

LA CIUDAD

CAPITAL FEDERAL
Y GBA

Festival de títeres

El Primer Festival Nacional Avellaneda 2004 largó ayer en la Plaza Alsina con funciones de títeres. La movida sigue hoy, gratis, a las 19 en el Teatro Roma.



para comunicarse con la sección ► ciudad@clarin.com

TURISMO EN LA CAPITAL

UNA TENDENCIA QUE COMENZO A CRECER DESDE MEDIADOS DEL AÑO PASADO

“Grupos de incentivo”, el nuevo fenómeno turístico porteño

► Son extranjeros que vienen a Buenos Aires como premio por cumplir objetivos en su empresa. Llegan en contingentes de hasta 500 personas. Las compañías eligen la ciudad por su oferta y sus precios.

Adriana Santagati
asantagati@clarin.com

A las nueve de la noche, el lobby del hotel Sheraton está en calma total. La mayoría de los huéspedes ya regresó de las excursiones diarias y la actividad de los congresos terminó, así que sólo se ve a algunos turistas yendo a cenar. De pronto, lo invade una **marea humana** que baja por las escaleras. Van pasando uno tras otro, ellos de traje y ellas con vestidos de cóctel. Son 500 mexicanos que vinieron todos juntos a pasar una semana en Buenos Aires. ¿De vacaciones? Algo así. O más que eso: es un “grupo de incentivo”, el nuevo **boom dentro del boom** del turismo porteño.

Este grupo, formado por 500 empleados del grupo financiero Inbursa, es uno de los tantos que está haciendo crecer un mercado que la Ciudad comenzó a explotar a mediados de 2003. Sus protagonistas son vendedores, distribuidores, ejecutivos de líneas medias de empresas a quienes, como premio por haber cumplido **determinadas metas**, les regalan un viaje. Entre otras com-



VIVA MEXICO. 500 EMPLEADOS DE UN GRUPO BURSÁTIL DE ESE PAÍS POSAN EN LA FACULTAD DE DERECHO. VINIERON A PASEAR UNA SEMANA POR BUENOS AIRES.

► Hay muy buenas proyecciones para el segundo semestre, por el verano europeo

pañías, ya vinieron empleados de Entel, Bellsouth, Pfizer, IBM y Zurich. “Estos viajes se diferencian de los tradicionales porque tienen actividades a la medida del contingente, sorpresas y regalos. El participante percibe que su vivencia fue única y que **nunca la habría podido realizar por su cuenta**”, explica Alejandro Verzoub, presidente de la empresa de incentivos y marketing AV Business & Communication, y único representante argentino en la Society of Incentive and Travel Executives (SITE).

City tours, días de estancia, cenas en restaurantes de Puerto Madero, shows de tango en Señor Tango o Esquina Carlos Gardel, viajes en el Tren de la Costa, alfajores y artículos de cuero de rega-

lon algunos de los imperdibles que se repiten en cada grupo de incentivo. Por lo general, estos turistas se alojan en hoteles de categoría con suficientes habitaciones para recibir a grandes contingentes, como el Sheraton, NH City, Intercontinental, Caesar Park y Hilton, entre otros.

“Cuando llega un grupo muy numeroso, la **ocupación se dispara** hasta el 90% o 100%”, dice Cecilia Bauzá, gerente de Relaciones Públicas del Sheraton. ¿De dónde vienen? “En su mayoría de Estados Unidos y Europa, pero por el tipo de cambio ahora Buenos Aires empieza a ser un destino posible para países de la región, como Chile y Brasil”, agrega María Fernanda Ljuba, del Caesar Park. “Son turistas muy exigentes, porque por lo general ya estuvieron en otros destinos con viajes similares”, apunta Bernardo Fernandini, director de Marketing y Ventas del Intercontinental. “La proyección para el segundo semestre es muy buena,

porque coincide con las vacaciones del Hemisferio Norte”, pronostica Walter Paulovich, director de Ventas para el Mercosur de NH.

Los “grupos de incentivo” se mueven en bloque. Vienen con un acompañante. El 90% de su tiempo lo ocupan en el relax. Y casi todos quedan fascinados. Cristina Prieto cumple con la **radiografía** de este tipo turista. Tiene 55 años y hace 27 que trabaja en Inbursa, donde vende seguros. Y afirma que la ciudad la maravilló. “Viajé muchísimo por incentivos a Estados Unidos, Canadá y Europa, pero este viaje **superó mis expectativas**. Conocer Buenos Aires de esta manera es increíble. La ciudad es bella, la gente fuerte, culta, digna y hospitalaria, y todo está muy barato”.

Por estos huéspedes –que se suelen quedar hasta diez días–, las empresas pagan entre 90 y 150 dólares diarios. Según los expertos, el negocio está en pleno desarrollo. Lo potencian las con-

PUNTO DE VISTA

Adriana Santagati
asantagati@clarin.com



Buenos promotores

Una ciudad más o menos lejana. Lugares interesantes para recorrer. Un hotel de lujo. Cenas en un restaurant sofisticado. Regalos sorpresa. Resulta muy difícil resistirse a la propuesta, y esa es la base de los incentivos turísticos como estrategia de motivación de personal. Para Buenos Aires, además de un muy buen negocio, el turismo de incentivo puede tener un positivo efecto multiplicador. Los recuerdos que la mayoría de estos visitantes asocia a esta experiencia son de placer. Y, de vuelta a casa, muy probablemente hablen bien de ese lugar donde disfrutaron tanto.

diciones internacionales, que posicionan a Sudamérica como un destino “libre de terrorismo”, la variedad de atractivos y el nivel de la hotelería porteña y, por supuesto, los precios competitivos.

“Dime, ¿en qué otra parte del mundo vas a tomar una botella de un muy buen vino en un restaurant por siete dólares?”, pregunta Xavier Soberani. Este mexicano fue uno de los primeros en dedicarse al turismo de incentivo en su país, y hoy preside Exitur, una agencia que lleva 30 años en el rubro. Con la autoridad que le da conocer prácticamente todos los destinos de incentivo del planeta, Soberani dice que “a igual oferta, **ninguno es tan económico**. Hay lindos lugares, buena comida, gente simpática y mujeres guapas. Las empresas quieren motivar a sus empleados, ¿y cómo van a hacerlo? ¿Con un refrigerador o un televisor? No, si ya todos lo tienen. Lo hacen con una palabra mágica. **Y Buenos Aires es esa palabra mágica**”.

▶ TURISMO EN LA CAPITAL

GENTILEZA AV BUSINESS & COMMUNICATION



CHILENOS. UN GRUPO DE ENTEL Y BELL SOUTH, EN EL PARQUE DE LA COSTA.

Promoción en ferias y exposiciones

A nivel mundial, hay varias ferias y exposiciones dedicadas al turismo de incentivo. La Dirección de Promoción de Ferias, Congresos y Eventos porteña tiene previsto ir el mes próximo a la LACIME, en San Pablo, y acaba de regresar de la IMEX, que se hizo en Francfort. "Llevamos material y nos trajimos contactos del mercado alemán", comentaron en la dirección.

Inclusive, la Ciudad puede ser en 2006 sede de la conferencia de SITE, una organización con miembros de 82 países. "A fin de año tendremos la confirmación. Sería importante porque le daría un nivel de exposición incomparable frente a responsables internacionales en la toma de decisiones", dijo Alejandro Verzoub, miembro de SITE y promotor de la candidatura.

LA ORGANIZO LA ONG "CICERONES" Y PARTICIPARON ALUMNOS DE VILLA URQUIZA

Una visita para chicos, guiada por expertos

Vivian Urfeig
vurfeig@clarin.com

Y si le pica la nariz o quiere ir al baño?". "¿Y si alguien les pregunta cosas, tampoco pueden contestar? Pobres..." Nicole y Agustina se compadecían de los granaderos que custodian el mausoleo del General San Martín, en la Catedral. Estas y otras curiosidades se escucharon en el marco de la visita guiada gratuita por el Casco Histórico que organizó "Cicero-nes", una ONG integrada por voluntarios que muestran la Capital a turistas y visitantes.

Ayer fue el turno de los chicos de cuarto y quinto grado de la Escuela Número 5 Consejo Escolar 14, de Villa Urquiza, que recorrieron la Legislatura, el patio del Cabildo y la Catedral. Con el lema "Conociendo mi ciudad", dos cicero-nes contestaron todo tipo de inquietudes. Como la pregunta de Camila, quien, cámara de fotos en mano, quiso saber si la llama que veía "era fuego de verdad". Ante el dato de que la llama



PASEO. LOS ALUMNOS RECORRIERON LA LEGISLATURA, EL CABILDO Y LA CATEDRAL.

no se apaga nunca, Marisa, muy convencida, explicó que "es porque le ponen mucho alcohol".

Con el objetivo de "sensibilizarse, valorar y vivenciar la ciudad donde viven", la organización amplió este servicio de visitas a la comunidad. Para Joaquín Brennan, presidente de la ONG, "intentamos brindarles a los chicos una visión no enciclopédica de la Ciudad. Si hay un piquete, o una

marcha de ex combatientes de Malvinas, que sepan de qué se trata". En la Legislatura porteña, los chicos se sintieron importantes sentándose en el recinto de sesiones. "¿Y Telerman de qué trabaja?", quiso saber Hugo, cuando explicaron las funciones del vicejefe porteño. Para concretar las visitas gratuitas hay que llamar al 4330-0800 o escribir a cicero-nes@cicero-nes.org.ar



FRECUENCIA
Historias como las tuyas. **.04**

LUN A VIE 18HS.
●●● | **telefe siempre**