

Universidad Siglo 21



SEMINARIO FINAL DE GESTIÓN TURÍSTICA

Prof. Kimberley Gava

Licenciatura en Gestión Turística

Trabajo final de grado. Manuscrito Científico

*Análisis del impacto del Hub Aéreo Córdoba en el turismo de negocios y reuniones
en la región Centro: Oportunidades de desarrollo.*

*Analysis of the impact of the Córdoba Air Hub on business and meetings tourism in
the Central region: Development opportunities.*

Felipe Moyano Vazquez

DNI: 42784000

Legajo: TUR00785

2022

Córdoba, Argentina

Índice

Resumen	3
Abstract	4
Introducción	5
Objetivo general:	8
Objetivos secundarios:	8
Métodos	11
Diseño	11
Participantes	11
Instrumentos	12
Análisis de datos	12
Resultados	12
Discusión	16
Referencias	19

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar la incidencia que tiene el Hub Aéreo Córdoba para el crecimiento del turismo de negocios y reuniones en la región Centro, con motivo de detectar las oportunidades de desarrollo del sector.

El análisis se centró en un enfoque de investigación mixto sobre dos temas importantes.

En primer lugar, analizó el cambio de comportamiento y las necesidades básicas que el comprador y el usuario de los servicios brindados en el destino pretende satisfacer con la elección de este. En segundo término, la investigación buscó cuantificar algunas características del turismo corporativo en la región.

Con la repentina llegada de la pandemia por Covid-19, el comportamiento de los turistas y las tendencias del mercado sufrieron grandes cambios en todo el mundo. La necesidad de innovar en la oferta turística con una gestión de destinos sustentables, la definición de una marca contundente y una organización en conjunto con el ámbito público y privado muestra un gran avance y el posicionamiento de la Provincia de Córdoba como destino sede de eventos de índole nacional e internacional.

Por último, con la necesidad de simular un contexto de conectividad aérea con las demás provincias y destinos internacionales, igual al que la Provincia de Córdoba transitaba entre agosto y noviembre del año 2019, concluyó que el desarrollo del Hub Aéreo Córdoba no resultó ser de suma importancia para el crecimiento del turismo de negocios en la región.

Palabras clave: Turismo de negocios, conectividad aérea, Turismo postpandemia.

Abstract

The main objective of this research was to analyze the impact of the Córdoba Air Hub for the growth of MICE Travel in the central region of Argentina, in order to detect the development opportunities of the sector.

The analysis focused on a mixed research approach on two important topics.

First, it analyzed the change in behavior and the basic needs that the buyer and user of the services provided at the destination intends to satisfy with the choice of it. Secondly, the research sought to quantify some characteristics of MICE travel in the region.

With the sudden arrival of the Covid-19 pandemic, the behavior of tourists and market trends suffered great changes around the world. The need to innovate in the touristic offer with a sustainable management of destinations, the definition of a strong brand and an organization in conjunction with the public and private spheres, shows a great advance and the positioning of the Province of Córdoba as a destination for national and international events.

Finally, with the need to simulate a context of air connectivity with the other provinces and international destinations, just like the Province of Córdoba transited between August and November 2019, the conclusion that the development of the Córdoba Air Hub did not turn out to be of the utmost importance for the growth of business tourism in the region.

Keywords: MICE Travel, Air connectivity, Tourism post Covid-19.

Introducción

Desde el comienzo de la humanidad, las personas se trasladaban con la necesidad de sobrevivir, en busca de caza y un lugar seguro para vivir. Con el pasar del tiempo, el avance de la tecnología y la evolución del sistema de transporte en todos sus medios contribuyó con el desarrollo del turismo en todo el mundo. Funciona como elemento para llegar al destino y para moverse dentro de él. El acontecimiento de la revolución industrial en Francia en el año 1760 trajo consigo la creación del ferrocarril como modo de transporte de cargas y con la capacidad de trasladar una gran cantidad de pasajeros de forma segura y rápida. Más adelante en la historia surgen nuevos medios de transporte que facilitan el traslado de una manera más rápida. La llegada del transporte aéreo es un antes y un después en la actividad turística, con este modo de transporte, el pasajero tiene la posibilidad de recorrer una distancia mayor en menor tiempo.

La extensa superficie de Argentina hace inevitable requerir de un sistema de transporte aéreo para optimizar el desplazamiento de pasajeros y de cargas. A octubre del 2022 gran parte de las rutas aéreas comerciales, que no son directas de un destino a otro dentro, ambos dentro de Argentina, requieren de una triangulación con Aeroparque. El Instituto de economía política de la Universidad Siglo 21, presentó uno de sus documentos llamado “Impacto del hub aéreo Córdoba sobre la conectividad del interior

del país” (2021) donde se refleja la importancia de descentralizar las rutas aéreas de Argentina con Aeroparque, para triangular con el Aeropuerto Internacional de Córdoba. El ejercicio de simulación muestra que hay una reducción de distancia en el 53% de las rutas trianguladas con el Aeropuerto Pajas Blancas y un 12% de reducción total de distancias.

La provincia de Córdoba es un destino que reúne una gran cantidad de atractivos capaces de motivar a los visitantes durante todo el año. Principalmente, el mayor flujo de visitantes se da durante el periodo de diciembre a marzo con un perfil de turista vacacional. Con el paso del tiempo, los destinos necesitan ser modificados y adaptados a las nuevas exigencias del consumidor.

El desarrollo económico de la región originó una serie de inversiones públicas y privadas en la infraestructura y equipamiento para la actividad turística. Con el tiempo, una nueva modalidad de turismo se consolidó en la provincia de Córdoba. La Organización Mundial del Turismo define al turismo de negocios como:

aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos, productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales de empresas y asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias. (Barrios & Simeoni, 2014, p. 14)

El turismo de negocios y de reuniones se caracteriza ante otras modalidades por la capacidad de regular la demanda de un destino gracias a que su estacionalidad no es tan marcada como el turismo vacacional. Una cualidad en el perfil del turista de

negocios es que realiza un gasto promedio diario dos o tres veces mayor a un turista vacacional.

La estructura básica que necesita esta modalidad no difiere de las otras, pero es necesario destacar el crecimiento de los sectores vinculados indirectamente a esta modalidad, promueve la capacitación y la profesionalización de las personas.

Es de suma importancia nombrar al Córdoba Convention & Visitors Bureau, una institución pública-privada sin fines de lucro que basa su misión en crear las condiciones propicias para que la provincia de Córdoba albergue eventos de alcance local, nacional e internacional, promoviendo sus ventajas competitivas de ubicación, infraestructura y bellezas naturales.

La importancia de esta investigación no se centra en el descubrimiento y la solución de una problemática. Principalmente se basa en la necesidad de descubrir nuevas oportunidades de desarrollo en el sector turístico. Las tendencias del mercado turístico mundial y el comportamiento de los turistas, sufrió un cambio accidentado por la llegada de la pandemia por Covid-19, los destinos debieron ser transformados y adaptados para satisfacer las nuevas necesidades de la demanda.

Revisar el historial de eventos de los últimos 15 años en la República Argentina, percata la importancia que tiene el turismo para el desarrollo económico de la nación. Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), en el 2019, Argentina ocupó el puesto N°18 en el ranking mundial como destino sede de eventos internacionales. Durante el mismo año, la Ciudad de Córdoba logró el 2° lugar a nivel nacional.

En la actualidad todo destino debe pensar constantemente en la necesidad de actualizar o crear una oferta innovadora para mantenerse competitivo dentro del mercado.

La presente investigación pretende ahondar sobre la optimización del uso de los recursos disponibles en la región centro gracias a una planificación estratégica para maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos en el ámbito económico, sociocultural y ambiental.

Objetivo general:

Analizar la incidencia que tiene el Hub Aéreo Córdoba para el crecimiento del turismo de negocios y reuniones en la región Centro, con motivo de detectar las oportunidades de desarrollo del sector.

Objetivos secundarios:

1. Analizar el comportamiento y las tendencias de las empresas en términos de viajes de negocios prepandemia y postpandemia.
2. Investigar la sede, el motivo y en qué periodo del año se realizan mayormente eventos de índole empresarial en la provincia de Córdoba.

Algunas preguntas que justifican esta investigación son:

- ¿Por qué es necesario la creación de nuevas rutas aerocomerciales con una triangulación con el Aeropuerto Internacional de Córdoba para fomentar el desarrollo de la actividad turística en la región?

- ¿Cuál es el comportamiento de las empresas en referencia a viajes corporativos prepandemia y postpandemia?
- ¿Cuál es el motivo, el periodo y donde se concentra la mayor cantidad de eventos empresariales en la provincia de Córdoba?

El informe realizado por el Observatorio económico de turismo de reuniones de la República Argentina (2020) “Provincia de Córdoba, Anuario estadístico, turismo de reuniones 2019” es una investigación que tuvo como objetivo exponer los resultados estadísticos de turismo de reuniones en la Provincia de Córdoba, correspondiente al año 2019, con la finalidad de mejorar la toma de decisiones, en base a información estadística única, en todos los actores vinculados al sector. El estudio se basó en una investigación descriptiva, con un enfoque cuantitativo sobre los principales indicadores del sector. Los resultados demostraron que hubo un incremento del 18% en las reuniones identificadas en comparación con el periodo 2018-2019, ubicando a la Provincia de Córdoba en el segundo puesto como destino sede de eventos en la República Argentina.

El documento “La magnitud del hub aéreo Córdoba” también forma parte de la serie de informes realizados por el Instituto de economía política de la Universidad Siglo 21 (2021) que tuvieron como objetivo estimar los impactos económicos y sociales atribuibles a un hub aéreo ubicado en el Aeropuerto Internacional de Córdoba. El primer estudio presentado tuvo como objetivo cuantificar los flujos de pasajeros atribuibles al hub aéreo Córdoba. Mediante una investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo basada en datos brindados por la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC),

concluyó que el Aeropuerto Internacional de Córdoba tuvo el mayor crecimiento entre 2016 y 2019 en comparación con Aeroparque, El Palomar y Ezeiza.

Fanjul Fernández (2013) en su documento “Análisis del comportamiento del consumidor en turismo de negocios. Características fundamentales e implicaciones estratégicas” tuvo como objetivo contribuir al conocimiento de los factores determinantes del comportamiento del turista de negocios y sus posibles efectos económicos, medioambientales y sociales sobre los destinos receptores. La autora, en una primera parte, investigó el comportamiento de los consumidores desde la demanda con el fin de unificar criterios. Formuló una serie de hipótesis que posteriormente serían aceptadas mediante una investigación explicativa con enfoque cuantitativo. Llegó a la conclusión de que el turista de negocios tiene ciertas características que lo diferencian de los demás, especialmente cuales son las motivaciones básicas y la frecuencia de los desplazamientos, el gasto turístico promedio o la estadía promedio en el destino.

Faut et al. (2017) desarrollaron un objeto de conferencia para el IV Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Investigación en Transporte Aéreo, llamado “Determinación de una red de aeropuertos en la República Argentina en función de la planificación estratégica territorial”. Como metodología, los autores decidieron caracterizar social y económicamente la República Argentina, el sistema de transporte aéreo y los demás modos de transporte utilizados dentro del país. Luego identificaron las necesidades de cada región para elaborar criterios que tuvieron en cuenta en el diseño del modelo de red aeroportuaria. Como resultado presentaron el modelo donde se muestra una descentralización en la provincia de Buenos Aires y la implementación de aeropuertos hub internacionales, aeropuertos hub regionales y aeropuertos secundarios

distribuidos estratégicamente en toda la Argentina con sus respectivas rutas aéreas para el transporte de pasajeros y de cargas.

El artículo " Transformations facing MICE tourism amid Covid-19" de Çifçi et al. (2021) remarcó el impacto negativo, las consecuencias y la transformación que sufrió el sector del turismo principalmente en la modalidad de reuniones a causa de la pandemia por Covid-19. El estudio se basó en perspectivas brindadas por profesionales del ámbito y concluyó que las nuevas tendencias del mercado implicarán realizar eventos híbridos donde una parte de los participantes estarán presentes en el evento y otra parte estará conectada virtualmente para abaratar los costos de asistencia. Otro de los resultados muestra que las preferencias de los participantes en términos de seguridad, accesibilidad y principalmente la higiene serán las variables a tener en cuenta para la elección y la presentación de los destinos sedes de eventos.

Métodos

Diseño

El alcance de esta investigación fue de tipo exploratorio porque se utilizaron diferentes recursos bibliográficos para entender el desarrollo del HAC y el turismo de negocios en la región centro. Para el primer objetivo específico, el enfoque utilizado fue cualitativo con la necesidad de describir el comportamiento de los turistas de negocios y de las empresas compradoras de servicios como también las tendencias del mercado. Utilizando algunos reportes estadísticos, para el segundo objetivo de investigación, el análisis se centró en un enfoque cuantitativo, ya que trata de cuantificar los eventos realizados en la Provincia de Córdoba, ordenar por la temática principal de realización y

conocer el periodo con mayor índice de eventos ejecutados. El comienzo de la pandemia por COVID-19 es un punto de inflexión para este análisis, resultando así una investigación no experimental longitudinal, ya que se recolectaron datos en períodos distintos en necesidad de reconocer cambios comportamentales ante variables naturales.

Participantes

Para el objetivo específico N.º 1, las unidades de análisis fueron artículos bibliográficos. Particularmente se hizo hincapié en demostrar la diferencia de comportamiento de las empresas a partir de la llegada de la pandemia por Covid-19.

Como unidad de análisis para el objetivo específico N.º 2, se utilizaron los anuarios estadísticos respectivos al periodo 2016-2019 publicados por el Observatorio económico de turismo de negocios de la República Argentina.

Instrumentos

Con la necesidad de reconocer la conducta y las tendencias del mercado ante la llegada de la pandemia por Covid-19, en términos de viajes corporativos, los datos recabados fueron fruto de una consulta a recursos bibliográficos como investigaciones, papers e informes.

Para el segundo objetivo, resultó necesario realizar un análisis de contenido cuantitativo en los anuarios estadísticos del periodo 2016-2019 presentado por el Observatorio de turismo de negocios de la República Argentina.

Análisis de datos

En primera instancia, los datos recabados fueron ordenados cronológicamente en dos grupos divididos por la pandemia por Covid-19, con la necesidad de caracterizar y mostrar las tendencias del mercado turístico ante esta situación.

En segundo lugar, se limitó el análisis a la región centro para descubrir cuáles fueron las principales sedes elegidas para la realización de eventos. Luego, resultó importante conocer cuál fue la temática de las reuniones con la finalidad de destacar la profesión de los participantes. Por último, conocer el periodo con mayor porcentaje de eventos realizados durante el año, permite realizar una comparación entre la estacionalidad de la demanda de turismo de negocios y la de turismo de ocio u otra modalidad.

Resultados

El comportamiento de las empresas, en términos de viajes de negocios y reuniones, se ve afectado particularmente por variables externas a la actividad turística. Amadeus, en conjunto con The Economist Intelligence Unit presentaron un informe llamado “El viajero austero, repercusión de los recortes de gastos de las empresas para los hoteles” (2009), donde se concluyó, luego de una serie de entrevistas a 354 ejecutivos de todo el mundo, que, ante el estallido de la crisis financiera internacional del 2008, las empresas se vieron forzadas a recortar el presupuesto en términos de viajes corporativos. La tendencia mostró disminución de costos en la categoría del alojamiento, del transporte y de la estadía promedio en el destino.

Con el desarrollo de la tecnología, la aparición de Internet en el mercado fue una solución para las empresas. La videoconferencia es un instrumento de trabajo que

presenta ventajas como el contacto inmediato y en tiempo real entre diferentes equipos de trabajo, reducción de costos en transporte, alojamiento y optimización del tiempo. Sin embargo, son muchas las organizaciones que reconocen que los encuentros presenciales tienen más posibilidades de éxito dada la interacción y empatía que pueden llegar a generar entre los participantes (Bamforth y Longbottom, 2007).

Con la restricción de circulación, el cierre de fronteras y otras medidas tomadas por la llegada de la pandemia por Covid-19 en el año 2020, los congresos, las convenciones, ferias, exposiciones y demás eventos enmarcados en el turismo de reuniones, debieron ser cancelados o reprogramados. El reporte “Reshaping the landscape: Corporate travel in 2022 and beyond” (2022) presentado por Deloitte Consumer Industry Center expone las expectativas de recuperación del sector para los próximos años. Los resultados mostrados en el informe en base a encuestas a directores y gerentes de empresas son:

- Los viajes internacionales se vieron afectados por las medidas impuestas por los jefes de estados en los destinos emisores como también en los receptores. El 54% de los entrevistados aseguran que la cantidad de viajes internacionales llevados a cabo por la empresa será menor en comparación a los niveles de prepandemia.
- La sustentabilidad es un factor determinante en la elección de la empresa y el destino del viaje corporativo, esto se debe a que las empresas buscan la tendencia de minimizar el impacto ambiental negativo, por lo cual la elección de destino depende de las políticas públicas que lleva a cabo el Estado y el fomento a la industria privada para desarrollar un destino sustentable.

- En el año 2019, el 18% de la ocupación hotelera del destino sede, dependía de las reuniones y conferencias llevadas a cabo en el mismo. Luego de la pandemia estos eventos vuelven a tomar importancia, pero en una menor intensidad. Para el cuarto trimestre del año 2021, el 57% de los eventos pasaron de ser presenciales a vía On-Line, el 52% de los eventos presenciales disminuyeron su aforo. El uso de la videoconferencia impuso una nueva modalidad, la hibridación de eventos, que se trata de dividir el aforo en asistentes conectados vía on-line y otros presentes en el mismo.

Es importante destacar la necesidad que tiene el ser humano de relacionarse con otro individuo, los entrevistados aseguran la necesidad de generar redes de contacto, solo capaz de hacerlo en eventos presenciales.

Con respecto al objetivo específico 2, en las siguientes tablas se presentan la cantidad de reuniones identificadas en la provincia de Córdoba y sus respectivas sedes, el motivo y la distribución mensual de las reuniones.

Tabla 1. Reuniones identificadas en la Provincia de Córdoba

Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
----------	----------	----------	----------

Reuniones identificadas en la provincia de Córdoba	746	733	719	835
Sede: Ciudad de Córdoba	489	497	500	588
Sede: Villa María	35	34	23	32
Sede: Carlos Paz	57	53	42	35
Sede: Rio Cuarto	33	38	32	47

Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de turismo de reuniones de la República Argentina

Tabla 2. Temática de la reunión identificada en la Provincia de Córdoba

Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Educación 108	Medicina 106	Medicina 95	Medicina 104
Medicina 104	Educación 81	Agricultura 57	Educación 84
Agricultura 66	Agricultura 70	Educación 55	Agricultura 69

Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de reuniones de la República Argentina.

Tabla 3. Distribución mensual de las reuniones identificadas en la Provincia de Córdoba

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Año 2016	11.7%	12%	12%	12%
Año 2017	12%	15%	14%	16%
Año 2018	12%	13%	17%	13%
Año 2019	14%	17%	16%	13%

Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de reuniones de la República Argentina.

Discusión

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la incidencia que tiene el HAC para el crecimiento del turismo de negocios en la región centro, con la necesidad de identificar nuevas oportunidades de desarrollo, a través de un análisis bibliográfico oportunamente seleccionado. Es importante destacar la necesidad de separar esta investigación en dos temas importantes, por un lado, el análisis de los flujos de pasajeros del Aeropuerto Internacional de Córdoba para determinar su importancia como modo de entrada y salida de turistas a la provincia. Posteriormente analizar las características de la modalidad de turismo de negocios, su demanda actual y su potencial en la provincia, para encontrar el fomento del desarrollo de esta modalidad en destinos que tienen una marcada estacionalidad a causa de otras maneras de realizar turismo.

Cabe señalar la falta de investigaciones cualitativas sobre el turismo de negocios en la provincia de Córdoba como también en Argentina. Esta investigación se fundamenta en estudios realizados por empresas e instituciones ajenas al destino, que buscan definir las tendencias del consumidor a nivel mundial. Por otra parte, los informes estadísticos utilizados en esta investigación sobre los flujos de pasajeros del Aeropuerto internacional de Córdoba presentan la particularidad de ser estudios que cuantifican los pasajeros que ingresan y egresan de la provincia sin nombrar el motivo de visita.

Los resultados del primer objetivo específico muestran que las oportunidades de desarrollo luego de la pandemia se centran en planificar estratégicamente la gestión de los destinos en conjunto con instituciones públicas y privadas. Para ello, la implementación de políticas públicas que promuevan al sector privado a invertir en infraestructura en destinos que deben modernizar su oferta es de suma importancia para actualizar su oferta turística y crear destinos innovadores capaces de competir con productos y servicios de calidad.

Luego de la crisis económica del 2001, el flujo de pasajeros del Aeropuerto Internacional de Córdoba venía evolucionando fuertemente para que en 2012 alcanzará los valores perdidos a causa de la crisis. Desde entonces, las políticas públicas, las inversiones públicas y privadas en infraestructura aeroportuaria en toda la Argentina, y el aumento en la demanda del transporte aéreo, impulsaron la llegada de nuevas compañías aéreas y el aumento de las rutas aéreas comerciales internacionales y de cabotaje.

Sin la capacidad de conocer cuáles son las características de la modalidad en la Provincia luego de la llegada de la pandemia por Covid-19, las siguientes conclusiones se forman a partir de la simulación de un contexto igual al que la provincia de Córdoba transitaba entre agosto y noviembre del año 2019.

El aeropuerto de Córdoba es un elemento fundamental para el desarrollo de la actividad turística de la región, generar una mayor conectividad con otros destinos nacionales e internacionales promueve un mayor flujo de pasajeros y facilita el aumento de participantes a eventos.

Según el Observatorio de Turismo de Negocios de la República Argentina, la ciudad de Córdoba como sede en 2019 obtuvo el tercer lugar a nivel nacional. La particularidad que presentó ese mismo año es que el 59% de los asistentes eran locales, el 36% eran nacionales y solo el 5% eran internacionales. El 28% de los asistentes utilizó el avión como medio de transporte para llegar a la provincia. El crecimiento de dicha modalidad se ve favorecida por la generación de una mayor conectividad aérea pero no se fundamenta crear nuevas conexiones solo por el hecho del turismo de negocios.

Los resultados de la primera tabla presentada, muestra la importancia que tiene la modalidad de turismo de negocios en destinos en los cuales su principal actividad económica no es el turismo. La ciudad de Río Cuarto y Villa María fueron durante 2016 y 2019 dos de las cuatro sedes más importantes de la provincia favoreciendo económicamente a la planta turística y a las empresas especializadas en la organización y la ejecución de eventos en dichas sedes.

En relación con la última tabla presentada en la sección de resultados, las experiencias que ofrece Córdoba para sus turistas son muy variadas, la distribución temporal de la demanda se presenta con una mayoría en el periodo comprendido entre diciembre y marzo por el turismo vacacional. Es necesario destacar que la modalidad de negocios se presenta con mayor intensidad entre agosto y noviembre. Es de suma importancia para el sector público y privado desarrollar y promover estratégicamente esta modalidad como un elemento regulador de la demanda para generar rentabilidad y utilizar la infraestructura disponible durante la temporada baja.

Referencias

Bamforth, R., & Longbottom, C. (2007). In *Visual Impact. The emerging face of business collaboration* (pp. 1-15). Quorcica Insight Report.

Barrios, O., & Simeoni, A. (2014). *Eventos: la logística de los servicios turísticos.*

[https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

[searchword=&searchfields\[1\]=Anuario&searchfields\[2\]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields\[3\]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas\[0\]=fields](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

Çakmak, G., Çifçi, İ., Çetin, G., & KILIÇ, C. (2021). *Transformations facing MICE tourism amid Covid-19.*

Daher, M., Crowley, E., Caputo, P., Jackson, A. J., Terry, B., & Rauch, M. (2022).

Reshaping the landscape: Corporate travel in 2022 and beyond. Deloitte

Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/transportation/business-travel-trends-outlook-2022.html>

The Economist Intelligence Unit. (2009). *El viajero austero: repercusión de los recortes de gastos de empresa para los hoteles*. <https://docplayer.es/5460933-El-viajero-austero-repercusion-de-los-recortes-de-gastos-de-empresa-para-los-hoteles.html>

Fanjul Fernández, M. L. (2013). *Análisis del comportamiento del consumidor en turismo de negocios. Características fundamentales e implicaciones estratégicas*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=146234>

Faut, R., Piechocki, J., Pitrelli, S., Nuñez De Moraes, C., & Di Bernardi, C. (2017). *Determinación de una red de aeropuertos en la República Argentina en función de la planificación estratégica territorial*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/72399>

Instituto de Economía Política. (2021). *Documento de Trabajo N°1 - La magnitud del hub aéreo Córdoba*. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/21305>

Observatorio económico de Turismo de Negocios de la República Argentina.

(2020). *Anuario estadístico, Turismo de negocios, Provincia de Córdoba*.

Observatorio de Turismo. [https://www.observatorioturismo.com.ar/](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

[index.php/resultado-filtro-publicaciones?](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

[searchword=&searchfields\[1\]=Anuario&searchfields\[2\]=Provincia%20d](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

[e%20Cordoba&searchfields\[3\]=2020&module=882&ordering=newest&](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

[searchphrase=all&areas\[0\]=fields](https://www.observatorioturismo.com.ar/index.php/resultado-filtro-publicaciones?searchword=&searchfields[1]=Anuario&searchfields[2]=Provincia%20de%20Cordoba&searchfields[3]=2020&module=882&ordering=newest&searchphrase=all&areas[0]=fields)

Observatorio económico de turismo de reuniones de la República Argentina.

(2021). *Impacto del hub aéreo Córdoba sobre la conectividad del interior del*

país. <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/21307>