materiales y de buena calidad para que las distintas actividades se lleven correctamente a cabo. Entre las principales funciones que desempeña se encuentran: coordinar los recursos humanos y materiales necesarios, diseñar, adquirir, instalar y controlar la escenografía necesaria para las diferentes actividades, supervisar el montaje del auditorio y de los salones, coordinar la seguridad, etc.
- **Comité de información y relaciones públicas:** la organización de este comité depende y varía de acuerdo a la naturaleza, tamaño y estructura general del evento. Entre las principales funciones se destacan: atender a los invitados especiales en cada una de las actividades, elaborar los programas y los comentarios para los maestros de ceremonias, coordinar y realizar la invitación a los diferentes medios de comunicación, elaborar la memoria del evento.
- **Comité de finanzas:** es el encargado de conseguir, manejar y supervisar, junto con el tesorero, los recursos financieros del evento. Entre las principales

funciones de destacan: elaborar el presupuesto general, coordinar la contabilidad, autorizar y realizar el pago a proveedores, presentar el informe financiero, entre otras.

- Comité de exposiciones: una de las funciones de este comité es la de la elaboración del reglamento de participación para los expositores como así también la congregación de cada uno de los trabajos expuestos para su posterior publicación.
- Comité científico: responsables de la determinación del temario que se tratará en la reunión, los mecanismos de funcionamiento y evaluación y la selección de los expositores que disertarán sobre cada uno de los temas propuestos.
- Comité de bienvenida, de recepción e inscripción: estará a cargo de la llegada, acompañamiento y alojamiento de todos aquellos invitados especiales y/o expositores que provengan de otro lugar, y acompañará a los mismos hasta el momento de su regreso. Asimismo es el comité encargado de generar una base de datos de todos los participantes del evento que deberá contar con la siguiente información de los mismo: nombre y apellido, empresa en la que trabaja (si corresponde), el cargo que ocupa en la misma, profesión, domicilio, teléfonos y correo electrónicos. Así, se podrá enviar cualquier tipo de información en serie a través de distintas modalidades de correo, hoy en día la más económica y eficiente es a través del e-mail.
- Comité de honor: no tienen asignada ninguna función, su nombramiento es un gesto de reconocimiento por parte de la entidad de la trayectoria o desempeño dentro de la especialidad. Este comité puede depender del Comité Ejecutivo

Del Carril (2008) realiza una clasificación de otros actores intervinientes en la organización de una reunión, los participantes:

- a. Los participantes activos: grupo de profesionales interesados en la temática del evento. Son el público objetivo de la reunión.
- b. Los acompañantes: las personas que concurren al evento con los participantes activos pero que no tienen interés en la temática.
- c. Los participantes técnicos: son los enviados por las empresas para atender un stand en una exposición paralela a la reunión. No abonan tarifa de inscripción.

- d. Los estudiantes: abonan una tarifa preferencial, no suelen tener acceso a la totalidad de las disertaciones.
- e. Los disertantes del evento: son los oradores. Pueden ser invitados o contratados. Son personajes de renombre o que pueden hacer un aporte profesional o científico en su área. En algunas oportunidades tienen cubiertos los viáticos y la estadía durante los días del evento.
- f. El sector VIP: integrado por funcionarios en ejercicio y por las autoridades de la reunión o de empresas invitadas.

## **2) Sub-Etapa Dirección**

Es el momento de la verdad, el momento para el cual se ha estado trabajando en los años o meses anteriores. Consiste en verificar que todo lo planificado se haga de la forma prevista. Algunos principios que se deben tener en cuenta en esta etapa son la coordinación de intereses y fines, la resolución de conflictos, el control constante sobre la ejecución de acciones, etc.

## **3) Sub-Etapa Evaluación**

Responde a la pregunta ¿cómo se hizo?. Se trata de la recolección y el análisis de datos que permitan conocer si se lograron cumplir los objetivos previstos. Es importante conocer la opinión del público sobre los servicios recibidos durante su asistencia al evento.

Permitirá saber qué es lo que se hizo bien y qué no tanto para potenciar los logros y corregir los errores. Según Herrero Blanco (2000) el éxito profesional de una reunión se mide por sus conclusiones y por las repercusiones que ha tenido en el sector y en la sociedad.

Según Naredo (2004), el proceso de evaluación consta de varias etapas de control, a considerar:

- Determinar qué es lo que necesita ser controlado: determinar cuáles son los temas que se consideran que tienen que ser estudiados o controlados.
- Establecer la forma en que se van a recolectar los datos: personal (supervisión, revisión e inspección), e instrumental (cuestionarios, encuestas, etc.).

- Conformar el equipo que va a tener a su cargo la evaluación: personas idóneas encargadas de evaluar cada tema en particular.
- Aprovechar los resultados de control: aprovecharlos en el próximo evento que se lleve adelante y no cometer los mismos errores.

### **1.6. Factores de una ciudad sede de reuniones**

En todo el mundo existen ciudades que son reconocidas por su infraestructura para el desarrollo de eventos de gran tamaño. De acuerdo a Espejo Marín y Ponce Sánchez (1999) varios son los factores con los que debe disponer una ciudad para que la misma tenga éxito como destino sede de congresos y convenciones. Las autoras los encuadran en cuatro grandes grupos determinantes para el mayor o menor desarrollo de la ciudad como sede:

- a. Eliminatorios: Disponibilidad de salones para reuniones, comunicaciones y accesos.
- b. Imprescindibles: Oferta hotelera, oferta de servicios e imagen- atractivo ciudad.
- c. Necesarios: Apoyo institucional, precios y clima.
- d. Convenientes: Seguridad, oferta de ocio y diversión.

Asimismo, AR Hotel y Resort de España (2015) y Darder (2015), hacen referencia a ciertos factores que son tendencias en la actualidad en el turismo de reuniones:

- Comodidad en el transporte: el sector de los transportes es el que más se está esforzando por adaptarse a estas nuevas directrices.
- Carácter social: existen plataformas que son muy útiles y aprovechables para comunicar todas las novedades a los asistentes, como lo son las diversas redes que los asistentes emplean para opinar, aconsejar, recomendar o sugerir determinados productos o servicios (Linkedin, Twitter, Facebook o Instagram, entre otras). Asimismo, fomentan la retroalimentación entre los participantes antes, durante y después del evento.
- Retorno de la experiencia: hace referencia a la vivencia del cliente, a ese plus que marca la diferencia entre un evento más y uno que deja huella. Los detalles, el toque personal y la buena capacidad para solucionar conflictos es lo que conseguirá que se obtenga un buen retorno de la experiencia tras el evento en cuestión.

- **Individualización:** se busca la distinción, la variedad y la originalidad. Ahora los organizadores quieren poder controlarlo todo ellos mismos y contratar cada uno de los servicios por la vía que más les interese, ofreciendo una experiencia única y singular.
- **Conectividad gratis:** En una era en la que la mayoría de gestiones se hacen online, no hay motivo alguno para que un acto no cuente con WIFI. La conexión debe ser estable, rápida y gratuita en todo momento.
- **Acondicionamiento de los espacios:** El éxito de un evento reside en la comodidad del mismo y ahí es donde entra en escena el lugar de celebración.

Estas nuevas tendencias sobre el ámbito de las reuniones, podrían transformarse en nuevos factores con los que deben disponer una ciudad para que la misma tenga éxito como destino sede de congresos y convenciones.

### **1.7. Beneficios del turismo de reuniones**

El turismo de reuniones es una tipología turística que supone un gran mercado generador de importantes beneficios. Cada vez son más los destinos que apuestan a esta especialidad del turismo. En los últimos 10 años, esta actividad se ha desarrollado sorprendentemente en toda América Latina, gracias a que los gobiernos han entendido la importancia y los beneficios que el turismo de reuniones puede generar a los destinos turísticos.

Dichos beneficios son relevantes tanto para las empresas que organizan estos eventos, como para las empresas receptoras del turismo, para multitud de empresas relacionadas directa o indirectamente con el sector, las sedes y con los destinos que albergan todo tipo de eventos y reuniones en el mundo.

Son muchos los beneficios que aporta el Turismo de Reuniones, los mismos se agrupan en cinco grandes rubros de acuerdo a la página web [tuespacio.com](http://tuespacio.com) (2016). Ellos son:

- **Gasto promedio:** es el beneficio más atractivo para invertir en turismo de reuniones. El asistente a un evento gasta de 3 a 7 veces más que el turista de placer. Esto se puede deber a que el visitante de reuniones viaja generalmente con gastos financiados por su empresa, mientras que el de placer lo hace con recursos propios. A eso se le puede sumar que por lo general, se ocupan habitaciones de lujo o primera clase, y se concurre a los mejores restaurantes de la plaza, además de una serie de gastos adicionales como tintorería, teléfono,

minibar, centro de negocios, salones de reuniones, taxis de sitio, etc. El impacto económico no solamente beneficia las áreas “tradicionales” anteriormente descritas, sino también al comercio, servicios en general y al empleo de la ciudad organizadora.

- Estadía: en turismo de reuniones, los eventos duran entre dos y cuatro noches. Además, se puede aprovechar para visitar sitios adicionales, lo que se conoce como viajes de pre o post evento, con lo que la estadía promedio de los concurrentes a eventos se incrementa.
- Multiplicador de los esfuerzos promocionales: los eventos se han convertido en el mejor promotor de los destinos turísticos. Un participante que haya tenido una buena experiencia en algún destino, se convertirá automáticamente en un gran promotor del mismo. Esto permite a las ciudades fortalecerse a nivel global como sede de diferentes eventos.
- Estacionalidad: muchos destinos sufren el problema de las temporadas altas y bajas de turismo. Existen centros de tipo financiero, comercial e industrial con alta ocupación de lunes a jueves y baja de viernes a domingo, así como centros turísticos que son exactamente lo contrario, con alta ocupación los fines de semana y bajas entre semana. El turismo de reuniones posibilita ocupar estos espacios con la organización y realización de eventos de diferentes especialidades.
- Dinamizador de la economía regional: los eventos requieren de una serie de servicios para llevarse a cabo, como traducción simultánea, traslados terrestres, banquetes y muchos otros que no pueden ser contratados en la ciudad de origen de quien genere el evento. Estos deben ser contratados en el destino sede, lo que genera un gran beneficio económico para las ciudades que reciben eventos.

## CAPITULO II: ANALISIS DEL MARCO DE REFERENCIA

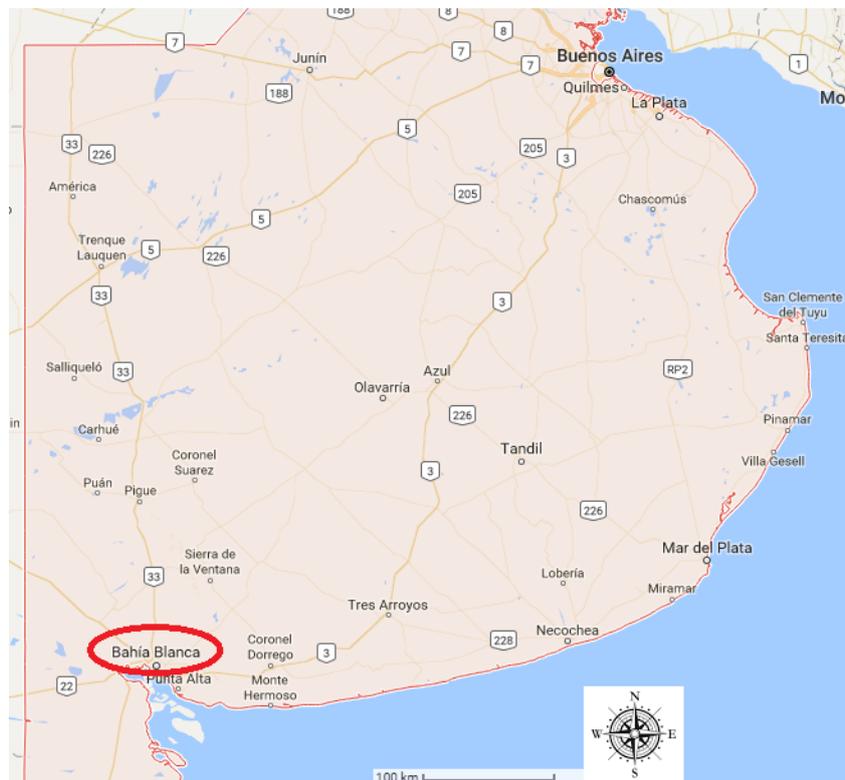
### 2.1. Breve caracterización geográfica de Bahía Blanca

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra emplazada a los 38° 44´ de latitud sur y 62° 16´ longitud oeste de Greenwich, al sudoeste de la provincia de Buenos Aires. El partido, conformado por la ciudad de Bahía Blanca y las localidades de Ingeniero White, General Daniel Cerri y Cabildo limita con los distritos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Rosales.

Bahía Blanca posee una buena infraestructura de comunicación, ya que cuenta con Rutas Nacionales como N° 33, N° 35, N° 3 Norte, N° 3 Sur y N° 22, y también con la Ruta Provincial N° 51 permitiendo la conexión con diversos puntos del país. Cabe destacar la función de la ciudad como nodo de comunicación, principalmente con Buenos Aires y como “puerta de entrada” a la Patagonia (Figura 1).

Figura 1

#### Ubicación geográfica de Bahía Blanca en el contexto provincial



Fuente: Carolina Figueredo, 2016 sobre la base de Google Maps 2016.

De acuerdo con la página web de la Municipalidad de Bahía Blanca, en el centro de la ciudad predominan las actividades comerciales, financieras y administrativas. También

se ubican, en torno a la Plaza Rivadavia, los principales edificios públicos y privados, conformando el denominado “microcentro bahiense”. Los espacios verdes y barrios residenciales bordean a la ciudad por el norte y noroeste en un arco que se extiende desde el Parque de Mayo hasta el Parque Independencia y los barrios Patagonia y Aldea Romana.

El área de puertos y actividades industriales se ubica en el sur de la ciudad, a 7 kilómetros del centro comercial. El complejo portuario abarca 25 kilómetros sobre la costa norte de la ría de Bahía Blanca. Ofrece una salida directa al Océano Atlántico desde el único puerto de aguas profundas del país, y el primer puerto autónomo de la Argentina.

## **2.2. Infraestructura y servicios vinculados con el turismo de reuniones**

Bahía Blanca cuenta con todos los factores necesarios con los que debe disponer una ciudad para que la misma tenga éxito como destino sede del turismo de reuniones. A continuación se detallan aquellas ventajas competitivas que colaboran con dicho posicionamiento:

### **2.2.1. Transporte**

La ciudad cuenta con la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, la cual posee 23 plataformas de salida, transporte de cargas y encomiendas, confitería, boletería y playa de estacionamiento. Es de gran importancia para el turismo, debido a que diariamente, arriban y parten distintas líneas de ómnibus con numerosas frecuencias desde y hacia los principales destinos, generando así un significativo flujo de pasajeros.

La ciudad además posee el aeropuerto Comandante Espora, ampliado hace algunos años, con balizamiento que permite la operación nocturna, manga para el ascenso y descenso de pasajeros (La Nueva Provincia, 2015). El servicio que se brinda en el mismo son vuelos diarios desde y hacia Buenos Aires a través de compañías tales como LATAM y Aerolíneas Argentinas.

De acuerdo a la página web Satélite Ferroviario (2016), el servicio de trenes de la Estación Sud, está a cargo de la empresa Ferrobaires, la cual opera con salidas desde y hacia la estación Plaza Constitución (CABA), incluyendo además, distintas localidades pertenecientes a su recorrido. Se ofrecen distintas categorías de servicio, como pulman, primera clase y turista. El transporte de cargas lo realiza la empresa Ferroexpreso Pampeano.

Tal como se menciona en el blog del Centro de Estudios y Difusión de la Cultura Popular Argentina (2014), el Puerto de Bahía Blanca ha sido históricamente un puerto de cereales por su proximidad a las principales zonas agroexportadoras del país. Hoy es además químico y petroquímico, y exporta principalmente materias primas. Con sus 45 pies de calado, el mismo se constituye como uno de los principales puertos de aguas profundas del país.

### **2.2.2. Alojamiento**

De acuerdo a la información aportada por la Municipalidad de Bahía Blanca a través de su página web, se detallan las plazas hoteleras de la ciudad según su modalidad y su categoría (Municipalidad de Bahía Blanca, 2015):

- Hoteles 4 estrellas: 744 plazas
- Hoteles 3 estrellas: 269 plazas
- Hoteles 2 estrellas: 474 plazas
- Hoteles 1 estrellas: 92 plazas
- Hospedajes: 171 plazas
- Paradores: 86 plazas
- Aparts Hotel: 216 plazas
- Hostels: 60 plazas
- Motel: 60 plazas

Dando un total de 2172 plazas hoteleras.

### **2.2.3. Restauración**

La oferta gastronómica de la ciudad cuenta con una totalidad de más de 4500 cubiertos, principalmente en restaurantes, como se observa en la Tabla I. Complementan la oferta parrillas, restobares, patios de comidas, cantinas y marisquerías, comida vasca, comida oriental, pizzerías, tenedores libres, comidas rápidas, cafés y confiterías, casas de comidas para llevar, casas de comidas con servicio de entrega a domicilio y minimercados de estaciones de servicio.

Tabla I

**Alternativas de servicios gastronómicos**

<b>Establecimientos</b>	<b>Cantidad</b>
Restaurants	30
Retobares	26
Patios de comidas (Bahía Blanca Plaza Shopping)	1
Parrillas	7
Cantinas y Marisquerías	8
Comida Mexicana	1
Comida Vasca	2
Comida Oriental	4
Pizzerías	5
Tenedor libre	2
Comida Rápida	4
Cafés y Confiterías	34
Cervecería	3
Restaurants en accesos	12

Fuente: Municipalidad de Bahía Blanca, 2015.

**2.2.4. Esparcimiento**

Según la página web de la Municipalidad de Bahía Blanca, la ciudad posee 11 museos de carácter público como por ejemplo el Museo de Bellas Artes y Arte Contemporáneo, el Histórico Municipal, el de Ciencias Naturales y Fortín Cuatrerros, entre otros. Así mismo, la oferta está compuesta por distintos teatros, el más reconocido es el Teatro Municipal, centro de importantes eventos de nivel nacional e internacional. Actualmente, se ha ampliado la oferta a una gran variedad de teatros independientes por ejemplo El Tablado y La Panadería.

También, la ciudad posee una variada oferta deportiva, entre los más destacados se encuentran el básquet, el fútbol y el automovilismo, convocando en cada presentación un significativo número de espectadores. También se brinda la posibilidad de participar, directa e indirectamente, de actividades deportivas como el softbol, golf, rugby, tenis y jockey, entre otros.

La ciudad de Bahía Blanca también posee salones, hoteles y otros establecimientos educativos y culturales equipados con la última tecnología, competitivamente preparados para distintos tipos de reuniones, tal como se muestra en la Tabla II.

Tabla II  
**Lugares aptos para realizar eventos**

<b>Sedes académicas</b>	<b>Salas</b>	<b>Capacidad de Personas</b>
Biblioteca Rivadavia	2	450
Cámara Arbitral de Cereales	3	420
Club Argentino	7	1010
Consejo Prof. De Ciencias Económicas	2	210
CONICET	8	560
Instituto Superior Juan XXIII	2	400
Municipalidad de Bahía Blanca	2	335
Universidad Nacional del Sur	4	900
Casa de la Cultura UNS	4	170
Centro Histórico y Cultural UNS	4	220
Universidad Tecnológica Nacional	3	330
<b>Teatros</b>		
Teatro Municipal	2	816
Teatro Don Bosco	2	960
Teatro Rossini	1	550
<b>Salones para Eventos</b>		
Eis	1	280
Realce	2	280
Revoque Eventos	2	340
Stradivarius	2	620
Sportiva Eventos	1	200
Sueños	2	800
Yesterday	1	400
Club de Golf Palihue	1	150
Asoc. Empleados de Comercio	3	3300
Bahía Blanca Plaza Shopping	9	2810
Sindicato de Luz y Fuerza	1	1100

Sindicato de Obras Sanitarias	1	110
Complejo Punto y Aparte	2	290
Club El Nacional	1	100
<b>Hoteles</b>		
Apart Hotel Orion	1	80
Hotel Argos	5	309
Hotel Austral	5	292
Hotel Bahía	1	50
Hotel Land Plaza	7	336
Parador Austral	3	80
<b>Espacios para Fiestas</b>		
Predio Ferial Corporación del Comercio	5	4710

Fuente: Plan de Marketing de Turismo de Reuniones de la ciudad de Bahía Blanca, 2016.

Teniendo en cuenta los datos numéricos aportados por la Tabla II, la ciudad posee un total de 104 salas con una capacidad final para agrupar a 24.318 personas.

### **2.2.5. Comunicación y promoción de eventos en Bahía Blanca**

En Bahía Blanca se utilizan varios medios de comunicación a través de los cuales los turistas/asistentes toman conocimiento de la realización de los distintos tipos de encuentros, y varias plataformas que garantizan la promoción de los mismos.

Usualmente, cada evento diseña su propia página web a través de la cual comunica e informa todas las novedades a los asistentes. También se destacan las diferentes redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, entre otras, que son muy útiles y cómodas para los interesados en el evento.

Según Vergara (2011), la promoción en páginas web de los sitios disponibles para la realización de congresos tanto a escala local como nacional, presentan diferencias o datos erróneos en cuanto a características de los espacios para el desarrollo de congresos e información sobre la capacidad de los mismos.

### **2.3. Perfil de la demanda turística del turismo de reuniones**

La ciudad de Bahía Blanca forma parte del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones que elabora el Ministerio de Turismo de la Nación, y desde el área de turismo se colabora en la toma de encuestas. En ese contexto, durante el año 2015 se

efectuaron 97 tomas a los asistentes que participaron de diferentes tipos de eventos, arrojando los siguientes datos (Municipalidad de Bahía Blanca, 2015):

- La estadía promedio en la ciudad es de 4,24 días, con un gasto promedio de \$6936 durante la estadía por persona. El gasto se distribuye entre pasajes, alimentación, alojamiento, alquiler de auto, compras, actividades de ocio, inscripción, entre otros.
- En su mayoría los participantes son argentinos.
- En relación a la provincia de residencia habitual los datos muestran que la mayoría proceden de la provincia de Buenos Aires; seguido por Córdoba, Río Negro, Santa Fe y la Ciudad de Buenos Aires.
- El tipo de alojamiento elegido mayormente es la modalidad hotel 4 estrellas, seguido del hotel 3 estrellas, hotel 1-2 estrellas, y por último el apart hotel y el albergue hostel.
- El medio de comunicación elegido para informarse sobre la reunión la mayor parte de los participantes lo hizo por internet; seguido de una entidad organizadora y de la empresa donde trabaja.
- El avión fue el medio de transporte más utilizado para arribar al destino. En menor medida en ómnibus y en automóvil.
- La mayoría de los asistentes afirmaron llegar por primera vez.
- Entre los artículos que compraron durante el viaje un gran porcentaje no contesta, se destaca compra de ropa, libros y souvenirs.
- Entre las actividades que desarrollaron en el destino se destaca la visita a museos y teatro/cines.
- En el momento de evaluar la sede, el servicio de alojamiento, y el transporte utilizado para arribar al destino, en general, la mayoría respondió como “muy bueno” y “excelente” con respecto a estos.
- Casi la totalidad de los participantes encuestados consideró que volvería a la ciudad, y el principal motivo es para asistir a otras reuniones, por ocio y por estudio.

## **2.4. Beneficios del turismo de reuniones en Bahía Blanca**

De las mismas 97 encuestas realizadas durante el 2015 por el área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, se arrojan los siguientes datos considerados como beneficios del turismo de reuniones en la ciudad.

- **Gasto promedio**

El gasto promedio es de \$6936 durante la estadía por persona. El gasto se distribuye entre pasajes, alimentación, alojamiento, alquiler de auto, compras, actividades de ocio, inscripción, entre otros.

- **Estadía**

La estadía promedio en la ciudad de Bahía Blanca es de aproximadamente 4,24 días.

- **Multiplicador de los esfuerzos promocionales**

Los eventos se han convertido en el mejor promotor del destino. Un participante que haya tenido una buena experiencia en la ciudad, se convierte automáticamente en un gran promotor de la misma, que permite fortalecer a Bahía Blanca a nivel global como sede de diferentes eventos.

- **Estacionalidad**

En general, la mayor cantidad de eventos se llevan a cabo entre Agosto y Octubre. En Bahía Blanca, también se registran gran cantidad de eventos durante los meses de Mayo y Junio. La importancia del turismo de reuniones radica en romper la estacionalidad del destino.

- **Dinamizador de la economía regional**

Los eventos requieren de una serie de servicios para llevarse a cabo que no pueden ser contratados en la ciudad de origen de quien genere el evento, éstos se contratan en la ciudad, lo que genera un gran beneficio económico para la misma. Como por ejemplo traducción simultánea, traslados terrestres, servicio de catering y muchos otros.

### CAPITULO III: DESCRIPCION Y ANALISIS DEL CASO DE ESTUDIO

Las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” organizadas por el Departamento de Derecho de la Universidad Nacional del Sur, se realizaron durante los días 1, 2 y 3 de octubre del 2015, en el Campus Universitario ubicado en el Barrio Palihue. El objetivo principal fue dar a conocer los cambios y modificaciones del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, vigente en la Argentina desde agosto del año 2015 (Figura 2).

Figura 2

#### Presentación de las “JNDC”



Fuente: Jornadas Nacionales de Derecho Civil, 2015.

Si bien el evento caso de estudio lleva por nombre “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”, de acuerdo al material conceptual aportado en el desarrollo del presente trabajo se puede afirmar que el mismo se encuadran dentro del concepto de Congreso, dado que presenta las siguientes características:

- Es una reunión de personas las cuales persiguen un interés común: conocer los cambios y modificaciones del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación.
- Es una reunión de divulgación, de carácter profesional.
- Es un evento que se desarrolla con una frecuencia pre establecida: cada dos años, en sedes rotativas.
- La duración de la reunión fue de 3 días.

- Simultáneamente al avance de la reunión, se desarrollaron exposiciones de material artístico, venta de material académico y exposiciones audiovisuales.

### **3.1. Proceso administrativo de la organización de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”**

#### **3.1.1. Etapa Mecánica**

---

##### **1) Sub-Etapa Previsión**

En esta primer sub-etapa, donde la determinación de los objetivos de la reunión, resulta primordial, es importante destacar que en la organización del evento bajo análisis, existen cuestiones que no pueden ser modificadas, dado que las mismas se desprenden de las decisiones del Consejo Directivo. Por ejemplo, el anfitrión de cada una de las sedes en las que se desarrolla esta reunión, no puede cambiar el nombre del evento: “Jornadas Nacionales de Derecho Civil”, dado que así es como está determinado. Lo cierto es que este evento funciona como dos tipos de reuniones en una, ya que tienen dos instancias de participación. Por un lado, como jornada, realizándose el trabajo en comisiones en donde asistentes, docentes y profesionales presentan ponencias sobre un tema asignado a cada una de las comisiones por el Consejo Directivo. Por otro lado, funciona como un congreso ya que, el objetivo principal de este tipo de reuniones es la actualización de la información y consensos sobre las distintas temática, y su duración es de tres días o más.

- **Determinación de los objetivos**

El principal objetivo que se persiguió con el desarrollo de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” fue informativo y formativo. Se pretendió dar a conocer los cambios y modificaciones implementadas en el Código Civil y Comercial. Este evento fue la primera reunión de derecho civil de relevancia nacional luego de la entrada en vigencia del nuevo código.

Desde el ente organizador de la reunión, quien fuera el Departamento de Derecho de la Universidad Nacional del Sur, se plantearon los siguientes objetivos particulares, los cuales fueron enumerados en las entrevistas realizadas:

- Lograr el éxito del evento.

- Mostrar el crecimiento académico del Departamento de Derecho de la Universidad Nacional del Sur desde su creación hasta la actualidad.
- Demostrar la capacidad de trabajo en conjunto con otras áreas dependientes de la Universidad como así también de otras instituciones intervinientes.
- Formar un gran equipo de trabajo que permanezca en contacto y contribuya en el desarrollo de futuros proyectos.
- Documentar todas las disertaciones y las participaciones de personalidades importantes, como la de los miembros de la Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina: el Dr. Carlos Fayt y el Dr. Juan Carlos Maqueda, así como la de la Dra. Aida Kemelmajer de Carlucci, quienes formaron parte de la Comisión Reformadora del Código Civil y Comercial.
- Promover el cuidado del medio ambiente.

Como objetivos secundarios se plantearon:

- Promocionar a la ciudad de Bahía Blanca.
- Dar a conocer las instalaciones de la Universidad Nacional del Sur.
- **Análisis y evaluación de reuniones previas**

Estas jornadas son de gran importancia y muy reconocidas en el ámbito del derecho civil en la escala nacional. Las mismas se realizan desde mediados del siglo pasado. Las mismas se desarrollan cada dos años, siendo organizadas por un Consejo Directivo integrado por un representante de cada una de las áreas de derecho civil de las distintas universidades nacionales y privadas de la Argentina.

El Departamento de Derecho de la UNS se contactó con los organizadores de anteriores Jornadas Nacionales de Derecho Civil para recabar información necesaria para disminuir el margen de error en puntos claves en la organización del evento y facilitar la toma de decisiones. Algunos datos importantes a considerar fueron el valor de la inscripción, la cantidad de asistentes (más de 1500 personas), materiales a entregar a los participantes, autoridades y disertantes entre otros. Por otro lado, el Comité Organizador de la UNS contó con la ventaja de haber concurrido a anteriores Jornadas, facilitando el conocimiento de varios aspectos en lo referido a la organización de las mismas.

- **Toma de primeras decisiones**

En el año 2011 durante las “XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil” realizadas en la ciudad de Tucumán, el Consejo Directivo decidió que la sede de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” sería la Universidad Nacional del Sur en la ciudad de Bahía Blanca. Desde ese momento se comenzó a trabajar en la organización de las mismas.

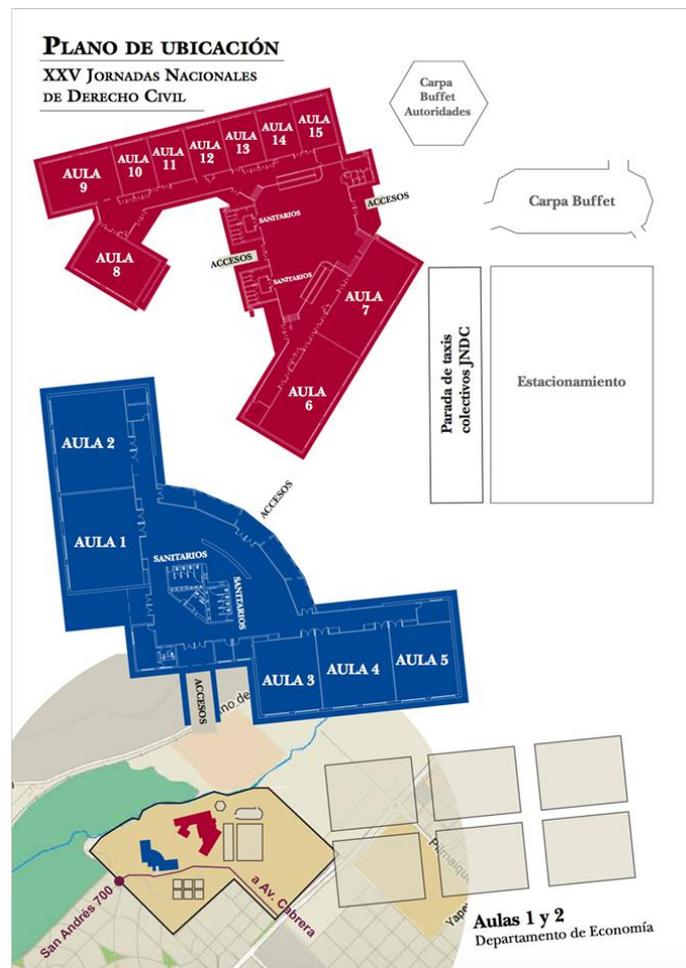
Una de las primeras decisiones tomadas fue la de participar en las Jornadas Nacionales que se realizaron en la UBA en el año 2013, disponiendo de un stand, en donde docentes y alrededor de 40 estudiantes de la Universidad Nacional del Sur llevaron a cabo la difusión de las Jornadas mencionadas y de la ciudad sede. El stand contó con folletos básicos y elementales que difundían las distintas redes sociales y la página web que se había diseñado para el futuro evento.

## **2) Sub-Etapa Planeación**

Entre los años 2011 y 2013, fue la etapa en la que se realizó el **plan general de trabajo**, es decir, se plantearon los objetivos generales, se tomaron las primeras decisiones de logísticas, como por ejemplo el lugar físico en el que podrían llevarse a cabo las jornadas, analizándose distintas alternativas. Una de ellas, fue realizar las Jornadas en el centro de la ciudad dado que implicaba algunas ventajas en cuanto a la accesibilidad al transporte. Pero como desventaja, no se dispondría de un lugar físico con grandes dimensiones para congregarse tanta cantidad de personas. Fue así que finalmente se decidió realizar las jornadas en el Campus Universitario de la UNS en el predio que la misma posee en el Barrio Palihue (Figura 3). Dicho espacio cuenta con variedad y amplitud en espacios físicos los cuales generan un ambiente de confraternidad entre las personas concurrentes por estar compartiendo un mismo espacio físico.

Figura 3

## Esquema del Campus Universitario de la UNS



Fuente: Jornadas Nacionales de Derecho Civil, 2015.

Otra decisión fue generar una página web que contara con información relacionada a las jornadas, como por ejemplo fotos, videos, conclusiones de jornadas anteriores, algunos de los trabajos y disertaciones que fueron presentadas en las últimas jornadas. Además la misma brindaría la posibilidad de dejar comentarios personales. Una vez finalizadas las jornadas, uno de los objetivos propuestos fue que la página web siguiera disponible y utilizarla como plataforma de difusión de novedades de Derecho Civil y de las próximas jornadas que serán llevadas a cabo en la Universidad Nacional de La Plata (2017).

Siguiendo con otras acciones importantes para llevar a cabo la difusión del evento, darlo a conocer, y así captar mayor cantidad de asistentes, se llevó a cabo la inauguración de un ciclo de actividades preparatorias a lo largo de todo el país y en varias universidades

con el fin de invitar a la gente a concurrir a las Jornadas en la ciudad de Bahía Blanca. Entre ellas, en diciembre de 2014 en la localidad de Monte Hermoso se realizó el lanzamiento de las “Jornadas Preparatoria de Derecho Civil” que consistió en un evento de la misma modalidad, es decir, con exposiciones y conferencias magistrales sobre los temas relacionados al nuevo Código Civil y Comercial, en donde ya estaban definidos un grupo de profesores invitados que también participaron de las Jornadas realizadas en octubre del 2015.

A partir del año 2014, el área de derecho civil del Departamento de Derecho realizó la división del trabajo y un listado de las principales actividades que debían llevar a cabo. Concretamente se abocaron en conseguir recursos económicos para afrontar el **presupuesto**, es decir, auspiciantes para las Jornadas, ya sean de instituciones públicas como privadas. Esta fue una de las principales meta de ese año.

Otra meta importante, ya que componía gran parte del presupuesto, era definir a los profesores y disertantes invitados que iban a participar en cada una de las comisiones y de las conferencias magistrales, para definir quiénes integrarían el grupo de los invitados especiales y poder cubrir los gastos completos de los mismos, incluyendo traslados, estadía, comidas, fiesta de clausura, entre otros. Este grupo sería aproximadamente de 150 personas.

Por último, se realizó la **calendarización** general de las diferentes etapas, para lograr una perfecta organización de las jornadas, Cada Comité se responsabilizaba de las actividades correspondientes a cada uno de ellos y la fecha en que se deberían llevarlas a cabo.

A partir de allí comenzó el trabajo más intenso de coordinación y organización de las jornadas en Bahía Blanca, se comenzaron a tomar decisiones más específicas, observando y considerando cada uno de los detalles.

### **3) Sub-Etapa Organización**

El armado de las jornadas requirió la determinación de quienes serían los que trabajarían en la organización, en la puesta en marcha del evento y durante la realización del mismo. A lo largo del año 2014, se estableció al grupo de organizadores y colaboradores, que estaba formado por la gente del Departamento de Derecho. Como no había cantidad suficiente de colaboradores como para enfrentar la organización de las jornadas, se realizó una convocatoria para reunir voluntarios que se sumaran al

desafío de organizar un evento de tales dimensiones. A partir de allí, teniendo en cuenta la gran cantidad de actividades a realizar, se comenzó a coordinar y a formar grupos destinados a las distintas áreas de trabajo.

Los grupos estaban formados por voluntarios, la gran mayoría alumnos estudiantes de la carrera de Abogacía de la Universidad Nacional del Sur, así como también docentes, egresados, funcionarios judiciales, etc. algunos vinculados con la universidad y otros que simplemente se incorporaron con el fin de colaborar y participar en la organización de las jornadas. Los grupos contaron con un responsable y un coordinador.

También colaboraron estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo de la misma casa de altos estudios y de otras carreras de la Universidad Nacional del Sur los cuales tenían como funciones primordiales las de asistir cualquier requerimiento durante el desarrollo del evento, como también de otras instituciones, como por ejemplo los estudiantes de la carrera de Protocolo y Ceremonial del Instituto Juan José Passo de Bahía Blanca.

Las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” fueron las primeras jornadas comprometidas con la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente, en el que el Departamento de Derecho de la Universidad Nacional del Sur organizó un programa de acciones con el objeto de promover el cuidado del medio ambiente, minimizar el impacto ambiental que implique el evento y fortalecer el desarrollo sustentable del mismo. Se destacó el compromiso en torno a los siguientes ejes:

- Gestión sustentable de residuos. Se fomentó la difusión de las Jornadas y la publicación de ponencias por medios electrónicos para reducir al mínimo el uso de papel, y los integrantes del Proyecto GIRSU (Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos) dependiente de la Universidad Nacional del Sur, procedió a separar los residuos sólidos, colocando cestos identificados adecuadamente para cada clase de residuos. Luego, el material reciclable se donó a microemprendedores recicladores de la ciudad de Bahía Blanca y la región, y se recuperaron botellas de plástico para la fabricación de cestos de basura con ecoladrillos, entre otras actividades.
- Uso de productos amigables con el ambiente. Se utilizaron para las Jornadas productos con certificación de sustentabilidad: papel con sello FSC (Organización Global sin ánimo de lucro, dedicada a promover la gestión

forestal responsable en todo el mundo), vasos de vidrio con botellas recuperadas para las mesas de las conferencias, bolsas ecológicas para los asistentes, agendas ecológicas para los invitados especiales, entre otros.

- Difusión del patrimonio cultural. En el hall principal del Campus Universitario, donde se desarrollaron las Jornadas, se realizó una exposición de arte con artistas locales comprometidos con la inclusión social y la sustentabilidad: el grupo “Los Chopen” (artistas con capacidades diferentes) y Jorge Moyano, quien trabaja con material reciclado en su obra y una temática con fuerte compromiso social. En el acto de apertura y en los eventos sociales organizados, participaron músicos y bailarines locales de diversos géneros.
- Forestación. Se procedió a la forestación del Campus Universitario de la Universidad Nacional del Sur con la plantación de 80 árboles para compensar la huella de carbono, es decir, la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos por efecto directo o indirecto del evento. Fue así que se suscribió un convenio de cooperación con la Fundación Reservas de las Misiones.
- Concientización y sensibilización sobre consumo sustentable y protección de ambiente. Se proyectó el documental “NAVETIERRA: Un nuevo mundo en el fin del mundo” sobre una vivienda sustentable construida a partir de materiales de descarte en la zona más austral de Argentina, cuya presentación estuvo a cargo de sus realizadores: Elena Roger y Mariano Torre.
- Consumo saludable. Se aseguraron el uso del edulcorante natural stevia, así como el expendio de infusiones alternativas al café y de carácter regional, tales como té y mate cocido, agua mineral de bajo contenido en sodio, frutas y comida saludable en los distintos coffee break.
- Inclusión social. Participaron con la provisión de sus productos y servicios el Taller Protegido Panificadora “Nuevo Sol” y el Grupo “Incluser”. Organizaciones sociales propias de Bahía Blanca que trabajan con personas con discapacidades intelectuales.

### **3.1.2. Etapa Dinámica**

---

Una vez planificadas las diferentes actividades a llevar a cabo durante las Jornadas, se procedió a la ejecución de las mismas. En cuanto a la difusión durante el congreso, se

colocaron afiches, se repartieron aproximadamente 3000 folletos con el plano del campus y con la identificación de las correspondientes aulas, teléfonos útiles y las actividades propias de las Jornadas. Se colocaron banners de difusión que se dispusieron en distintos lugares estratégicos y que una vez finalizadas las jornadas fueron enviados a reciclaje a través del programa de gestión de residuos que depende de la Universidad Nacional del Sur.

Las jornadas fueron difundidas previamente y durante su realización por distintos medios distinguidos de la ciudad como la radio, diarios digitales e impresos y televisión. Durante el acto inaugural de las mismas, se convocó una conferencia de prensa con los principales medios locales en la Sala Payro del Teatro Municipal, donde el Dr. Ricardo Lorenzetti, Presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación respondió preguntas referidas a la temática del evento.

### **1) Sub-Etapa Integración**

Los recursos con los que se llevaron adelante el evento fueron:

Los **recursos técnicos**, se contrató personal técnico especializados y recursos audiovisuales de la empresa “Márquez Garabano”, auspiciantes que fueron bonificados por la instalación de sus propios equipos de audios, pantallas gigantes y otros elementos técnicos. También participaron voluntarios no técnicos que formaron parte del trabajo audiovisual en conjunto con el equipo técnico contratado.

Durante los tres días de las Jornadas se incrementó el servicio de internet en el Campus de Palihue, contratando un servicio especial de la empresa Fibertel, que también fue uno de los auspiciantes de las jornadas junto con Cablevisión, para que los participantes pudieran acceder más rápidamente, a la información y redes sociales del evento a través del servicio de WiFi; evitando de ese modo que colapse el servidor habitual de la universidad.

Los **recursos humanos** comprendieron a todas aquellas personas que formaron parte del evento. Tales como los distintos comités, autoridades, servicios, entre otros.

El Presidente de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” fue el Abg. Hugo Acciarri, por ser el representante de la Universidad Nacional del Sur en el Consejo Directivo.

Las funciones del **Comité Científico** fueron asumidas por el Consejo Directivo de las Jornadas Nacionales de Derecho Civil, integrado por representantes de las áreas de Derecho Civil de las distintas universidades nacionales y privadas de la Argentina, que es el que decide la cantidad de comisiones que trabajarán en las Jornadas, así como los temas que se van a discutir y tratar en cada una de ellas. Dicho Consejo entre sus funciones tiene la de decidir la sede en la que se realizaran las reuniones futuras y los temas que se van a desarrollar en cada una de las jornadas (Anexo II).

Cada comisión es autónoma entre sí, tiene sus propias autoridades determinadas por el Consejo Directivo. Los trabajos los presentan diferentes autores, pudiendo ser estudiantes, abogados, profesores, posteriormente se discute sobre los mismos y las autoridades realizan la votación correspondiente. Se finaliza con la redacción de las conclusiones, que luego serán publicadas por el Comité de Informática y Relaciones Públicas.

En las "XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil" se establecieron 14 comisiones con distintos temas según las diferentes ramas y tópicos del derecho civil.

Por otro lado, es usual que cada Comisión Organizadora de cada sede organice mesas redondas, ciclos de conferencias y/o conferencias magistrales sobre distintos temas. En este caso particular eligieron que todos esos temas se basen en el nuevo Código Civil y Comercial, por ser el primer evento académico en tratarlo luego de su puesta en vigencia desde agosto 2015.

Uno de los comités que contó con una gran cantidad de voluntarios fue el **Comité de Bienvenida o de Recepción**, que se encargó de brindar atención a los 150 invitados especiales. Uno de los objetivos principales que se planteó este comité fue brindarles confortabilidad durante su estadía en la ciudad Bahía Blanca. El equipo estuvo constituido por 50 personas que se dividieron en 5 subequipos conformados por 10 voluntarios, dirigidos cada uno de ellos por un coordinador.

Se le designaron a cada voluntario la asistencia y el acompañamiento de dos a cuatro invitados, lo que significaba recibirlos en el aeropuerto y trasladarlos al hotel en el momento de llegada y de partida de la ciudad, o recibirlos en el hotel, brindarle todo el material y el cronograma de actividades que se realizarían en las jornadas y fuera de ellas como fiestas, actividades para realizar en la ciudad, etc. Desde antes de arribar a la ciudad los voluntarios se contactaban por mail o por teléfono para presentarse,

coordinar y para ponerse a disposición del invitado, y a partir de allí ya se mantenían en contacto por cualquier cuestión que surgiera.

En el aeropuerto se encontraba un encargado de chequear la llegada de todos los invitados especiales y de confirmar la presencia de los voluntarios designados para cada uno de los invitados. Se contó con aproximadamente 40 voluntarios distribuidos en distintos horarios, que poseían un auto particular para realizar el traslado de los invitados del aeropuerto al hotel. En otros casos se contrató un servicio de remis para el mismo tipo de servicio.

Se consideró apropiado realizarlo de esa manera para reducir los costos de traslados de la totalidad de los invitados especiales. Y por otro lado, para poder brindar atención más personalizada a través de personas que también iban a participar de las jornadas y que contaban con información relacionada al evento permitiendo así, contestar inquietudes o cualquier tipo de duda.

Otro de los grupos de trabajo que contó con gran cantidad de colaboradores fue el **Comité de Acreditaciones** en donde alrededor de 30 personas trabajaron en la preparación del material que se le entregaba a cada uno de los asistentes en el momento que se acreditaran. Se encargaron de recibir y organizar las inscripciones previas y los pagos de las mismas, entre otros aspectos (Anexo III). El día 30 de septiembre del 2015, es decir, un día antes al comienzo de las Jornadas, había inscriptos 1300 personas, y el primer día del evento ese número se duplicó.

Dos decisiones relevantes tomaron sobre ese tema: por un lado, las acreditaciones no tuvieron un horario fijo, sino que se hicieron en cualquier momento durante los tres días que duraron las jornadas, para tratar de evitar el “cuello de botella” del inicio; y por otro lado, en el mismo momento de la acreditación se entregaron los certificados de asistencia, por si hubiese algún error en el mismo poder resolverlo con tiempo y así completar rápido y ágilmente ese trámite.

El **Comité de Exposiciones** documentó todas las disertaciones y participaciones, porque podrían ser utilizadas en decisiones judiciales y en doctrinas de los autores que hablan sobre éstos temas, etc. En este sentido, a través de la página web oficial de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” todas las ponencias que se presentaron en el desarrollo del evento. Las mismas se encuentran categorizadas en 14 ítems, de acuerdo a las temáticas de cada una de ellas. Entre los mismos, se destacaron:

Contratos, Obligaciones, Derechos de daños, Familia, Sucesiones, Derecho Internacional Privado, Derecho del Consumidor y Derecho Romano.

El **Comité de Información y Relaciones Públicas**, que cumplía la función de asesoramiento en ceremonial y protocolo, estaba formado por 10 estudiantes voluntarios del instituto Juan José Passo, preparados para este tipo de actividades. Se ocuparon de organizar el funcionamiento de las comisiones en las conferencias, estuvieron a cargo el acto de apertura y el de cierre, las muestras de presentación de libros, preparación de los escenarios, etc. (Figura 4). Dentro de estas actividades, tuvieron a cargo el cierre de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” realizando una cena de clausura el día viernes por la noche en las instalaciones del Club Argentino, en la que participaron los invitados especiales y asistentes en general, con un valor de la tarjeta de \$500. Luego de la misma, se realizó una fiesta en una importante discoteca de la ciudad.

Figura 4

#### Acto de Apertura de las “JNDC” en el Teatro Municipal



Fuente: Jornadas Nacionales de Derecho Civil, 2015.

El **Comité de Finanzas** estuvo integrado por miembros seleccionados de Departamento de Derecho de la UNS, que se encargaron de buscar recursos económicos y su administración.

Uno de los auspiciantes más importantes fue Pepsico. El cual instaló dos carpas en el exterior de uno de los edificios del Campus Universitario. Una de ellas, fue exclusiva para los invitados especiales, y la otra correspondía al público asistente en general, en donde se ubicaron stands de comidas y bebidas de los diferentes auspiciantes.

Otro sponsor importante fue Bahía Transporte SAPEM, el cual colaboró con varios colectivos que realizaban el recorrido Teatro Municipal-Campus Universitario de Palihue, con una frecuencia de media hora.

Se destacaron varios auspiciantes tales como Aerolíneas Argentinas, Austria Tour, Grupo Gastronómico Don Bartolomeo, Hotel Land Plaza, la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Bares, Confiterías y Afines de Bahía Blanca y Región de Sudoeste, el Gobierno de la ciudad, la Bolsa de comercio de Bahía Blanca, Hotel Austral, Municipal de Monte Hermoso, entre otros (Anexo V).

En lo que respecta a seguridad y limpieza, debido a la magnitud del evento, se reforzó durante esos días el personal que trabaja habitualmente en las instalaciones del Campus Universitario de la Universidad Nacional del Sur.

Otro de los comités integrantes de la organización del evento fue el **Comité de Comercialización y Comunicación**. Este se encargaba del manejo y actualización de la página web oficial de las jornadas ([www.jndcbahiablanca2015.com](http://www.jndcbahiablanca2015.com)) y de las redes sociales con las que contaba el evento, tales como Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube y el e-mail de contacto.

## **2) Sub-Etapa Dirección**

Se verificó que todo lo planificado se hizo en la forma prevista, hubo un control permanente sobre las acciones planeadas y no existieron conflictos o circunstancias que no pudieran resolverse durante la realización de las Jornadas.

## **3) Sub-Etapa Evaluación**

Desde el Departamento de Derecho de la UNS no se aplicó ninguna herramienta de evaluación de las Jornadas, desde el punto de vista de los participantes. De ese modo, queda esta instancia incompleta y sin registro de opinión de los asistentes al evento.

Por otro lado, desde el Departamento de Derecho, se estimó y se planeó que las jornadas fueran reconocidas y recordadas, ya que fue el primer evento académico de relevancia después de la puesta en vigencia del nuevo Código Civil y Comercial del país.

Aun cuando, desde el Departamento de Derecho expresaron que no habrá desafío más difícil y complejo como el que fue la organización de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”, en cuanto a coordinación, organización y convocatoria, estuvieron muy conformes con la realización del evento, y sintieron que la gente se fue muy complacida

con la manera en la que se desarrollaron las mismas. Lo que más valoraron fue el gran equipo de trabajo que formaron, con más de 250 personas, que colaboraron en la organización y en la realización de este proyecto. Esto conlleva a un gran capital humano con el que podrían seguir en contacto y trabajando. Otro de los logros fue el haber convocado una gran cantidad de asistentes, permitiendo que personas de distintos lugares del país y de otros países conocieran la Universidad, el Departamento de Derecho y el trabajo que llevan a cabo, metas a las cuales aspiraron y de los logros más valiosos que obtuvieron.

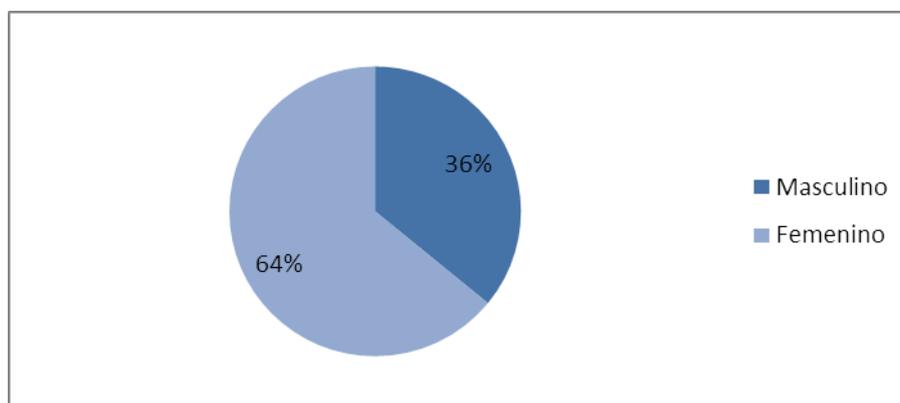
### 3.2. Análisis de demanda de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”

Para caracterizar al perfil de la demanda de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”, se llevó a cabo el análisis de diversos aspectos, tal como se desarrolla a continuación.

La respuesta referida al sexo de las personas encuestadas mostró que el 64.1% correspondió al sexo femenino y el 35.9% al masculino. Tal como se observa en la Figura 5.

Figura 5

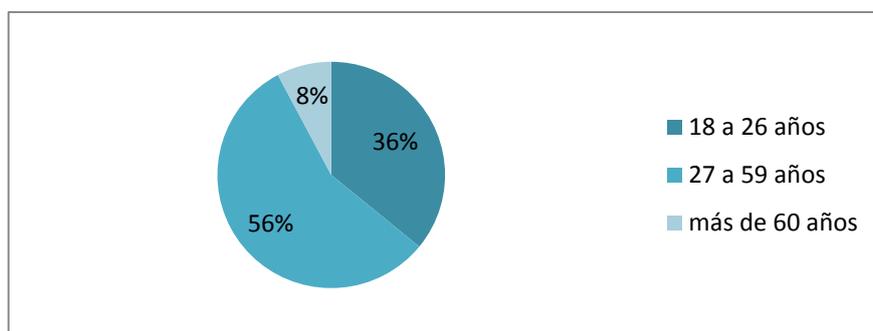
#### Sexo



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Como se muestra en la Figura 6, respecto al rango etario de las personas que asistieron al congreso, el 56.3% de los encuestados correspondió a adultos (entre 27 y 59 años), el 35.9% correspondió a jóvenes (entre 18 y 26 años), y el 7.8% a adultos mayores o personas mayores de 60 años.

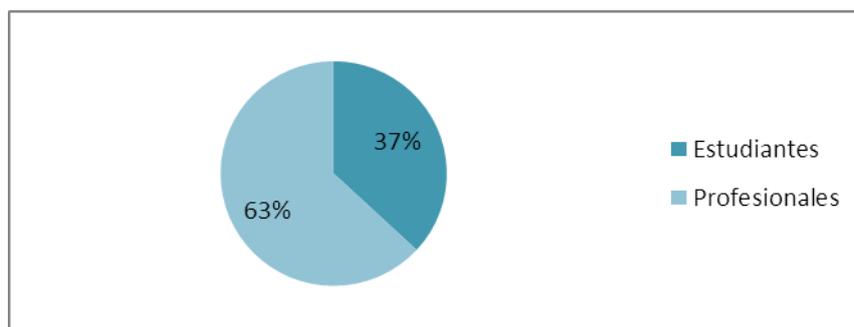
Figura 6

**Rango etario**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

En cuanto a la ocupación, el 63,1% correspondió a profesionales y el 36,9% correspondió a estudiantes, como se expone en la Figura 7.

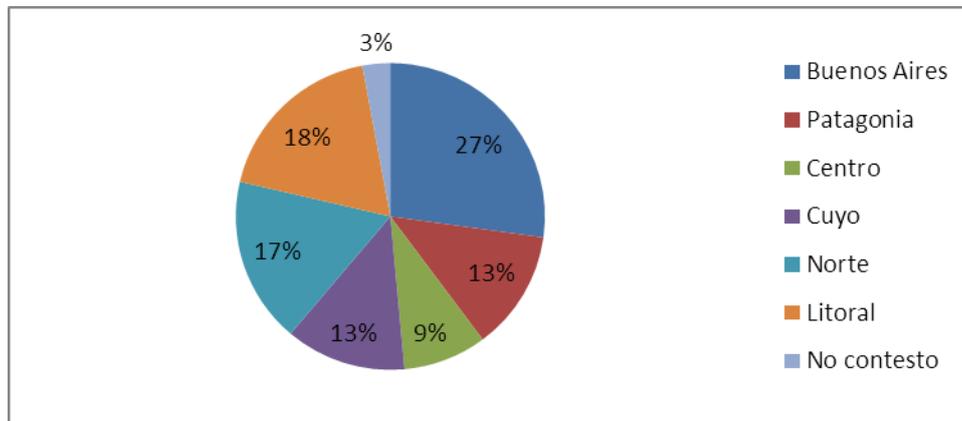
Figura 7

**Ocupación**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Al analizar el lugar de procedencia de los asistentes al congreso, se apreció que el 3% no contestó, mientras que el 97% provenían de las diferentes regiones del país, estipuladas por el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. La mayoría (27%) de los asistentes provenían de la Región Buenos Aires (CABA y Provincia de Buenos Aires), seguido por la Región del Litoral (Entre Ríos, Corrientes, Santa Fe, Chaco, Formosa y Misiones) con un 18% y la Región Norte (Catamarca, Jujuy, Salta, Tucumán y Santiago del Estero) con un 17%. Luego, por debajo de estas tres regiones se ubicaron las regiones de Cuyo (Mendoza, San Juan, San Luis y La Rioja) y Patagonia (La Pampa, Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego) con un 13%, y por último la Región Centro (Córdoba) con un 9%, tal como se indica en la Figura 8.

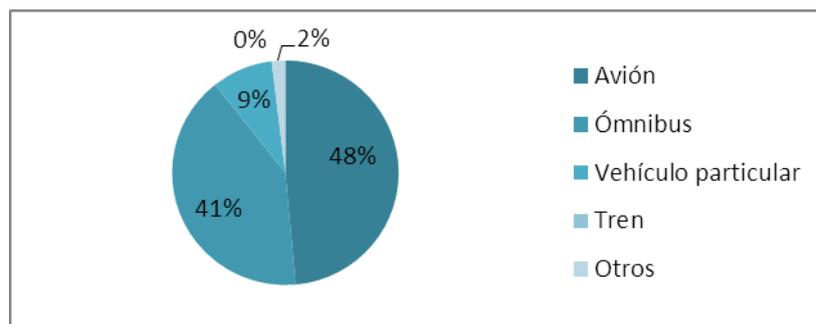
Figura 8

**Procedencias**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Como se representa en la Figura 9, con respecto a los medios de transporte más utilizados para arribar a la ciudad de Bahía Blanca, el 48,5% de los encuestados correspondió al avión. En el segundo lugar, se ubicaron con el 40.8% de las respuestas quienes se trasladaron en ómnibus, seguidos por la elección de trasladarse en vehículo particular por el 8.7% de los encuestados, y el 1.9% correspondientes a otros medios de transporte.

Figura 9

**Medios de Transporte**

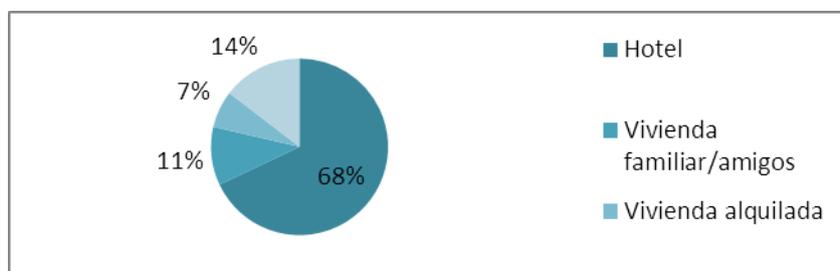
Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Entre los turistas que arribaron a la ciudad, el tipo de alojamiento más elegido fue hotel entre 1 y 3 estrellas (68%). En segundo lugar, se ubicaron las respuestas de quienes se hospedaron en aparts y hostels (14.6%). La tercera opción elegida, correspondió a las respuestas de quienes se hospedaron en viviendas de familiares o amigos (10.7%). Por

debajo se ubicaron quienes se alojaron en viviendas alquiladas, representando un 6.8% del total de encuestados, tal como se observa en la Figura 10.

Figura 10

### Tipo de Alojamiento

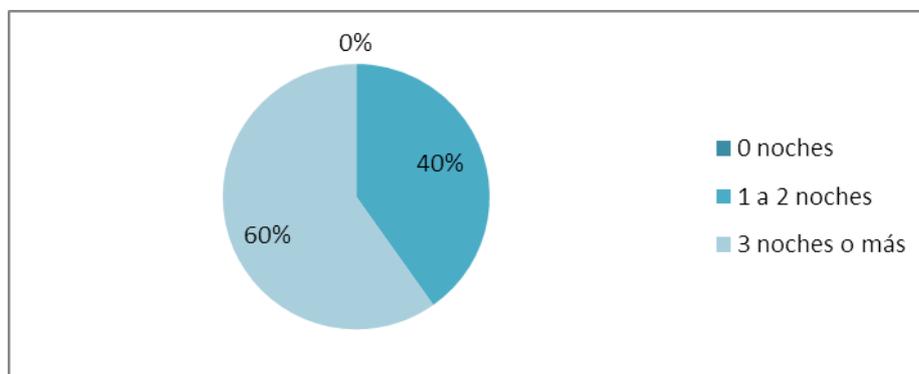


Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Como se expone en la Figura 11, entre los turistas asistentes al congreso, el 59.2% permaneció por un período de más de dos noches en Bahía Blanca, mientras que el 40.8% se quedó por una a dos noches.

Figura 11

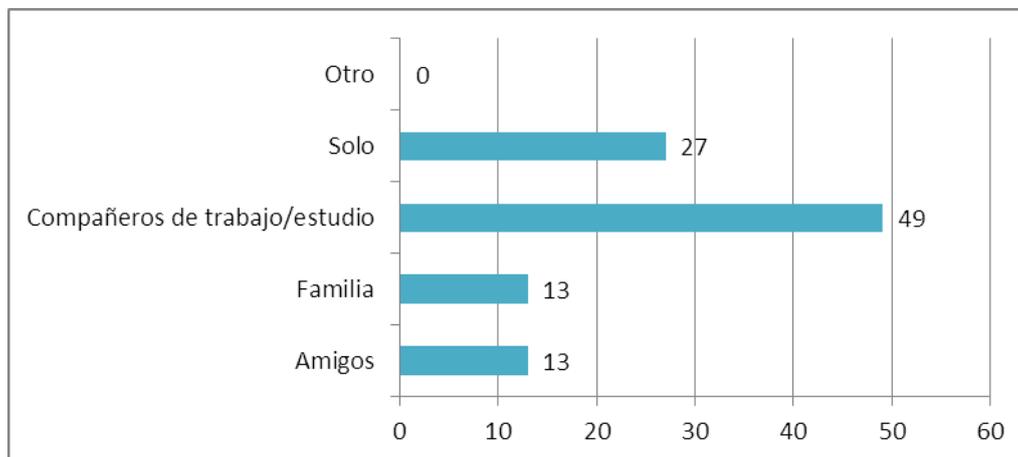
### Estadía



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Entre el total de los encuestados, el 47.6% asistió con compañeros de trabajo/estudio, el 26.2% respondió que viajó sin acompañante, el 13.6% respondió que viajó acompañado de algún familiar y el 12.6% restante respondió que asistió con amigos, tal como se detalla en la Figura 12.

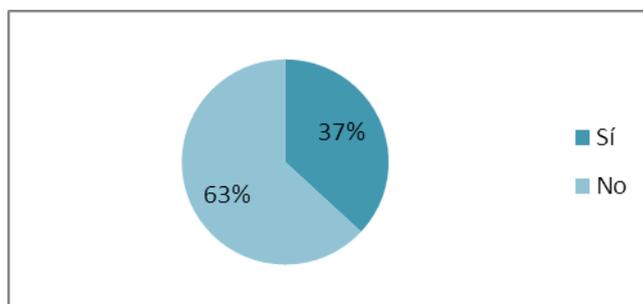
Figura 12

**Acompañantes**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Con respecto a la visita de algún lugar y/o atractivo turístico de la ciudad y la región, el 63.1% del total de los encuestados respondió que no, mientras que el 36.9% restante respondió que sí, como se muestra en la Figura 13.

Figura 13

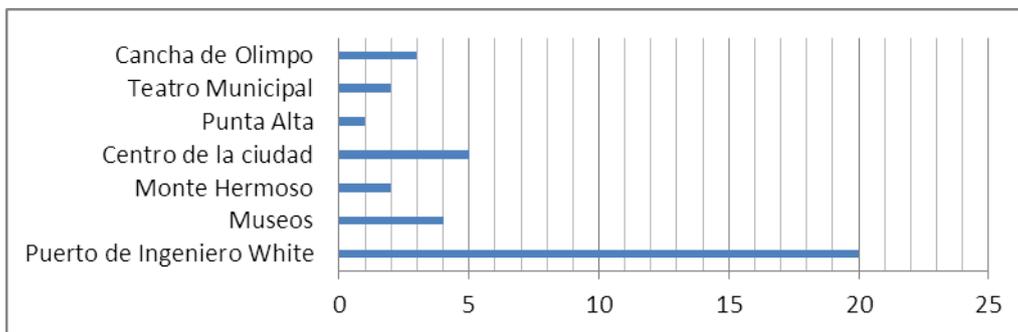
**Visitas a lugares y/o atractivos turísticos de la ciudad y la región**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Dentro del 37% de los encuestados que respondieron que sí visitaron algún lugar y/o atractivo turístico de la ciudad y la región, el de mayor visita fue el Puerto de Ingeniero White, seguido el centro de la ciudad, como se observa en la Figura 14.

Figura 14

**Lugares y atractivos turísticos**

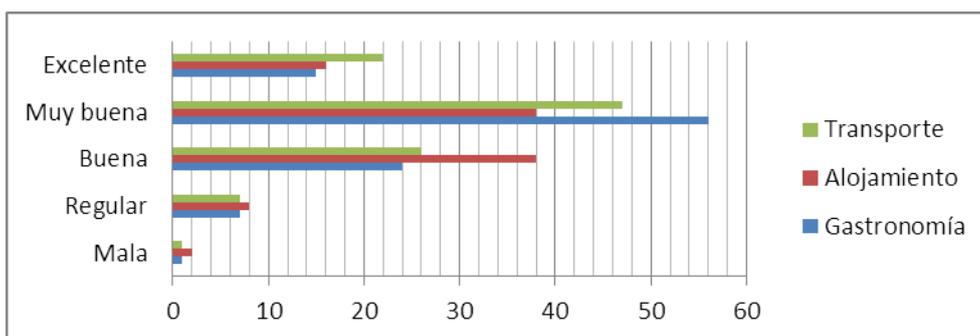


Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

La evaluación sobre los servicios turísticos, en general fue positiva. Si se observa en particular cada categoría, la mejor calificación correspondió al transporte público de la ciudad, el 67% se encontró entre “Excelente” y “Muy Buena”. Con respecto al alojamiento de la ciudad, el 74,6% se encuentra entre “Muy Buena” y “Buena”. Finalmente, la gastronomía también recibió calificaciones positivas, con el 69% entre “Excelente” y “Muy buena”, y un 23,3% “Buena”. Como se detalla en la Figura 15.

Figura 15

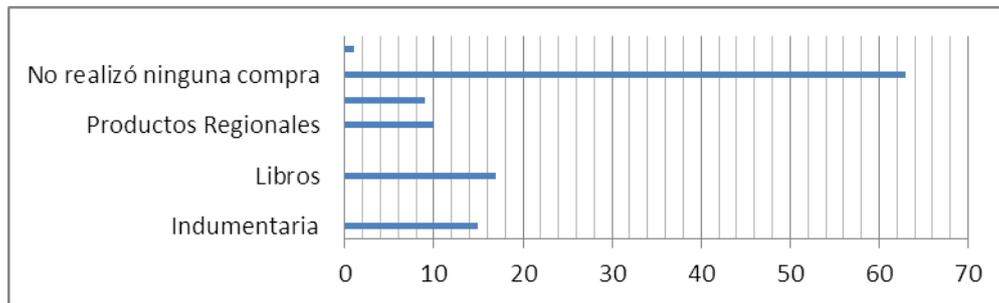
**Calificación de los servicios turísticos de la ciudad de Bahía Blanca**



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Como se indica en la Figura 16, la opción de compra más reiterada fue los libros, implicando el 16,5% de las respuestas, le sigue la indumentaria con un 14,6% y los productos regionales con un 9,7%. Por debajo se encontró el rubro souvenirs (8,7%) y otros productos (1%). Más de la mitad de los asistentes respondieron que no realizaron ninguna compra (61,2%).

Figura 16

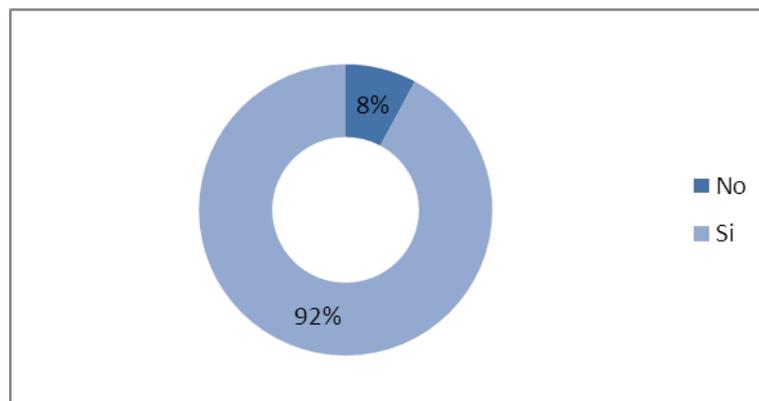
**Compras realizadas en la ciudad**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Analizando el gasto promedio total por la estadía (más de 2 noches) realizado según los turistas asistentes a las Jornadas Nacionales de Derecho Civil, se observó que en el caso de los estudiantes el gasto promedio durante su estadía fue de \$2.455, mientras que en el caso de los profesionales el gasto promedio durante su estadía fue de \$3.547.

Con respecto a la consulta a los turistas acerca de su deseo de retornar a la localidad de Bahía Blanca, la respuesta fue contundente dado que el 92,2% de los encuestados expresaron que volverían a la ciudad y sólo el 7,8% contestaron que no volverían, tal como se representa en la Figura 17.

Figura 17

**Voluntad de retorno**

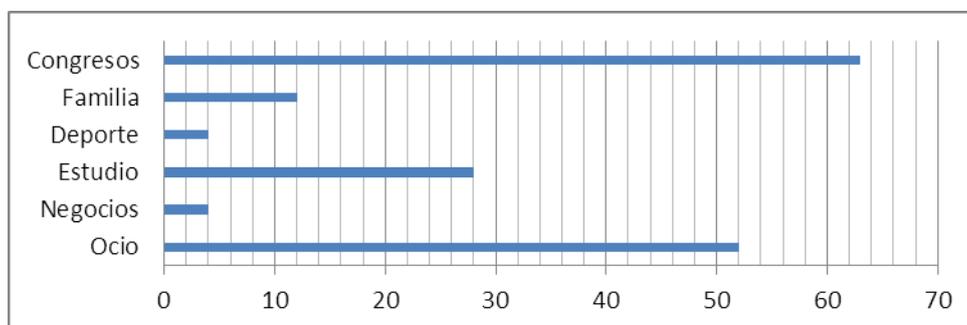
Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

A la hora de expresar la/s razón/es por la/s que volverían a la ciudad de Bahía Blanca, se ubicó en primer lugar a los congresos, elegida por el 66,3% de los encuestados. En segundo lugar, se encontró que la razón por la que volverían a la ciudad sería por ocio con el 54,71%, seguido de estudio con el 29,5% y de visita de familia y amigos con el

12,6%. Negocios y deporte fueron los motivos menos elegidos con un 4,2% respectivamente, tal como se representa en la Figura 18.

Figura 18

### Motivos por los que volverían a la ciudad



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

### 3.3. Perfil de demanda de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”

A continuación, a modo de síntesis se presentan los aspectos más relevantes que caracterizan el perfil de demanda de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” realizadas en la ciudad de Bahía Blanca:

- La mayoría de los asistentes corresponde al sexo femenino entre el rango de edad de 27 a 59 años (adultos), son profesionales, en este caso en abogacía.
- Los asistentes provienen en su mayoría de la provincia de Buenos Aires y CABA.
- El medio de transporte más utilizado para arribar a la ciudad es el avión, el tipo de alojamiento más elegido es el hotel entre 1 y 3 estrellas y la mayoría, permanece por un período de más de dos noches en Bahía Blanca.
- La mayoría de los asistentes viene con algún acompañante, como compañeros de trabajo o estudio, familiares y amigos.
- En la calificación de los servicios turísticos de la ciudad, predominan las opciones “Excelente” y “Muy Buena”.
- Más de la mitad de los asistentes a congresos no realiza compras ni visita lugares y/o atractivos turísticos de la región y de Bahía Blanca.

- Casi la totalidad de los asistentes expresan el deseo de retorno a la localidad de Bahía Blanca y la mayoría expresa que la razón por la que volverían sería por la participación a algún evento de capacitación.

En líneas generales, los aspectos analizados concuerdan con el perfil del turista de reuniones realizado por la Municipalidad de Bahía Blanca, expresados en el apartado 2.3.

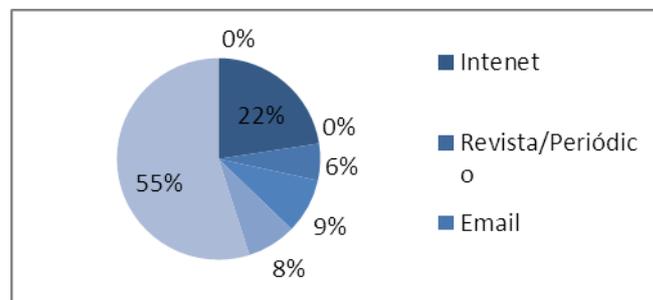
### 3.4. Análisis de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”

Para evaluar el grado de cumplimiento de las expectativas de los asistentes y de los organizadores de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”, se llevó a cabo el análisis de diversos aspectos, tal como se desarrolla a continuación.

El medio de comunicación a través del cual la mayor cantidad de los turistas asistentes tomaron conocimiento de la realización de las Jornadas fue a través de la propia Universidad Nacional del Sur (55%), seguido por Internet (22%), amigos/conocidos (9%), en su trabajo (8%) y por último a través del email (6%) como se muestra en la Figura 19.

Figura 19

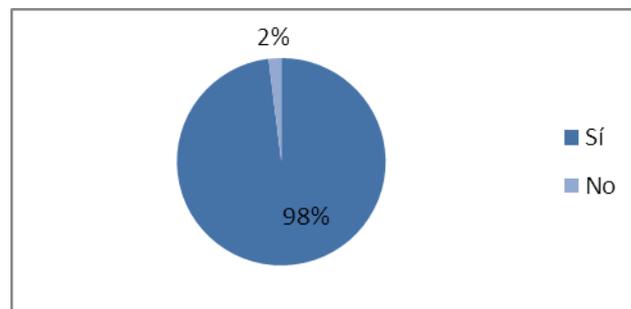
#### Medio de comunicación



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Con respecto a si era la primera vez que participaban de un congreso en Bahía Blanca el 98% de los asistentes encuestados contestaron afirmativamente, mientras que el 2% contestó que no, como muestra la Figura 20.

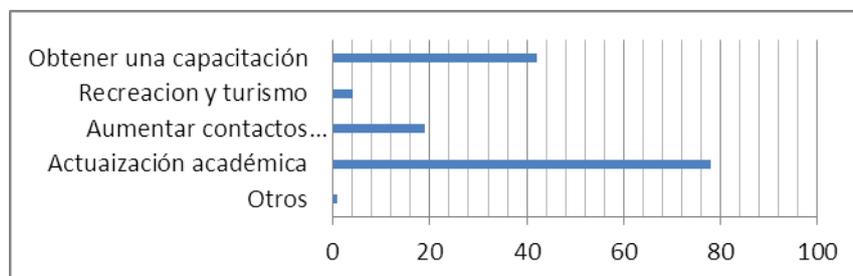
Figura 20

**Participación de un congreso en Bahía Blanca**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Como se muestra en la Figura 21, el 76,5% de los encuestados respondió que el motivo por el cual asistieron a las Jornadas fue por actualización académica, el 41,2% respondió que la motivación fue la capacitación, el 18,6% para aumentar contactos profesionales y/o sociales y el 3,9% de los encuestados respondió por recreación y turismo.

Figura 21

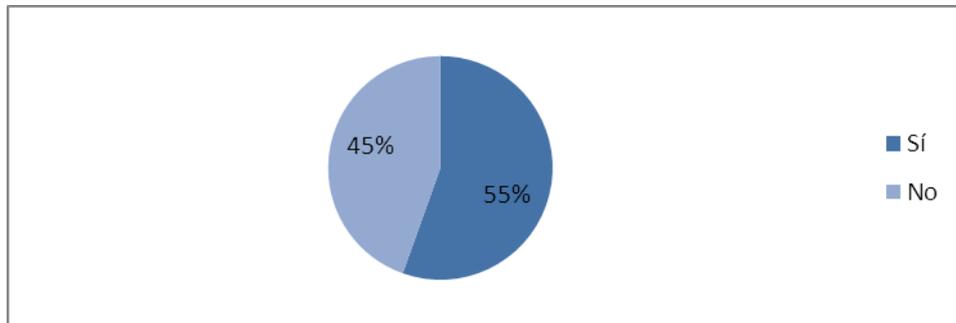
**Motivación para asistir a las Jornadas**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Ante la pregunta si los asistentes tenían conocimiento de las acciones implementadas en las Jornadas para promover el cuidado del medio ambiente, el 55% de los encuestados respondió que sí mientras que el 45% respondió que no, tal como se expone en la Figura 22.

Figura 22

### Conocimiento de las acciones implementadas para promover el cuidado del medio ambiente

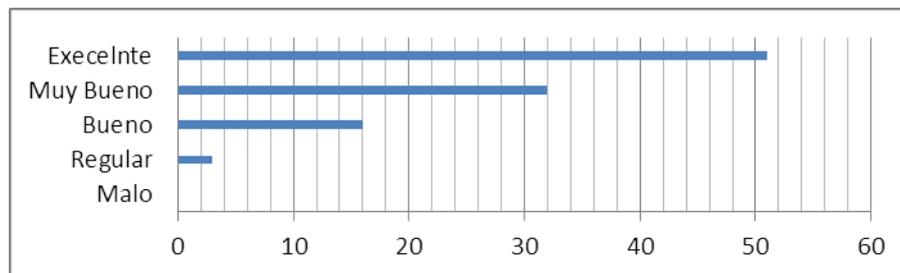


Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

También se evaluaron diferentes aspectos de las Jornadas, los cuales serán representados a continuación. Uno de ellos fue la facilidad de inscripción en donde el 50% lo calificó como “Excelente”, el 31,4% como “Muy bueno”, el 15,7% como “Bueno” y solamente el 2,9% lo calificó como “Regular”, como se indica en la Figura 23.

Figura 23

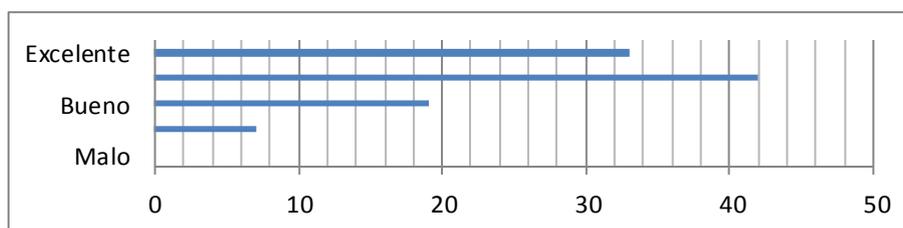
### Facilidad de inscripción



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Por otro lado, con respecto a la programación de las Jornadas, tal como se expone en la Figura 24, el 42,2% de los encuestados la calificó como “Muy bueno”, el 32,4% como “Excelente”, el 18,6% como “Bueno” y el 6,9% como “Regular”.

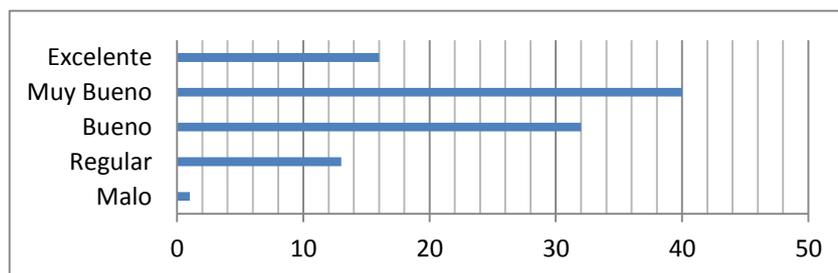
Figura 24

**Programación de las Jornadas**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

En la Figura 25 se representa la distribución de las comisiones de trabajo, donde el 39,2% de los encuestados calificó a la misma como “Muy buena”, seguido del 31,4% que lo calificaron como “Buena”, el 15,7% como “Excelente”, el 12,7% como “Regular” y solo el 1% la calificó como “Mala”.

Figura 25

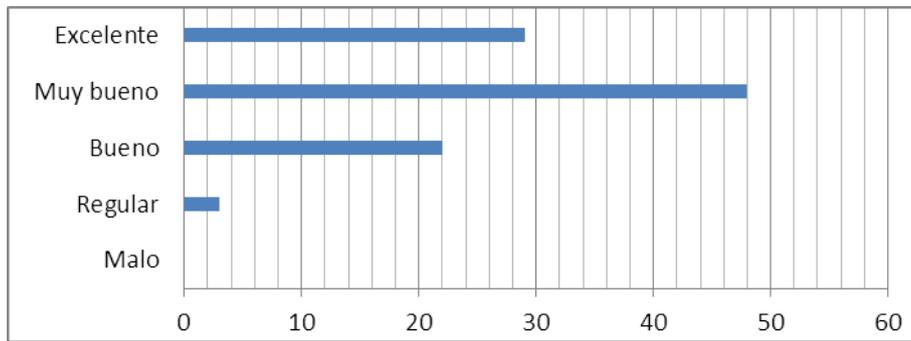
**Distribución de las comisiones**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Se puso a consideración de los asistentes la calificación de los ponentes/disertantes. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 47,1% de los asistentes encuestados calificó a los ponentes/disertantes como “Muy bueno”, el 28,4% como “Excelente” y el 21,6% como “Bueno”, mientras que el 2,9% lo calificó como “Regular”, como se observa en la Figura 26.

Figura 26

**Ponentes/Disertantes**

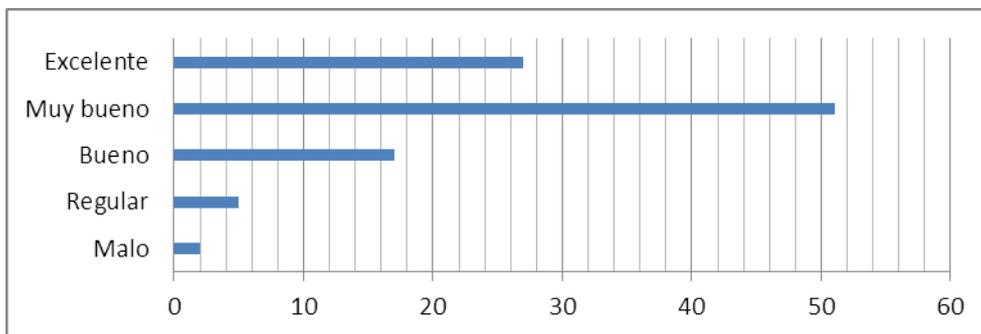


Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Si se observa la Figura 27, el 50% de los encuestados calificó a los temas abordados como “Muy bueno”, el 26,5% como “Excelente”, el 16,7% como “Bueno” y el 4,9% como “Regular. Solo el 2% calificó a los temas abordados como “Malo”.

Figura 27

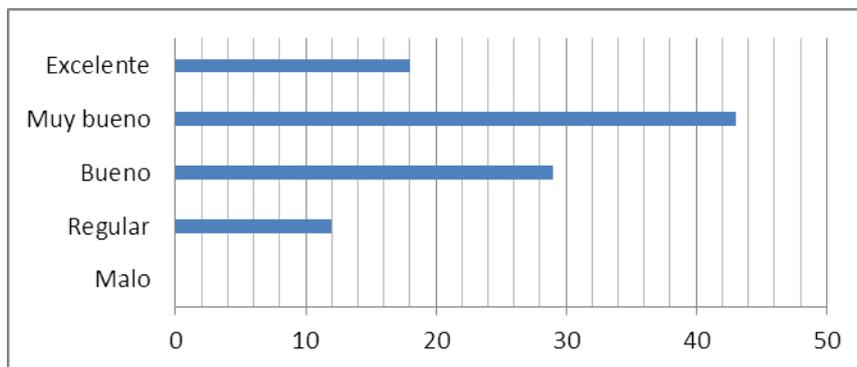
**Temas abordados**



Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Analizando la puntualidad, se observa en la Figura 28 que el 42,2% de los encuestados la calificó como “Muy buena”, el 28,4% como “Buena”, el 17,6% como “Excelente” y el 11,8% restante la calificó como “Regular”.

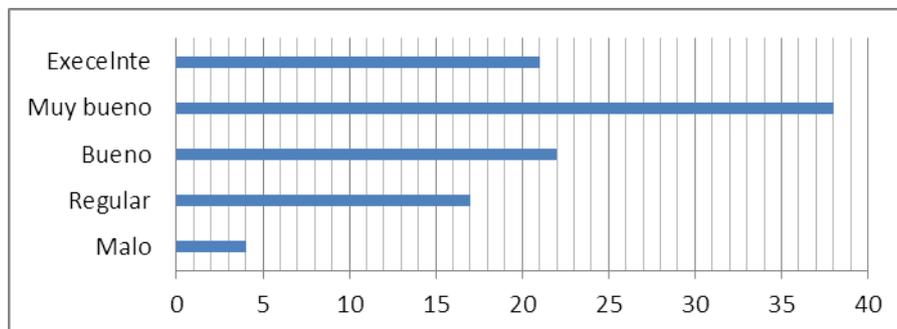
Figura 28

**Puntualidad**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

A la hora de calificar la calidad y la comodidad de las instalaciones, primero se ubicó el “Muy bueno” con un 37,3%, seguido por “Bueno” con el 21,6%, “Excelente” con el 20,6%, con el 16,7% “Regular” y por último con el 3,9% “Malo”, tal como se detalla en la Figura 29.

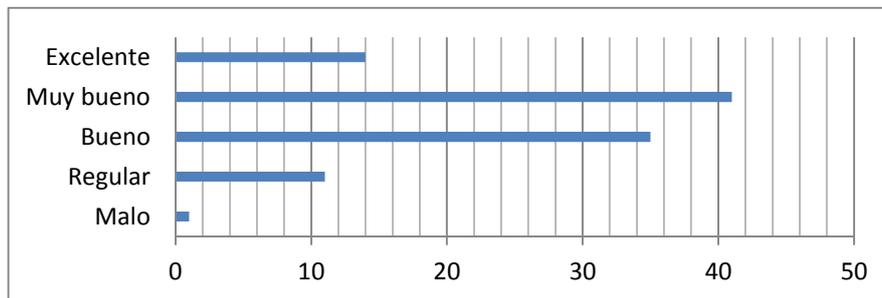
Figura 29

**Calidad y comodidad de las instalaciones**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

En cuanto a las oportunidades de networking y Wifi, en la Figura 30 se observa que el 40,2% de los encuestados calificó este aspecto como “Muy bueno”, el 34,3% lo calificó como “Bueno”, el 13,7% como “Excelente” y el 10,8% como “Regular”. Solamente el 1% de los encuestados lo calificó como “Malo”.

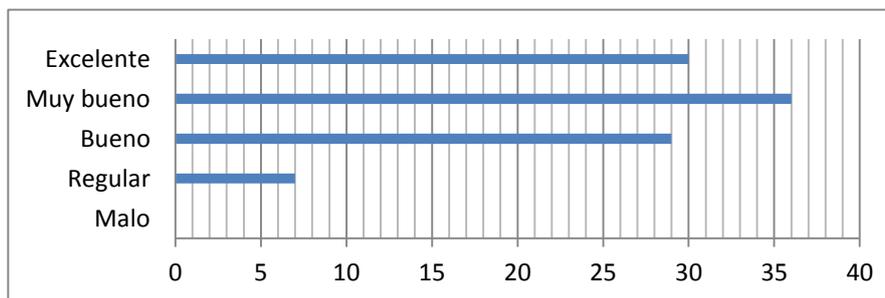
Figura 30

**Oportunidades de networking – WFI**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Con respecto al sonido, la imagen y la iluminación de las salas, el 35,3% de los encuestados los calificó como “Muy bueno”, el 29,4% como “Excelente”, el 28,4% como “Bueno” y el 6,9% como “Regular”, tal como se indica en la Figura 31.

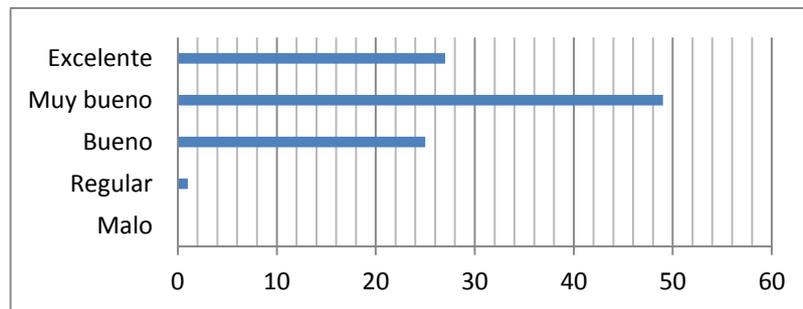
Figura 31

**Sonido, imagen e iluminación de las salas**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

En el caso de la limpieza e higiene del lugar, tal como se expone en la Figura 32, la mayoría lo calificó como “Muy bueno” (48%), seguido por “Excelente” (26,5%) y “Bueno” (24,5%). Por último con un 1% como “Regular”.

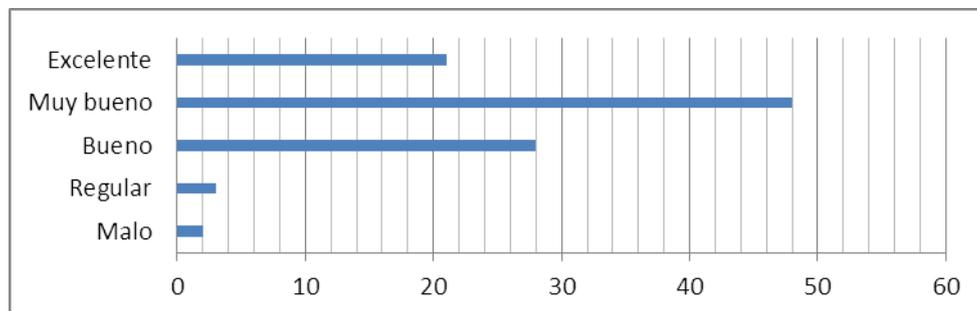
Figura 32

**Limpieza e higiene**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

La calefacción/refrigeración de las instalaciones, como observa en la Figura 33, fueron calificadas en su mayoría como “Muy bueno” (47,1%), seguido por “Bueno” (27,5%) y “Excelente” (20,6%), y con muy poco porcentaje como “Regular” (2,9%) y como “Malo” (2%).

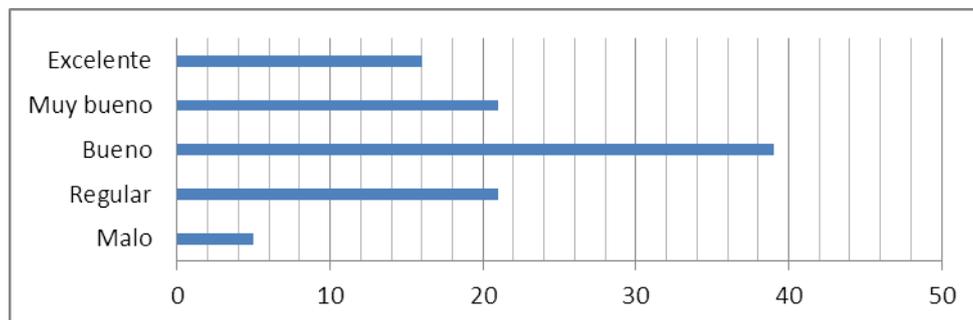
Figura 33

**Temperatura en las instalaciones**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Analizando el coffee break de las Jornadas, el 38,2% de los encuestados calificó al servicio como “Bueno”, mientras que “Muy bueno” y “Regular” fueron calificados con el 20,6% cada uno. El 15,7% correspondió a la calificación “Excelente” y solo el 4,9% correspondió a “Malo”, tal como se representa en la Figura 34.

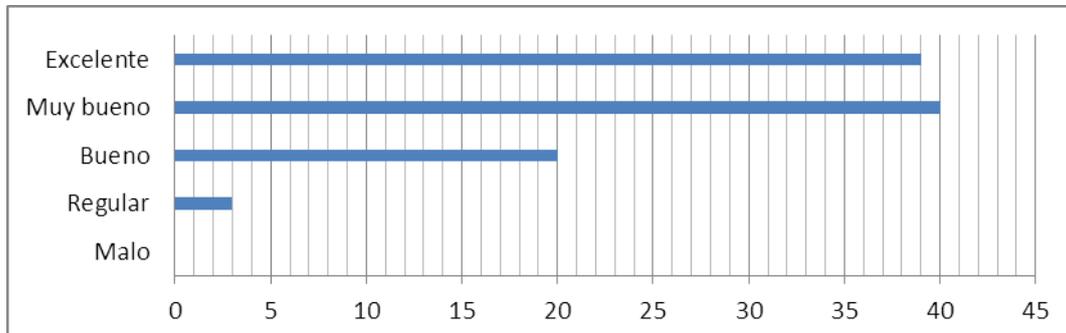
Figura 34

**Comidas y bebidas (Coffee break)**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Durante el transcurso de las Jornadas se contó con colaboradores dispuestos a solventar dudas de los asistentes. Como se observa en la Figura 35, dicha labor fue considerada como “Muy buena” por el 39,2% de los asistentes encuestados y por el 38,2% como “Excelente”. El 19,6% la calificó como “Buena” y el 2,9% como “Regular”.

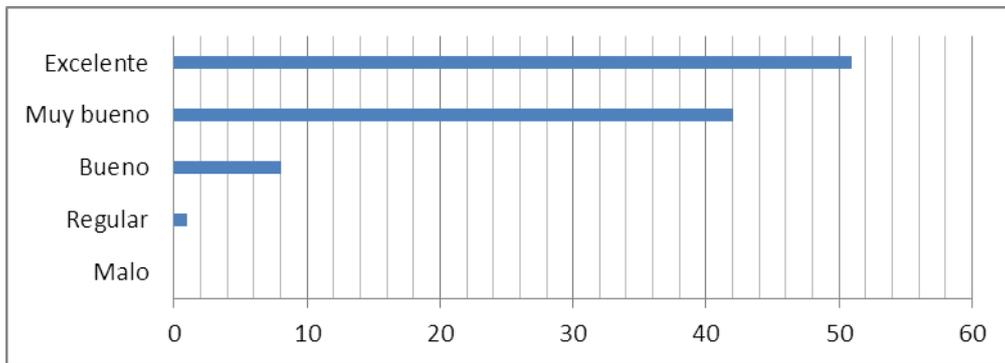
Figura 35

**Colaboradores dispuestos a solventar dudas**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

En cuanto a el estado de mantenimiento del transporte brindado por la Universidad Nacional del Sur, el 50% la calificó como “Excelente”, el 41,2% como “Muy bueno”, el 7,8% como “Bueno” y solo el 1% como “Regular”, tal como se muestra en la Figura 36.

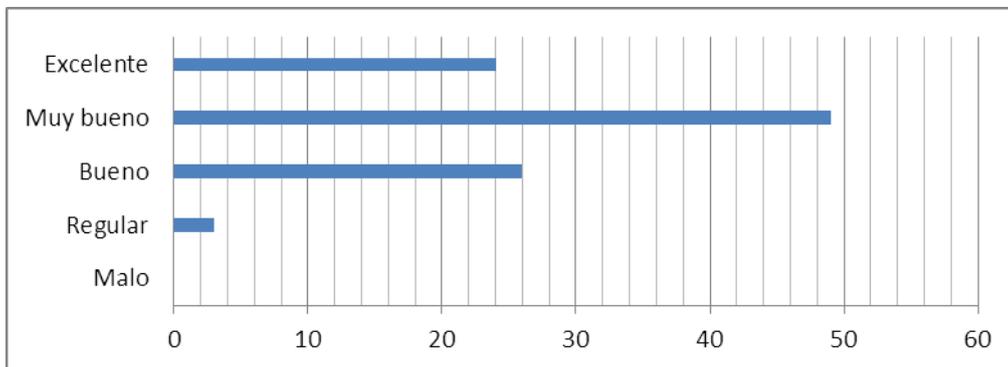
Figura 36

**Estado de mantenimiento del transporte UNS**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Como se observa en la Figura 37, el 48% calificó a las acciones con el objetivo de promover el cuidado del medio ambiente llevadas a cabo por las Jornadas como “Muy bueno”, el 25,5% como “Bueno”, el 23,5% como “Excelente” y el 2,9% como “Regular”.

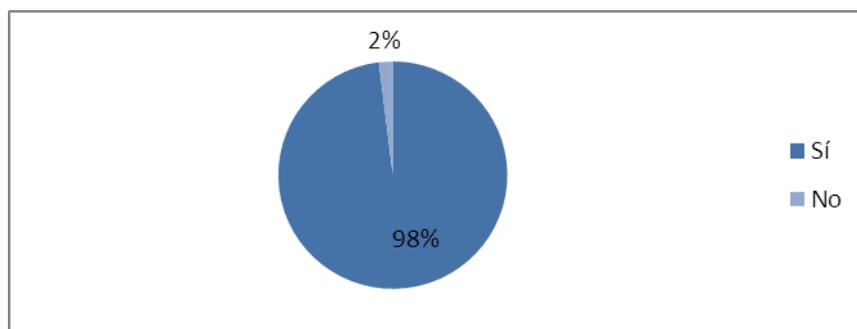
Figura 37

**Acciones con el objetivo de promover el cuidado del medio ambiente**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

El 98% de los asistentes encuestados afirmó que se cumplieron sus expectativas, mientras que solo el 2% respondió que no, tal como se representa en la Figura 38.

Figura 38

**Cumplimiento de expectativas**

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

### 3.5. Evaluación de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”

A modo de síntesis, se presentan los aspectos más relevantes sobre la evaluación por parte de los asistentes de las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” realizadas en octubre del 2015 en la ciudad de Bahía Blanca en la UNS. Cabe aclarar que dichos resultados se obtuvieron a través de la aplicación de encuestas realizadas como parte metodológica importante para el desarrollo de la presente investigación, considerando la no aplicación de elementos de evaluación por parte del ente organizador.

- El medio de comunicación por el cual la mayoría de los asistentes tomaron conocimiento de la realización de las Jornadas fue a través de la propia Universidad Nacional del Sur.
- Los principales motivos por el cual los asistentes asistieron a las Jornadas fue por actualización académica, seguido por una capacitación.
- Casi el 100% de los asistentes era su primera vez en participar de un congreso en Bahía Blanca.
- En cuanto a las medidas de conservación del medio ambiente implementadas en las Jornadas, la mitad de los asistentes tenían conocimientos sobre las mismas, y la calificaron como “Muy bueno”.
- Al momento de calificar los diferentes aspectos de las Jornadas, se destacó que los resultados obtenidos fueron positivos ya que la mayoría se valoraron como “Excelente” y como “Muy bueno”.

- La mayoría de los asistentes calificaron como “Excelente” a la facilidad y comodidad de inscripción.
- Los aspectos vinculados a la organización del programa de las Jornadas, tales como la programación de las mismas, la distribución de las comisiones y ponencias, los diversos disertantes/ponentes, los temas abordados por los mismos y la puntualidad, fueron calificados, en su mayoría, como “Muy Bueno”.
- En cuanto a los aspectos referidos al Campus Universitario de Palihue, como la calidad y comodidad de las instalaciones, la oportunidad de networking y WiFi, la limpieza e higiene del lugar, la temperatura en las instalaciones, es decir, la calefacción, también fueron calificadas en su mayoría como ”Muy bueno”.
- El sonido, la imagen y la iluminación fueron calificadas en general como “Excelente” y “Muy bueno”.
- Con respecto al coffee break, la mitad de los asistentes lo calificaron como “Bueno”.
- Los colaboradores dispuestos a solventar dudas durante el transcurso del evento, fueron calificados en general como “Excelente” y “Muy bueno”.
- El estado de mantenimiento del transporte UNS fue calificado en casi la totalidad de los asistentes como “Excelente”.
- Con respecto al cumplimiento de las expectativas de los asistentes, prácticamente la totalidad indicó que se cumplieron.

## **CAPITULO IV: RESULTADOS**

### **4.1. Matriz FODA**

Es necesario determinar las variables externas o internas que afectan de manera directa e indirecta al Turismo de Reuniones en la ciudad de Bahía Blanca. A continuación, se presenta el análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas permitiendo detectar la situación actual de esta modalidad turística.

#### **Análisis interno**

##### **Fortalezas:**

- Presencia de una Imagen de Marca “Bahía Ciudad de Encuentros”, para el desarrollo del Turismo de Reuniones.
- Proximidad entre los espacios para reuniones, aeropuerto y terminal de ómnibus.
- Presencia de un gran número de organizaciones generadoras de eventos.
- Disponibilidad de espacios físicos.
- Incremento de plazas hoteleras en los últimos años.
- Ubicación estratégica, centro de estadía y distribución.
- Facilidad para atribuir la imagen de destino sede de evento a la ciudad.
- Recursos turísticos variados complementarios al Turismo de Reuniones a escasa distancia de la ciudad.
- Realización de congresos internacionales en los últimos años.

##### **Debilidades:**

- Falta de articulación publicitaria en páginas web entre el nivel local, provincial y nacional, prestando datos escasos y erróneos.
- Limitante climática, no favorece el armado de carpas para aquellos eventos que se realizan al aire libre.
- Inexistencia de espacios físicos para el desarrollo de macro-eventos “bajo un mismo techo”.
- Falta de articulación entre el Turismo de Reuniones y el desarrollo de otras actividades turísticas en el destino, durante el desarrollo de algún evento.
- Inexistencia de un perfil de recursos humanos específicamente formados en organización de congresos.
- Escases de plazas hoteleras en determinadas épocas del año.
- Inexistencia de un ente encargado en organización de congresos.

## Análisis externo

### Oportunidades

- Tendencia de los destinos en incorporar nuevos productos alternativos como el Turismo de Congresos.
- Interés en el gobierno provincial y nacional para desarrollar el Turismo de Reuniones.
- Presencia de carreras terciarias y universitarias vinculadas al turismo.
- Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de Turismo de Reuniones.
- Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA.

### Amenazas

- Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata.
- Posicionamiento de otras regiones sedes argentinas como Región Centro y Cuyo quienes secundan a Buenos Aires en número de eventos internacionales realizados.

#### 4.1.1. Ponderación FODA

Mediante la metodología utilizada por Gerk (2015) se pretende realizar un análisis que permita identificar el o los problemas más importantes y la o las capacidades más potentes y más apropiadas para atenuar o solucionar los problemas.

La identificación de las principales potencialidades capaces de generar las posibles soluciones dio como resultado la siguiente tabla:

Tabla III

#### Ponderación de potencialidades por potencialidades

Potencialidades	
Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA.	29
Realización de congresos internacionales en los últimos años.	28
Presencia de un gran número de organizaciones generadoras de eventos.	27
Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de	26

Turismo de Reuniones.	
Interés en las organizaciones públicas y privadas locales en fomentar el Turismo de Reuniones en Bahía Blanca.	25

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Estos resultados se obtuvieron de la Matriz PXP (potencialidades por potencialidades), permite identificar cuáles son las potencialidades más importantes o afectantes (o que más afectan a otras potencialidades) (Anexo VI).

Nuevamente se identifican las potencialidades capaces de generar las posibles soluciones a diferencia de la tabla anterior, la matriz analizada es la Matriz PXC (potencialidad por conflicto), dando como resultado la siguiente tabla:

Tabla IV

#### **Ponderación de potencialidades por conflictos**

<b>Potencialidades</b>	
Facilidad para atribuir la imagen de destino sede de evento a la ciudad.	14
Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA.	14
Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de Turismo de Reuniones.	14
Realización de congresos internacionales en los últimos años.	13
Recursos turísticos variados complementarios al Turismo de Reuniones a escasa distancia de la ciudad.	13

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Identificando que tales potencialidades son las que más afectan a los conflictos (Anexo VII).

Esta Matriz CXC (conflictos por conflictos) permite ir reconociendo en forma preliminar cuál es el aspecto negativo o el conjunto de aspectos negativos más relevantes o con efectos multiplicadores más importantes, a partir de los cuales comienzan a delinearse los principales problemas a resolver.

Los principales conflictos identificados son (Anexo VIII):

Tabla V

**Ponderación de conflictos por conflictos**

<b>Conflictos</b>	
Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata.	18
Inexistencia de un perfil de recursos humanos específicamente formados en organización de congresos.	11
Posicionamiento de otras regiones sedes argentinas como Región Centro y Cuyo quienes secundan a Buenos Aires en número de eventos internacionales realizados.	11
Inexistencia de un ente encargado en organización de congresos.	10
Falta de articulación entre el Turismo de Reuniones y el desarrollo de otras actividades turísticas en el destino, durante el desarrollo de algún evento.	9

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Finalmente se analizó la Matriz CXP (conflictos por potencialidades). Obteniendo como resultado la siguiente tabla (Ver anexo IX):

Tabla VI

**Ponderación de conflictos por potencialidades**

<b>Conflictos</b>	
Inexistencia de un perfil de recursos humanos específicamente formados en organización de congresos.	14
Falta de articulación publicitaria en páginas web entre el nivel local, provincial y nacional, prestando datos escasos y erróneos.	13
Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata.	12
Inexistencia de espacios físicos para el desarrollo de macro-eventos “bajo un mismo techo”.	10

Fuente: Carolina Figueredo, 2015.

Así se pudo determinar que estos son los conflictos que más afectan a las potencialidades.

## **CAPITULO V: RECOMENDACIONES**

De manera sintética y en base a lo expuesto anteriormente, se presentan las siguientes recomendaciones para que apunten a colaborar con el posicionamiento de la ciudad de Bahía Blanca como destino sede del turismo de reuniones:

- Creación y gestión de productos y mejora del posicionamiento del destino como sede de reuniones y congresos a través de la promoción del destino, creando de un producto turístico propio y una marca que le diferencie.
- Jerarquización de las responsabilidades y funciones del profesional organizador de eventos para garantizar el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Consideración del desarrollo de eventos sustentables que contemplen el cuidado por el medio ambiente, la asignación eficaz de los recursos económicos, la generación del empleo y el aporte de beneficios sociales.
- Concientización a la comunidad local y a los prestadores de servicios turísticos sobre los beneficios que genera el desarrollo del turismo de reuniones en una ciudad.
- Integración dinámica del turismo de reuniones con las oportunidades recreativas que ofrece la localidad y la región.
- Consolidación del posicionamiento de la ciudad como destino sede de eventos y fortalecimiento del mismo a nivel nacional e internacional.
- Implantación de sistemas de gestión de calidad en los servicios básicos del turismo de reuniones.
- Aplicación de indicadores propios del turismo de reuniones: recopilación periódica de información estadística específica para la toma de decisiones y elaboración de planes estratégicos.

## CONSIDERACIONES FINALES

Luego de realizar un pormenorizado análisis de los aspectos relacionados a las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil”, considerando a la misma como una aproximación a la realidad de los grandes eventos que se desarrollan en la ciudad de Bahía Blanca, se pudieron alcanzar ciertas reflexiones finales.

Las etapas de organización cumplimentadas en las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” se realizaron satisfactoriamente. Los organizadores lograron cumplir sus objetivos y los diferentes comités consiguieron ejecutar las actividades planificadas. Una particularidad a destacar sobre este evento es que fueron las primeras jornadas efectuadas en la ciudad de Bahía Blanca, comprometidas con la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente.

Sin embargo se observaron algunas falencias debido a que no se contrató ninguna empresa especializada en organización de eventos, como por ejemplo la no contratación de un servicio de taxis, ya que en la ciudad los mismos se ven colapsados frente el mal clima, la saturación de las aulas ante una disertación importante, la insuficiencia de cupos para la realización diversas excursiones, entre otros detalles que, en general, fueron solucionados con rapidez y eficiencia. Tal como muestra el trabajo, la mayoría de los asistentes estuvieron muy conformes con la organización y realización de las Jornadas.

En este sentido, la evaluación que realizaron los asistentes sobre las Jornadas fue de resultado positivo, ya que expresaron el cumplimiento de sus expectativas y calificaron como “excelente” y “muy bueno” los diferentes aspectos de las mismas. Los servicios turísticos como el alojamiento, el transporte y la restauración fueron favorablemente calificados, al igual que las instalaciones.

Por el otro, que el perfil de demanda turística de las Jornadas, concuerda con el tipo de turista de reuniones de la ciudad de Bahía Blanca. Manifiestan la voluntad de retornar a la ciudad de Bahía Blanca con la motivación de participar en otro evento.

Así, la hipótesis que guió el desarrollo del trabajo de investigación es confirmada y permite asegurar que las “XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” pueden considerarse como un evento que responde a la modalidad del turismo de reuniones.

Para finalizar, si bien en la actualidad Bahía Blanca está posicionada como destino turístico para la realización de eventos, la implementación de estrategias orientadas al

desarrollo del turismo de reuniones, determinarán un crecimiento y perfeccionamiento del sector. La madurez que esta modalidad turística ha alcanzado, supone un desafío en la planificación y gestión tanto de empresas como de destinos turísticos, y la implementación de una apropiada política turística, a fin de aprovechar las oportunidades de desarrollo que este segmento turístico genera.

**BIBLIOGRAFIA**

- ALONSO RODRIGUEZ, M. (2012). *“Turismo de Congresos y Organización de Eventos: actitud del residente frente a la organización de mega-eventos”*. Proyecto Fin de Master en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Oviedo. España.
- AYORA PÉREZ, D. y GARCIA SANCHEZ, E. (2004). *“Organización de eventos deportivos”*. Ed. INDE.
- BRONDOLO, M (1994). *“Geografía de Bahía Blanca”*. Bahía Blanca: Ediciones Encestando S.R.L.
- BRUNO, A. (2012). *“Organización de Eventos III”*. Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/602\\_1065.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/602_1065.pdf)
- CABERO SOTO, C (2012). *“Organización de reuniones y eventos”*. Ed. Paraninfo.
- CALLIZO SONEIRO, J. (1991). *“Aproximación a la geografía del turismo”*. Espacios y sociedades, Serie General, nº 21. Ed. Síntesis.
- CEREZUELA, B. (2003). *“La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos”*. Barcelona: Centre d’Estudis Olímpics UAB. Disponible en: [http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp086\\_spa.pdf](http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp086_spa.pdf) [12/08/2013]
- COOPER, C; FLETCHER, J; FYALL, A; GILBERT, D. y WANHILL, S. (2007). *“El turismo teoría y práctica”*. Ed. Síntesis.
- DARDER, L (2015). *“Ocho tendencias para el turismo de reuniones en este 2015”*. Disponible en: <http://www.blogtrw.com/2015/03/ocho-tendencias-para-el-turismo-de-reuniones-en-este-2015/>
- DE LA CALLE VAQUERO, M (2006). *“La ciudad histórica como destino turístico”*. 2º edición. Barcelona, España: Ed. Ariel.
- DEL CARRIL, A y GILL, E (2008). *“Cómo organizar eventos exitosos y fiestas inolvidables”*. Ed. Aguilar.
- ESPEJO MARIN, C. y PONCE SANCHEZ, M. D. (1999). *“Turismo de Congresos y Reuniones en la Ciudad de Murcia”*. Cuaderno de Turismo Nº 3. Universidad de Murcia. España.

- FALU, M. C. (2011). “Desarrollo del Turismo de Viajes de Incentivo en el Valle de Calamuchita”. Trabajo final de graduación. Universidad Empresarial Siglo 21. Córdoba.
- FERNÁNDEZ FÚSTER, L (1985). “*Introducción a la teoría y técnica del turismo*”. Alianza editorial.
- FISHER, J (2001). “*Cómo organizar Convenciones y Congresos*”. Nuevos emprendedores. Primera edición. Barcelona, España: Ed. Gedisa, S.A.
- GERK, C. (2015). “*Turismo deportivo en la localidad de Pigüé: Análisis y evaluación del automovilismo como producto turístico*”. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- GOMEZ, D. (2014). “*Turismo de Eventos Deportivos en la ciudad de Bahía Blanca*”. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R, et al (2006). “*Metodología de la investigación*”. 4º edición. México: Ed. McGraw Hill.
- HERRERO BLANCO, P (2000). “*Gestión y Organización de Congresos*”. Madrid: Ed. Síntesis.
- KERLINGER, F. y LEE, H. (2002) “*Investigación del comportamientos*”. 4º edición. México: Ed. McGraw Hill.
- LLAMBÍ, F. (2005) “*Informe Introductorio de Base: El Mercado de Congresos y Convenciones en las Américas*”. Presentado en el Seminario Internacional sobre Turismo de Convenciones y Congresos y Turismo de Negocios. Ciudad de Santiago, Chile.
- MAGAZ-GONZÁLEZ, A.M. y FANJUL-SUÁREZ, J. L. (2012). “Organización de eventos deportivos y gestión de proyectos: factores, fases y áreas”. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*. Vol. 12 (45) pp. 138-169. Disponible en: <<http://cdeporte.rediris.es/revista/revista45/artorganizacion209.htm> [10/01/2014]>

- Ministerio de Turismo de la Nación (2014) *“Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina”*. Anuario.
- MOLINA, S (2004). *“Fundamentos del Nuevo Turismo”*. Centro de Emprendimientos e innovación. México.
- MUSUMECE, G. L. y BONINA, A. (2001). *“Como organizar un evento”*. Valletta ediciones.
- NAREDO, H (2004). *“Organización de eventos”*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos, con la colaboración de la Escuela Universitaria de Turismo de Asturias. (2008). *“Manual para la Organización de Congresos y Ferias para Todos”*. España: Ed. PREDIF.
- TORRES BERNIER, E. (2006). *“Estructura de mercados turísticos”*. Ed. UOC.
- OTERO ALVARADO, M, T (2009). *“Protocolo y organización de eventos”*. Ed. UOC.
- Organización Mundial del Turismo (1998). *“Introducción al turismo”*. Madrid, España: Ed. Egraf.
- RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. y SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H. (2001). *“Turismo de Reuniones: oportunidad de negocios”*. Estudios Turísticos. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría General de Turismo Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. Universidad de Cantabria. España.
- VALLS, J (1992). *“La imagen de marca de los países”*. Madrid, España: Ed. Mc Graw Hill Interamericano.
- VERGARA, V (2011). *“Turismo de congresos y convenciones: caracterización del destino sede Bahía Blanca. Argentina”*. (Tesina de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- VERA REBOLLO, J (2009). *“Análisis territorial del turismo urbano”*. Una nueva geografía del turismo. Ed. Ariel Barcelona.

#### PÁGINAS WEBS

- International Congress and Convention Association - <http://www.iccaworld.com>
- Asociación Argentina de Organizadores de Eventos y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos. - <http://www.aoca.org.ar>

- Ministerio de Turismo de la Nación. - <http://turismo.gov.ar>
- Secretaria de Turismo del Gobierno de México - <http://www.sectur.gob.mx>
- Gobernanza Local, Red de buenas prácticas locales - <https://gobernanzalocal.wordpress.com/>
- Tur Espacio, blog de viajeros - <http://turespacio.com/>
- Evento Plus - <http://www.eventoplus.com.ar/>
- Revista Ladevi - <http://www.ladevi.com/login/>
- Municipalidad de Bahía Blanca - <http://www.bahiablanca.gob.ar/>
- Asociación de Hoteles, Restaurantes, Bares, Confeiterías y Afines de Bahía Blanca y la región sudoeste - <http://ahgbahiablanca.org.ar/>
- Instituto Nacional de Promoción Turística - <http://www.argentina.travel/>
- Cámara Argentina de Turismo - [http://www.camaradeturismo.org.ar/home\\_1.php](http://www.camaradeturismo.org.ar/home_1.php)
- Society of Incentive Travel Excellence - [www.siteglobal.com](http://www.siteglobal.com)
- Organización Mundial del Turismo - <http://www2.unwto.org/en>
- AR Hoteles y Resort - <https://www.ar-hotels.com/blog/categoria/mice>
- Centro de Estudios y Difusión de la Cultura Popular Argentina - <http://cedicupo.blogspot.com.ar/>
- Satelite Ferroviario - <http://www.sateliteferroviario.com.ar/>

Anexo I: Encuesta

**Encuesta sobre las XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil**

1. Sexo:
  - Masculino
  - Femenino
2. Edad:
  - 18 a 26 años
  - 27 a 59 años
  - Más de 60 años
3. Ocupación:
  - Estudiante
  - Profesional
  - Otros:
4. Lugar de residencia:
5. Medio de transporte utilizado para llegar a Bahía Blanca:
  - Avión
  - Ómnibus
  - Vehículo particular
  - Tren
  - Otros:\_\_\_\_\_
6. Alojamiento en la ciudad
  - Hotel, ¿Cuál?:\_\_\_\_\_
  - Vivienda familiar amigos
  - Vivienda alquilada
  - Otros:\_\_\_\_\_
7. Duración de la estancia:
  - 0 noches
  - 1 a 2 noches
  - Más de 2 noches
8. Vino acompañado con:
  - Amigos
  - Familia
  - Compañeros (trabajo/estudio)

- Solo
- Otros: \_\_\_\_\_

9. ¿Visito/visitará algún lugar turístico?

- Si, ¿Cuál?: \_\_\_\_\_
- No

10. Evalúe los siguientes servicios de Bahía Blanca:

	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala
Gastronomía	<input type="radio"/>				
Alojamiento	<input type="radio"/>				
Transporte	<input type="radio"/>				

11. ¿Realizo compras en alguno de estos rubros en Bahía Blanca?

- Indumentaria
- Música
- Libros
- Tecnología
- Productos regionales
- Suvenires
- No realice ninguna compra
- Otros: \_\_\_\_\_

12. ¿Cuánto estima usted ganar durante la estadía en la ciudad?

- \$ \_\_\_\_\_

13. ¿Volvería a la ciudad de Bahía Blanca?

- Si
- No

14. ¿Por qué motivo volvería?

- Ocio
- Negocio
- Deporte
- Estudio
- Familia
- Congreso
- Otros: \_\_\_\_\_

15. ¿Cómo ha tomado conocimiento de la realización de las Jornadas?

- Internet
- Revista/periódico
- Email
- Amigos/conocidos
- En su trabajo
- Universidad
- Otros: \_\_\_\_\_

16. ¿Es la primera vez que participa de un congreso en Bahía Blanca?

- Si
- No

17. ¿Tiene conocimiento de las medidas de conservación del medio ambiente implementadas en las Jornadas?

- Si
- No

18. Según su opinión, valore los siguientes aspectos de las Jornadas:

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Facilidad de inscripción	<input type="radio"/>				
Programación de la Jornada	<input type="radio"/>				
Distribución de las comisiones	<input type="radio"/>				
Ponentes/Disertantes	<input type="radio"/>				
Temas Abordados	<input type="radio"/>				
Puntualidad	<input type="radio"/>				
Calidad y comodidad de las instalaciones	<input type="radio"/>				
Oportunidades de networking - WIFI	<input type="radio"/>				
Sonido, Imagen e Iluminación	<input type="radio"/>				
Limpieza e Higiene	<input type="radio"/>				
Temperatura en las instalaciones	<input type="radio"/>				
Comidas y Bebidas (coffee break)	<input type="radio"/>				
Asistencia prestada	<input type="radio"/>				
Calidad del transporte UNS	<input type="radio"/>				
Medidas de cuidado del medio ambiente	<input type="radio"/>				

19. ¿Cuál fue la motivación para asistir a las Jornadas?

- Obtener una capacitación
- Actualización académica
- Aumentar contactos profesionales/sociales
- Recreación y turismo

Otros: \_\_\_\_\_

20. ¿Se cumplieron sus expectativas?

Si

No

Fuentes: Carolina Figueredo, 2015.

## Anexo II: Programa de las Jornadas

## JUEVES 1 DE OCTUBRE

## 10 a 20 hs. Acreditaciones

Lugar: Campus universitario de la UNS (Altos de Palihue, San Andrés 700).

## 10 a 11.30 hs. Acto inaugural y conferencia de apertura

Lugar: Teatro Municipal (Alsiná 425). Transmisión en vivo en Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700)

10 hs. Acto inaugural: **Palabras de autoridades de la UNS, del Ministerio de Justicia de la Nación y del Presidente de las JNDC.**

10.30 hs. Conferencia de apertura: **Ricardo L. Lorenzetti.** "Principales lineamientos del Código Civil y Comercial".

Lugar: Teatro Municipal. Transmisión en vivo en Campus Universitario.

11.30 hs. Conferencia: **Elena Highton de Nolasco.** "Una etapa histórica: la mujer en el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación".

Lugar: Teatro Municipal. Transmisión en vivo en Campus Universitario.

14. hs. Conferencia: **Mónica Pinto.** "Los Derechos Humanos en el Código Civil y Comercial"

Lugar: aula 6 del Campus Universitario de la UNS (Altos de Palihue, San Andrés 700)

## 15 a 19 hs. Trabajo en comisiones

Lugar: Campus Universitario de la UNS (Altos de Palihue, San Andrés 700)

» COMISIÓN 1. **Derecho Privado Parte General (aula 1)**

"Nuevas reglas referidas al régimen de capacidad de la persona humana".

» COMISIÓN 2. **Obligaciones (aula 3)**

"Obligaciones de dar dinero".

» COMISIÓN 3. **Daños (aula 7)**

"Daños en las relaciones de familia".

» COMISIÓN 4. **Contratos (aula 10)**

"Formación progresiva del contrato: pactos y tratativas preliminares"

» COMISIÓN 5. **Reales (aula 11)**

"Usufructo".

» COMISIÓN 6. **Familia (aula 9)**

"Identidad y filiación".

» COMISIÓN 7. **Sucesiones (aula 12)**

"Exclusión de la vocación hereditaria".

» COMISIÓN 8. **Consumidor (aula 2)**

"Protección del consumidor de servicios financieros y bursátiles".

» COMISIÓN 9. **Internacional Privado (aula 1, Departamento de Economía)** "Lex Mercatoria".» COMISIÓN 10. **Derecho Comparado (aula 4)**

"Daños derivados de la actividad en internet".

» COMISIÓN 11. **Romano (aula 2, Departamento de Economía)**

"Superficie y enfiteusis".

» COMISIÓN 12. **Interdisciplinaria (aula 8)**

"Derechos e intereses de incidencia colectiva".

» COMISIÓN 13. **Enseñanza del derecho (aula 13)**

"Utilidad del método socrático en la enseñanza en relación con audiencias ante tribunales superiores".

» COMISIÓN 14. **Estudiantes (aula 5)**

Pueden presentar ponencias sobre todos los temas de las comisiones.

16.30 hs. **Presentación del documental "Navetierra" y charla debate sobre acciones de consumo sustentable.** Elena Roger y Mariano Torre.

Lugar: Aula 6, Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

19 hs. **Paneles. Conferencistas invitados**

Lugar: Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

PANEL I. **La protección de los derechos de incidencia colectiva en el Derecho Privado.** Néstor CAFFERATTA, Carlos GHERSI, Sheila ABED.  
Moderadora: Lorena González Rodríguez.

Lugar: aula 7.

PANEL II. **Innovaciones en materia de derechos reales en el nuevo Código Civil y Comercial.** Jorge ALTERINI, Alicia PUERTA DE CHACÓN  
Moderador: Leopoldo Peralta Mariscal.

Lugar: aula 1.

PANEL III. **El derecho de las obligaciones en el nuevo Código Civil y Comercial: un enfoque desde el derecho comparado.**  
Mustapha MEKKI (Université Paris XIII, Francia), Philippe BRUN (Université de Savoie, Francia).

Moderadora: Aida Kemelmajer de Carlucci

Lugar: aula 2

## VIERNES 2 DE OCTUBRE

## 9 a 13 hs. Trabajo en comisiones

Lugar: Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

## 13 a 15 hs. Receso para almuerzo

## 15 a 18 hs. Trabajo en comisiones

Lugar: Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

18 hs. **Presentación de obras y revistas**

» **Plan trienal de las revistas de Derecho Privado y Comunitario y de Derecho de Daños.** Rubinzal-Culzoni. Jorge Mosset Iturraspe.

Lugar: aula 7, Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700)

» **Manual de Sucesiones, EUDEBA y EDIUNS.**

Carlos Arianna y Gonzalo Álvarez.

Lugar: aula 9, Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

18 hs. **Paneles. Conferencistas invitados.**

Lugar: Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

PANEL IV. **Obligaciones de dar moneda extranjera en el nuevo Código Civil y Comercial.** Félix A. TRIGO REPRESAS, Oscar AMEAL, Luis MOISSET ESPANÉS, Rubén COMPAGNUCCI DE CASO, Juan José CASIELLO.

Moderadora: Dora Gesualdi.

Lugar: aula 6, Campus Universitario.

PANEL V. **La prevención del daño en el nuevo Código Civil y Comercial.** Alberto BUERES, Jorge MOISSET ITURRASPE.

Moderador: Martín Juárez Ferrer.

Lugar: aula 7, Campus Universitario.

PANEL VI. **Contratos y relaciones comerciales en el nuevo Código Civil y Comercial.** Rubén STIGLITZ, Daniel VITOLLO, Hector CHOMER.

Moderador: Guillermo Marcos.

Lugar: aula 2, Campus Universitario.

PANEL VII. **Impacto de la reforma en el régimen concursal y en el de sociedades.** Roberto MUGUILLO, Guillermo RIBICHINI.

Moderador: Dario Graziabile.

Lugar: aula 1, Campus Universitario.

19 hs. Conferencia de cierre: **Aida Kemelmajer de Carlucci.**

"Balance provisorio a dos meses de la entrada en vigencia del CC y C".

Lugar: aula 6, Campus Universitario (Altos de Palihue, San Andrés 700).

## SÁBADO 3 DE OCTUBRE

9.30 hs a 12 hs. **Plenario de cierre.**

Lugar: Aula Magna UNS, Av. Colón 80.

**Lectura de Conclusiones.**

Entrega de premios del **Concurso de Ponencias de Estudiantes en homenaje a Matilde Zavala de González.**

**Acto de cierre.**

Fuentes: Jornadas Nacionales de Derecho Civil, 2015.

## Anexo III: Programa de actividades en la ciudad

**JUEVES 01**

18.00 hs. Apertura Oficial del Festival de Tango Carlos Di Sarli. Entrega de distinciones. Proyección del documental "Yo no sé qué me han hecho tus ojos" / C. CULTURAL DE LA COOPERATIVA OBRERA, Zelarayán 560

19.00 hs. Recorrido por las salas de la Bienal Nacional de Arte 2015 junto a Mónica Díaz, intérprete en lengua de señas / MUSEOS DE ARTE, Sarmiento 450

21.00 hs. Elección de la 3ª Reina Nacional del Tango / BIBLIOTECA RIVADAVIA, Av. Colón 31

21.00 hs. "Ensayo de Señoronas". Concierto teatralizado / C. CULTURAL LA PANADERIA, Lamadrid 544

21.30 hs. The Beats. Banda tributo a The Beatles / TEATRO DON BOSCO, Rondeua 115

21.30 hs. Pablo Lasala en el ciclo "Solistas en el Don Osvaldo" / C. CULTURAL LA PANADERIA, Lamadrid 544

**VIERNES 02**

17.00 hs. Escalinatas & Pirámides. Lectura de poetas + música / ESCALINATAS DE LA UNS, Avenida Alem 1253

19.30 hs. Apertura oficial del V Festival de Poesía Latinoamericana a cargo de Arturo Carrera / CASA DE LA CULTURA UNS, Avenida Alem 925

20.30 hs. Tango y milonga a cargo de Enrique Bodini y Noralí Polanco (libre y gratuito). Tango de salón, milonga / COLOSO CULTURAL, Garibaldi 149

21.00 hs. Comedia Municipal: "La Tinaja" de Luigi Pirandello, con dirección de Gonzalo San Millán / TEATRO MUNICIPAL, Alsina 425

21.00 hs. Bahía Basket vs. GERC-Indalo / ESTADIO OSVALDO CASANOVA, Santa Fé 49

21.00 hs. "Ensayo de Señoronas". Concierto teatralizado / C. CULTURAL LA PANADERIA, Lamadrid 544

21.30 hs. Estreno "Venecia" - Obra local independiente / SALA VARIETTÉ, Villarino 214

21.30 hs. Show musical a cargo de los cantantes Jorge Nacud y Paula Barrio junto a su conjunto / CAFÉ HISTÓRICO, Avenida Colón 602

22.00 hs. Zoom. Homenaje a Soda / FORUM, Corrientes 123

22.00 hs. Show, homenajes y milonga con las mejores grabaciones de la década del '40. Inauguración de plaquetas homenaje a Carlos Di Sarli y Roberto Achával / EL MOTIVO TANGUERÍA, Brandsen 550

23.59 hs. Fiesta Saint Martins / BAR BAT, Casanova esq. Fuerte Argentino

**SABADO 03**

17.30 hs. V Festival de Poesía Latinoamericana: Poetas a la mar. Tarde de poesía, música y comida / MUSEO DEL PUERTO, Guillermo Torres y Cárrega, Ingeniero White.

18.00 hs. Cine y Humanismo: "Infancia clandestina" (Argentina, 2012) Drama. / AULA MAGNA DE LA UNS, Avenida Colón 80

20.30 hs. Martín Bossi presenta "Big Bang Show" / TEATRO DON BOSCO, Rondeua 115

21.00 hs. XIIIº Encuentro de Coros de Jóvenes – Bahía Blanca 2015 / TEATRO MUNICIPAL, Alsina 425

21.00 hs. Juglar Sudaka. / ESPACIO POR EL ARTE, Israel 88

21.00 hs. "La resistible ascensión de ARTURO UI" de Bertot Brecht / CENTRO CULTURAL LA PANADERIA, Lamadrid 544

21.30 hs. Grupo Tabú + Napostá Cuarteto / FORUM, Corrientes 123

21.30 hs. Show musical de los cantantes: Silvia Adami, Juan Carlos Deambrosi, Jorge Maza y Santiago Pérez / CAFÉ HISTÓRICO, Avenida Colón 602

Anexo IV: Ficha de inscripción a las Jornadas

<p style="text-align: center;"><b>XXV JORNADAS NACIONALES DE DERECHO CIVIL</b> <b>01, 02 y 03 de octubre de 2015, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca</b></p> <p><b>APELLIDO:</b> <b>NOMBRE:</b> <b>MAIL:</b> <b>TELÉFONO:</b> <b>UNIVERISDAD (si corresponde):</b> <b>DOMICILIO:</b> <b>CIUDAD/ CALLE Nro.:</b></p> <p><b>CATEGORÍA (marcar con una cruz donde corresponda)</b> <b>ABOGADO:</b> <b>ESTUDIANTE:</b></p> <p><b>PRESENTA PONENCIA (marcar con una cruz donde corresponda):</b> <b>SI:</b> <b>NO:</b></p>
---

Fuentes: Jornadas Nacionales de Derecho Civil, 2015.

Anexo V: Auspiciantes del evento

The image displays a grid of logos for various sponsors and the cover of the program for the XXV National Civil Law Days. The sponsors' logos are arranged in a grid on the left side, including:

- Infojus (Sistema Argentino de Información Jurídica)
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Presidencia de la Nación
- RUBINZAL - CULZONI EDITORES (LA DOCTRINA JURÍDICA MÁS DESTACADA)
- THOMSON REUTERS
- AIQ
- Fundación expoterra
- BOLSA DE COMERCIO DE BAHÍA BLANCA
- MUNICIPALIDAD DE MONTE HERMOSO
- GOBIERNO DE BAHÍA BLANCA
- DPI Cuántico (Derecho para Innovar)
- Patagonia Norte (TERMINAL DE SERVICIOS PORTUARIOS)
- Colegio de Abogados Demarcación Judicial Bahía Blanca
- Colegio de Magistrados y Funcionarios Bahía Blanca
- AUSTRIA TOUR
- AUSTRAL
- LAND PLAZA
- PEPSICO
- COLEGIO de ESCRIBANOS (Facultad de Buenos Aires)
- Aerolíneas Argentinas
- COOPERATIVA OBRERA
- ASOCIACIÓN DE MOTELERÍA, RESTAURANTE, BARR, CAFETERÍA Y PIZZAS DE BAHÍA BLANCA Y REGIÓN DE SUROESTE
- CÁMARA DE PERMISOS Y CONCESIONES DE LOS PUERTOS DE BAHÍA BLANCA
- ERREIUS (Un nuevo concepto en soluciones jurídicas)
- Larmis
- INCLUSER (Instituto de Capacitación)
- márquez garabano
- OG (ojeda y guerra)
- FUNDACIÓN RESERVAS DE LAS MISIONES
- CIC (Comisión de Investigaciones Científicas)
- SAPEM (SERVICIO TRANSPORTE)
- PUERTO BAHÍA BLANCA
- ZETA ALEM
- UIBB (UNION INDUSTRIAL BAHIA BLANCA)

The program cover on the right features the text:

**XXV JORNADAS NACIONALES DE DERECHO CIVIL**

**BAHÍA BLANCA**  
1, 2 Y 3 DE OCTUBRE DE 2015

**PROGRAMA DE ACTIVIDADES**

At the bottom of the cover, the following contact information is provided:

- [jndcbahia Blanca2015.com](http://jndcbahia Blanca2015.com)
- [facebook.com/JNDCBBlanca2015](https://facebook.com/JNDCBBlanca2015)
- [twitter.com/JNDCBBLANCA2015](https://twitter.com/JNDCBBLANCA2015)

Fuentes: Jornadas Nacionales de Derecho Civil, 2015.

## Anexo VI: Potencialidad por potencialidad

¿En cuánto fortalece o refuerza en su carácter positivo la potencialidad “x” a la potencialidad “y”?	Presencia de una Imagen de Marca “Bahía Ciudad de Encuentros”, para el desarrollo del Turismo de Reuniones	Proximidad entre los espacios para reuniones, aeropuerto y terminal de ómnibus.	Presencia de un gran número de organizaciones generadoras de eventos	Disponibilidad de espacios físicos	Incremento de plazas hoteleras en los últimos años	Ubicación estratégica, centro de estadia y distribución	Facilidad para atribuir la imagen de destino sede de evento a la ciudad.	Interés en las organizaciones públicas y privadas locales en fomentar el Turismo de Reuniones en Bahía Blanca	Recursos turísticos variados complementarios al Turismo de Reuniones a escasa distancia de la ciudad	Realización de congresos internacionales en los últimos años	Tendencia de los destinos en incorporar nuevos productos alternativos como el Turismo de Congresos	Interés en el gobierno provincial y nacional para desarrollar el Turismo de Reuniones	Presencia de carreras terciarias y universitarias vinculadas al turismo	Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de Turismo de Reuniones	Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA	<b>TOTAL</b>
1. Presencia de una Imagen de Marca “Bahía Ciudad de Encuentros”, para el desarrollo del Turismo de Reuniones		0	2	1	0	1	3	2	0	1	3	3	0	3	0	19
2. Proximidad entre los espacios para reuniones, aeropuerto y terminal de ómnibus.	0		0	0	0	3	0	0	2	0	0	1	0	0	0	6
3. Presencia de un gran número de organizaciones generadoras de eventos	3	1		3	2	0	1	3	3	3	1	1	0	3	3	27
4. Disponibilidad de espacios físicos	3	0	3		3	0	1	1	0	3	0	1	0	1	1	17
5. Incremento de plazas hoteleras en los últimos años	0	0	1	0		0	0	1	0	3	1	2	0	0	0	8
6. Ubicación estratégica, centro de estadia y distribución	3	0	0	0	3		1	2	3	0	1	1	0	1	1	16
7. Facilidad para atribuir la imagen de destino sede de evento a la ciudad.	3	1	2	3	2	3		1	2	0	3	3	0	0	0	23
8. Interés en las organizaciones públicas y privadas locales en fomentar el Turismo de Reuniones en Bahía Blanca	3	0	3	2	1	3	3		1	3	1	3	0	1	1	25
9. Recursos turísticos variados complementarios al Turismo de Reuniones a escasa distancia de la ciudad	0	0	1	0	1	3	1	2		1	0	3	0	1	1	14
10. Realización de congresos internacionales en los últimos años	3	0	3	2	3	2	3	3	3		0	1	0	2	3	28

11. Tendencia de los destinos en incorporar nuevos productos alternativos como el Turismo de Congresos	1	1	1	0	0	3	3	3	1	0		3	0	0	0	16
12. Interés en el gobierno provincial y nacional para desarrollar el Turismo de Reuniones	3	1	2	2	2	3	2	3	1	0	1		0	1	1	22
13. Presencia de carreras terciarias y universitarias vinculadas al turismo	1	0	1	0	0	0	0	3	1	2	1	1		0	0	10
14. Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de Turismo de Reuniones	3	1	3	1	2	3	3	3	2	3	0	1	1		0	26
15. Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA	3	1	3	1	2	3	3	3	2	3	0	1	1	3		29
<b>TOTAL</b>	29	6	25	15	21	27	24	30	21	22	12	25	2	16	11	

Fuente: Carolina Figueredo, 2016.

Anexo VII: Potencialidad por conflicto

<p>¿En cuánto incide positivamente la potencialidad “X” sobre el conflicto “Y”?</p> <p>¿En cuánto la potencialidad “X” sirve para solucionar el conflicto “Y”?</p> <p>¿En cuánto sirve la potencialidad “X” para disminuir el carácter negativos del conflicto “Y”?</p>	Falta de articulación publicitaria en páginas web entre el nivel local, provincial y nacional, prestando datos escasos y erróneos	Limitante climática, no favorece el armado de carpas para aquellos eventos que se realizan al aire libre	Inexistencia de espacios físicos para el desarrollo de macro-eventos “bajo un mismo techo”	Falta de articulación entre el Turismo de Reuniones y el desarrollo de otras actividades turísticas en el destino, durante el desarrollo de algún evento	específicamente formados en organización de congresos.	del año.	Inexistencia de un ente encargado en organización de congresos.	Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata	Posicionamiento de otras regiones sedes argentinas como Región Centro y Cuyo quienes secundan a Buenos Aires en número de eventos internacionales realizados	TOTAL
1. Presencia de una Imagen de Marca “Bahía Ciudad de Encuentros”, para el desarrollo del Turismo de Reuniones	1	0	2	1	1	0	2	3	2	12
2. Proximidad entre los espacios para reuniones, aeropuerto y terminal de ómnibus.	0	0	0	3	0	1	0	1	1	6
3. Presencia de un gran número de organizaciones generadoras de eventos	0	0	0	1	2	0	1	2	2	8
4. Disponibilidad de espacios físicos	0	1	1	0	0	1	0	2	2	7
5. Incremento de plazas hoteleras en los últimos años	0	0	0	0	0	3	0	2	2	7
6. Ubicación estratégica, centro de estadía y distribución	0	0	1	2	1	1	1	3	3	12

7. Facilidad para atribuir la imagen de destino sede de evento a la ciudad.	1	0	0	2	3	0	2	3	3	14
8. Interés en las organizaciones públicas y privadas locales en fomentar el Turismo de Reuniones en Bahía Blanca	1	0	0	2	3	0	2	2	2	12
9. Recursos turísticos variados complementarios al Turismo de Reuniones a escasa distancia de la ciudad	0	1	0	3	1	3	1	2	2	13
10. Realización de congresos internacionales en los últimos años	1	0	1	2	3	0	2	2	2	13
11. Tendencia de los destinos en incorporar nuevos productos alternativos como el Turismo de Congresos	1	0	0	2	3	0	1	1	1	9
12. Interés en el gobierno provincial y nacional para desarrollar el Turismo de Reuniones	0	0	0	1	2	0	2	1	1	7
13. Presencia de carreras terciarias y universitarias vinculadas al turismo	2	0	0	1	3	0	3	1	1	11
14. Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de Turismo de Reuniones	0	0	2	2	2	0	2	3	3	14
15. Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA	0	0	2	2	2	0	2	3	3	14
<b>TOTAL</b>	7	2	9	24	26	9	21	31	30	

Fuente: Carolina Figueredo, 2016.

## Anexo VIII: Conflicto por conflicto

¿En cuánto afecta o incide el conflicto “X” al conflicto “Y”?	Falta de articulación publicitaria en páginas web entre el nivel local, provincial y nacional, prestando datos escasos y erróneos.	Limitante climática, no favorece el armado de carpas para aquellos eventos que se realizan al aire libre.	Inexistencia de espacios geográficos para el desarrollo de macro-eventos “bajo un mismo techo”.	Falta de articulación entre el Turismo de Reuniones y el desarrollo de otras actividades turísticas en el destino, durante el desarrollo de algún evento.	Inexistencia de un perfil de recursos humanos específicamente formados en organización de congresos.	Escases de plazas hoteleras en determinadas épocas del año.	Inexistencia de un ente encargado en organización de congresos.	Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata.	Posicionamiento de otras regiones sedes argentinas como Región Centro y Cuyo quienes secundan a Buenos Aires en número de eventos internacionales realizados.	TOTAL
1. Falta de articulación publicitaria en páginas web entre el nivel local, provincial y nacional, prestando datos escasos y erróneos.		0	0	3	0	0	1	3	0	7
2. Limitante climática, no favorece el armado de carpas para aquellos eventos que se realizan al aire libre.	0		3	0	0	0	0	0	0	3
3. Inexistencia de espacios físicos para el desarrollo de macro-eventos “bajo un mismo techo”.	0	3		1	0	0	0	1	1	6
4. Falta de articulación entre el Turismo de Reuniones y el desarrollo de otras actividades turísticas en el destino, durante el desarrollo de algún evento.	3	1	1		0	0	2	1	1	9
5. Inexistencia de un perfil de recursos humanos específicamente formados en organización de congresos.	3	0	0	3		0	3	1	1	11
6. Escases de plazas hoteleras en determinadas épocas del año.	0	0	0	0	0		0	3	3	6

7. Inexistencia de un ente encargado en organización de congresos.	2	0	0	3	1	0		2	2	10
8. Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata.	2	2	3	2	2	3	3		1	18
9. Posicionamiento de otras regiones sedes argentinas como Región Centro y Cuyo quienes secundan a Buenos Aires en número de eventos internacionales realizados.	1	1	2	1	1	2	2	1		11
<b>TOTAL</b>	11	7	9	13	4	5	11	12	9	

Fuente: Carolina Figueredo, 2016.

## Anexo IX: Conflictos por potencialidades

<p>¿En cuánto incide negativamente el conflicto “X” sobre la potencialidad “Y”?</p> <p>¿En cuánto el conflicto “X” disminuye la fuerza de la potencialidad “Y”?</p>	Presencia de una Imagen de Marca “Bahía Ciudad de Encuentros”, para el desarrollo del Turismo de Reuniones	Proximidad entre los espacios para reuniones, aeropuerto y terminal de ómnibus.	Presencia de un gran número de organizaciones generadoras de eventos	Disponibilidad de espacios físicos	Incremento de plazas hoteleras en los últimos años	Ubicación estratégica, centro de estadia y distribución	Facilidad para atribuir la imagen de destino sede de evento a la ciudad.	Interés en las organizaciones públicas y privadas locales en fomentar el Turismo de Reuniones en Bahía Blanca	Recursos turísticos variados complementarios al Turismo de Reuniones a escasa distancia de la ciudad	Realización de congresos internacionales en los últimos años	Tendencia de los destinos en incorporar nuevos productos alternativos como el Turismo de Congresos	Interés en el gobierno provincial y nacional para desarrollar el Turismo de Reuniones	Presencia de carreras terciarias y universitarias vinculadas al turismo	Selección de Bahía Blanca como un destino-sede internacional por parte del Plan de Marketing de Turismo de Reuniones	Selección de Bahía Blanca como destino sede internacional dentro del ranking ICAA	<b>TOTAL</b>
1. Falta de articulación publicitaria en páginas web entre el nivel local, provincial y nacional, prestando datos escasos y erróneos.	2	0	1	0	0	1	2	3	0	0	1	0	1	1	1	13
2. Limitante climática, no favorece el armado de carpas para aquellos eventos que se realizan al aire libre.	1	0	0	2	0	0	0	0	2	1	0	0	0	1	1	8
3. Inexistencia de espacios físicos para el desarrollo de macro-eventos “bajo un mismo techo”.	1	0	0	3	0	0	1	0	0	3	0	0	0	1	1	10
4. Falta de articulación entre el Turismo de Reuniones y el desarrollo de otras actividades turísticas en el destino, durante el desarrollo de algún evento.	1	0	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	1	1	9
5. Inexistencia de un perfil de recursos humanos específicamente formados en organización de congresos.	1	0	1	0	0	0	1	2	0	2	1	1	3	1	1	14
6. Escases de plazas hoteleras en determinadas épocas del año.	1	0	0	0	2	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	9
7. Inexistencia de un ente encargado en organización de congresos.	2	0	3	0	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	1	12
8. Crecimiento y posicionamiento de los competidores de la Provincia de Buenos Aires, principalmente de la ciudad de Mar del Plata y La Plata	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	7

9. Posicionamiento de otras regiones sedes argentinas como Región Centro y Cuyo quienes secundan a Buenos Aires en número de eventos internacionales realizados	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	7
<b>TOTAL</b>	11	0	5	5	2	3	9	11	4	9	5	4	4	9	9	

Fuente: Carolina Figueredo, 2016.