

ANEXO Nº 1

Entrevistas

ÍNDICE

Entrevista AEVYT Mar del Plata y Sudeste	49
Entrevista Agencia Dynamic.....	50
Entrevista Agencia Mar y Pampa	54
Entrevista Turismo SAT	58
Entrevista Agencia Andorra.....	60
Entrevista Planeta Azul.....	62
Entrevista Hotel SENAC.....	66
Entrevista Hotel Intersur 13 de Julio (Luz y Fuerza).....	68
Entrevista Hotel San Remo.....	69
Entrevista Guía Lorena De Donato.....	70
Entrevista Guía Luciana Saulo	71
Entrevista Guía Corina Falcone	72
Entrevista Guía Alejandra Requesens	72
Entrevista Guía Silvina Melano.....	73
Entrevista Guía María Laura Socolovsky	74

Nombre de la Agencia: Asociación de Empresas de Viajes y Turismo Mar del Plata y Sudeste.

Dirección: Belgrano 2831 1er Piso, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: María Julia Muñoz

Fecha: 28 de enero de 2015

¿Qué criterios se tomaron para confeccionar la lista de las agencias receptoras de la ciudad de Mar del Plata?

Yo no sé cómo Lucía (la secretaria que nos brindó la lista por correo electrónico) habrá elaborado esta lista, pero yo acá identifico que te falta Turismo SAT y Agencia Mar del Plata. No son tantas las agencias receptoras, esperame que me fijo en un folleto que hicimos hace poco y te digo de algunas que participaron como agencias receptoras para el Maratón: Dynamic, Mar y Pampa, Pezzati, Regina y Agencia Mar del Plata, esas son las agencias más activas para ese momento en la Asociación.

Dynamic es muy tradicional en receptivo, lo mismo que Mai Travel, hay algunas que están ahora incursionando como Mar y Pampa, que ya tiene su trayectoria.

No hay ninguna que sea exclusivamente receptiva dentro de lo que es el mercado Mar del Plata. Algunas son predominantemente receptoras pero en su totalidad son ambas cosas, son mixtas. Por lo menos en nuestra ciudad se da esta modalidad, hay otros destinos en los cuales el turismo receptivo con intermediación en ese caso de Mar del Plata.

Cuando un turista llega a una agencia emisiva en la ciudad ¿hay alguna formalidad si esta debe llamar a una agencia receptiva?

Eso yo no se como lo maneja cada agencia, supongo que será parte de los nexos comerciales o no que tenga con otras agencias. Si no venden y no se dedican a ese producto no es que van a satisfacer al turista, porque no esta dentro de su especialidad ni de sus contactos. Pero si puede ser que lo refiera por conocimiento, porque acá en el sector hay mucho conocimiento entre las partes.

Recibí una lista de agencias emisoras y quería saber si ¿hay alguna agencia que sea emisiva y receptiva que no esté en esta lista?

Puede ser que haya alguna que no esté asociada a nosotros (AEVYT). Nosotros no cubrimos la totalidad de las agencias de nuestra área de influencia. Hay un porcentaje alto, pero no es la totalidad. Podría suceder, pero nosotros no tenemos conocimiento de las agencias que no están asociadas. **¿Tienen ese porcentaje de los asociados?** Es alrededor de un 80% de la ciudad de Mar del Plata y depende de la localidad varía, nosotros tenemos un área de influencia en la zona sudeste de la provincia de Buenos Aires que incluye agencias en: Olavaria, Necochea, Benito Juárez, Miramar y hay otras áreas de las que abarcamos donde se encuentran socios potenciales todavía. **Uds. Cubren un 80% de las agencias en Mar del Plata y de ese porcentaje estas (por la lista) son las que Uds. consideran que son receptoras ¿Cómo hacen para saber si son receptoras?** Hacemos encuestas y tenemos un conocimiento informal por las comunicaciones permanente con los socios y por las gestiones que nosotros convocamos hacer y por quienes son los que se suman.

Hay una Comisión de Receptivos dentro de la Asociación, como hay otras comisiones hay una Comisión de Agencias Receptoras, que tampoco participan todas las agencias receptoras porque la participación es voluntaria y también es por proyecto, entonces dependiendo de cada iniciativa se suman algunas u otras. Entonces dentro de las receptoras hay algunas más activas que suele ser poco variable y después las otras seguirán operando de forma individual, porque se trabajan proyectos conjuntos para la Comisión.

¿Cómo fue la evolución de las agencias receptoras?

Eso depende de la actividad general de la ciudad, no del perfil que tome la agencia en cuanto a su constitución. Todas son Empresas de Viajes y Turismo (EVYT) asique pueden operar los viajes, que generalmente lo que hace una agencia receptiva es eso operar. El receptivo con el mini-turismo que lo que hace es no limitarse solo a Mar del Plata, sino tener un alcance micro regional, en el cual hacen excursiones y proponen excursiones a distintos puntos de interés de nuestra región, eso hacen varias agencias. Pero bueno, muchas agencias van modificando su perfil según la demanda, la situación económica. Por ejemplo: Planeta Azul en un momento estaba muy abocado a lo que era turismo de golf, como para darte un ejemplo de una agencia, no se si la situación actual es esa, nosotros no conocemos

los pormenores de cada agencia ni las cuestiones comerciales de cada una. Se va adaptando de acuerdo a la demanda, sería ese el criterio de las agencias por cuestiones de rentabilidad, cuestiones de índole económico-financiero que cada agencia maneja.

Me habías comentado anteriormente sobre la Maratón de Mar del Plata ¿Qué agencias participaron?

Hicimos distintas gestiones con la comisión de receptivos y una fue relacionarlos con los organizadores de la Maratón “Mar del Plata Corre”, entonces se generaron paquetes conjuntos entre las agencias, especialmente destinados a los participantes de la maratón. En ese proyecto participaron las agencias Dynamic, Mar y Pampa, Pezzati, Regina y Agencia Mar del Plata. Trabajaron conjuntamente, generaron algunos paquetes con varias opciones hoteleras y algunos servicios incluidos; fue una propuesta desde nuestra asociación hacia los organizadores. Hay opciones de ese tipo desde la Asociación.

Con respecto a la los puesto en la Plaza Colon ¿hay alguna regulación? ¿Uds. desde la AEVY participaron?

Nosotros no tuvimos participación, porque eso lo regula la Comisión Nacional de Transporte. Son agencias de transporte no son agencias de viajes, lo que si a veces es una competencia desleal desde el punto de vista que alguna de ellas organiza paquetes, o sea ya incluye servicios que no son solamente transporte. Nosotros, desde la AEVYT, lo que hacemos son tareas de control y fiscalización no de regulación, no está dentro de nuestras funciones la creación de legislación, sino la de colaborar con asesoramiento. Si tenemos una función en relación a las agencias que tiene que ver con la defensa de sus intereses, por lo cual siempre estamos velando por que se cumplan las normativas, que no las afecten. Y en ese caso de controlar y fiscalizar a través de una Comisión de Legales que detecta irregularidades y se elevan a los Organismos correspondientes. No sé cuál será la realidad actual de estas casillas si estarán vendiendo o no, si se habrán migrado a locales o no, deberían estar cumpliendo alguna legislación vigente que desconozco.

¿Cuál fue la razón del cambio de denominación de la Asociación?

Porque hubo un cambio en nuestra asociación madre, la transformación de categoría a una categoría superior que es la de Federación que es una Asociación de Asociaciones. Entonces como AAVYT Regional Mar del Plata no podríamos funcionar porque no existe mas la AAVYT como casa central, sino que ahora es FAEVT (Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo), entonces nosotros cambiamos la denominación para alinearnos con ese nombre y para integrar también otras empresas que no sean solamente Agencias de Viajes, sino empresas del sector en general, abrir un poco también nuestra conformación interna en cuanto a las empresas. **¿Se han agregado otras empresas?** Todavía no porque estamos en pleno proceso de cambio y también la Federación, asique estamos adaptándonos, pero ese es el proyecto de este año. Sería sumar empresas que se dediquen actividades turísticas que no tengas tal vez su asociación propia. La idea no es competir con otras asociaciones sino captar a esas empresas que por ahí no tiene nucleamiento actual o también tener otras asociaciones como parte.

Nombre de la Agencia: Dynamic

Dirección: San Martín 2471, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Laura Paretta (Encargada del Área Receptiva)

Fecha: 2 de febrero de 2015

¿Desde hace cuánto que estás en la agencia y qué puesto ocupas?

Yo hace 33 años que trabajo en la empresa y siempre estuve en el área receptiva de la agencia.

¿Y en turismo hace cuanto tiempo que estás trabajando?

En turismo el año pasado cumplí 40 años más o menos.

¿Cómo definirías al turismo receptivo?

En realidad yo nunca uso palabras muy técnicas, yo creo que el turismo receptivo es la unión de las pequeñas cosas que llevan al éxito de brindar un buen servicio. O sea, acá hay muchos intermediarios desde el momento en que llega un pasajero a la ciudad hasta que se va, esa es una etapa del turismo

receptivo. Y la otra etapa es la promoción de la ciudad; para que una persona llegue a esta ciudad, que estamos lejos de todo, hace falta que se la conozca. A nivel nacional eso es un hecho, el tema siempre el desafío ha sido a nivel del exterior que la gente lo elija. Nosotros en ese sentido, siempre hemos tratado de vender Mar del Plata no como destino de playa porque estamos convencidos de que no podemos competir con otros destinos de playa cercanos, pero sí como una ciudad que ofrece otro tipo de atractivos que puedan llegar a interesar a los extranjeros.

¿Se dedican a captar más turismo extranjero?

Históricamente sí. En los últimos años ha habido una gran merma, el turismo receptivo ha caído muchísimo en Argentina, esa es una realidad y por lo tanto Mar del Plata se ve doblemente afectada porque no es un destino que el extranjero contemple en un viaje a la Argentina. (No podemos competir con Bariloche, El Perito Moreno) y tampoco la gente viene hacer playa acá, porque para hacer playa el extranjero va a Brasil, esa es la realidad. En general al extranjero no le gusta el amontonamiento, no le gusta la suciedad, tenemos una ciudad extremadamente sucia y puede gustarle más a otro público de los países limítrofes el tumulto digamos.

¿La actividad receptiva que realizan es eventual o permanente? ¿Cuándo es el mayor índice de turismo receptivo durante el año?

Esta agencia se creó como una agencia de turismo receptivo. El pilar nuestro, tal vez a diferencia de muchas agencias de Mar del Plata, se creó como una agencia receptiva. **¿En qué año?** Más o menos año '75. **Es un buen dato, porque digamos que no todas las agencias de Mar del Plata nacieron como Agencias receptoras.** Yo diría que es la única que nació como turismo receptivo. Después, por supuesto nosotros tenemos otra actividad que es la parte emisiva con representaciones de operadores de Buenos Aires, pero eso fue con los años. Originalmente fuimos nada más que operadores receptoras. Y también es cierto que, por supuesto,, el pico ha sido en verano, tanto a nivel de turismo nacional como extranjero y que eso con los años también ha cambiado, porque hoy la comercialización ha variado. El pasajero se maneja mucho en forma directa con los hoteles y eso nos pasa a nosotros a nivel nacional, le pasa a los operadores de Buenos Aires que ven que sus pasajeros de distintas partes del mundo contratan la hotelería directa y a ellos le piden servicio de transporte, una excursión y nada más.

¿Qué medios de comunicación utilizan para dar a conocer los servicios que ofrecen?

En nuestro caso específico, nosotros no nos manejamos con la gente. O sea, nuestros clientes son Operadores de Turismo Receptivo tanto de Buenos Aires o Agencias del interior del país. **¿y que operadores turísticos?** Son los grandes operadores de Buenos Aires, que son los que te dan el turismo extranjero: Barceló, Verjes, Viajes Insa, Euro tour, Tije, Ola, son de las agencias que habitualmente hacen las promociones de Argentina en el exterior, van a las exposiciones, a los congresos, a los eventos y dentro de esas promociones te promociona Mar del Plata; esos son nuestros clientes. **O sea, ¿no llegan ustedes directamente al turista?** No, ni tampoco vamos nosotros al exterior, porque estaríamos compitiendo contra nuestros propios clientes.

El turista, sea extranjero o sea argentino, que llega a la ciudad de Mar del Plata tiene contratado los servicios a través de una agencia en su localidad y ellos nos piden a nosotros. A nivel interior una agencia de Mendoza o Tucumán nos pide a nosotros la excursión o la hotelería y en el caso de Buenos Aires, un brasilero o un español, la agencia de España le compra a la de Buenos Aires y Buenos Aires nos compra a nosotros, ese es más o menos el circuito. **El turista no viene a la agencia y tiene contacto con ustedes prácticamente.** En el turismo receptivo no.

¿Están abocados algún público determinado, tipo contingente o turismo individual?

Nuestro fuerte siempre fue la parte individual, más allá de que obviamente si hay grupos bienvenidos sean; pero no nos caracterizamos por manejar grupos tipo “cama caliente” o esos de verano de contratación, es algo un poco más exclusivo lo nuestro. **¿Eventos y convenciones?** Sí, eso sí; eventos empresariales, incentivos. **¿Aumento mucho el tema de los eventos en Mar del Plata?** Esto es como todo y va de acuerdo a la economía del país, y en el caso de los extranjeros a la competitividad y en este momento, Argentina resulta cara. En una época una empresa en España iba hacer un incentivo y cotizaba Argentina y cotizaba Tailandia y le salía la mitad. Entonces, en lo que es incentivo influye

mucho la competitividad y hoy venir a Argentina es toda una decisión, no quedamos a mano de nada, ya un pasaje es caro y la vida acá resulta cara comparada con los otros destinos.

Estuvimos hablando con la AEVYT y nos comentaron que hay una Comisión de Agencias Receptivas. ¿Ustedes participan o participaron?

Hemos participado mucho, pero actualmente no estamos asistiendo.

¿Cómo comercializan ustedes con los operadores, como son los contactos?

Son permanentes, nosotros tenemos un tarifario con los servicios hoteleros, con la parte de transporte y con todo aquello que necesite ese cliente, para venderle un producto determinado. Entonces, si necesita información sobre pesca, tour de campo, criadores de zorros, hemos tenido de lo que se te ocurra; toda esa información se la proveemos nosotros porque es nuestra área. Los recorridos, las excursiones, las distintas ofertas, esa es nuestra función.

¿Tenes algún folleto de los servicios que ofrecen?

Ya no se usa, todo lo nuestro lo tenemos cargados en archivos; desde la descripción de un City Tour, un Sierra-Laguna, Balcarce, para productores de campo, estadísticas, y a parte muchas cosas que se arman a medida. Si vienen agricultores de Australia a ver la producción de la zona de la papa, ahí se arma algo específico para eso. Porque insisto, el extranjero no viene acá hacer una semana de playa, de hecho al público boliviano le gusta mucho venir a Mar del Plata, se sienten cómodos y según las etapas del cambio del dólar les conviene más o menos. Pero por los demás, se le brindan otros tipos de servicios, le puede interesar más conocer lo que es la zona de Laguna, de Sierra, el Museo Fangio que nosotros siempre hemos tratado de promocionarlo mucho porque internacionalmente es un punto de interés muy interesante. Actividades deportivas, para lo cual trabajamos muchas veces con la zona de Miramar; se buscan alternativas y se adapta a las necesidades de lo que busca el cliente. Muchas veces nos piden que propongamos, porque también es cierto que hay a veces un gran desconocimiento del lado de nuestros clientes (del operador de Buenos Aires o de quien sea) de lo que podemos ofrecer y de repente cuando le decís mira te puedo ofrecer una visita Laguna-Sierra, la Reducción de los Padres Jesuitas, que no tienen ni idea de cómo se inició todo esto, el Museo Fangio con un almuerzo en la estancia; entonces salís de la “Playa, Pizza y Peatonal” y le das otras opciones: un atardecer en cuatriciclo con un almuerzo, el paseo en el barco Anamora que siempre es un atractivo, una excursión de pesca embarcada. Nosotros agudizamos el ingenio como para que Mar del Plata sea una propuesta interesante, porque muchas veces aun dentro del país, una empresa “x” hace un incentivo y siempre está entre dos o tres plazas. La plaza que le cierre más en números y en atractivos es la que gana el evento; tampoco vamos a inventar lo que no tenemos, pero dentro de lo que hay se trata de darle lo más interesante.

A veces generan una propia oferta para determinados turistas o eventos, para generar esa demanda.

Claro, pero de repente tenes un grupo que te dice: “esto es un incentivo, son todos hombres”, entonces le proponemos una carrera en Interlagos, un trekking, dependerá de los intereses del grupo; ese es el trabajo del operador receptivo. Y por otro lado, siempre digo, el City Tour es la base de cualquier viaje, donde vayas y llegues a una ciudad que no conoces, lo primero que tenes que hacer es una visita por la ciudad para saber dónde estás parado. De ahí en más, vos tomas la decisión de volver o no a un lugar que te gusto, de manejarte por tu cuenta, pero tener la información mínima del lugar donde estas.

¿Los servicios que ofrecen son propios o tercerizados?

Son tercerizados.

¿Cómo crees que fue el desarrollo del turismo receptivo en la ciudad? ¿y cómo te lo imaginas a futuro?

Difícil, vamos a tener que agudizar el ingenio para poder tratar de captar más gente, o sea, es un desafío para todos los operadores receptivos, porque hoy día un señor sentado en su casa de París programa un viaje por internet, compra un hotel en Buenos Aires, en Calafate y a lo sumo pide los traslados en cada lugar; y sobrevivir de esa manera es muy difícil. Ese es el desafío a futuro. Y también se da en lo que es el emisor, porque por otro lado, hay una agencia en París que dejó de vender todo un viaje a la Argentina, porque el señor lo compro todo en forma directa. Aunque después se ven las desventajas, siempre digo que cuando vendes un hotel y al pasajero le sirven el desayuno con el café frío, después

viene y te dice de todo, pero lo compran por internet y se encuentran que el hotel no tenía la habitación, no dicen nada. También está en qué prioriza el pasajero cuando va hacer un viaje, si va ahorrarse diez dólares o tener la tranquilidad de que llega, lo van a buscar y que si tenes algún problema tenes una empresa que te va a responder cuando las cosas no se cumplieron. Y también en la medida que la gente no crea que internet es la salvadora del mundo y es lo más barato que hay. Es una herramienta. Muchas veces y me paso con una amiga, contratan un hotel en Roma que era mucho más caro de lo que yo le podía ofrecer por sistemas online. Pero esta esta cosa de mito, que si compras por internet todo es mucho más barato. Y siempre la pregunta que le hacemos nosotros es: ¿comparado con qué? ¿Cuál es el parámetro? Porque si vos te sentas acá en la agencia me pediste un viaje y yo te paso un precio tres veces más caro y vos vas a internet y supuestamente estas comprando en un sitio seguro, bueno tenes un parámetro, estas comparando. Pero sin comparar, vas y compras y decís: “compre baratísimo” y con qué lo comparaste. **La gran frase “Lo barato sale caro”**. A parte, vos estas metiendo tu tarjeta de crédito en sitios que ¿realmente son seguros? Porque en definitiva ese es el tema. Y hay mucha gente que le ha ido muy mal, pero no te lo cuenta porque creyeron que eran muy piola porque compraron muy barato. Es un desafío del agente de viajes en general.

Entrega de tarifario de hotelería en Mar del Plata y de la excursión al Museo Fangio.

Los tarifarios de hotelería salen todas las semanas en LA.DE.VI (Revista La Agencia de Viajes) con precios, promociones, sin comisión, porque si la revista la agarra un pasajero, no estamos actuando en forma desleal con nuestros clientes que son los operadores. Si llama una agencia, le damos comisión sobre eso. Y esto es lo que te decía del Museo Fangio, que hemos hecho muchas cosas con ellos.

Básicamente los servicios que ofrecen son desde excursiones, hotelería, todo, traslados, servicios de guía, hoteles, lo que se te ocurra. Podemos organizar cenas, almuerzos, actividades recreativas, paintball, lo que sea.

El turista individual, que llega a Mar del Plata y quiere hacer una excursión ¿Cómo se contacta con ustedes?

Cuando el pasajero, por ejemplo, un norteamericano y pide servicio de guía en inglés, entonces la guía lo recibe, le da la oferta de la ciudad, lo ubica en la ciudad y si al pasajero le interesa puede llamar al guía para hacer la excursión o no.

Es interesante lo que nos contas, porque no pensábamos que había mucho turismo receptivo, si que viene mucha gente, pero no que hagan excursiones.

Esta empresa como te decía, se creo como turismo receptivo hemos atendido todos los grandes cruceros que en una época entraban. Lamentablemente nosotros tenemos la sensación de que Mar del Plata se fundo hace diez años y que todo lo que se ha venido haciendo antes es como que no existió. De hecho esta empresa, en algún momento, ha salido a promocionar Mar del Plata desde lo institucional como para tratar de que se sepa en otros destinos, que existía una ciudad a 400km de Buenos Aires. Se han hecho muchas cosas y se hacen, lo que pasa es que uno no lo sale a comentar lo que recibimos o dejamos de hacer. Hay algo más de esto que se ve. Lamentablemente, insisto, estamos recibiendo muchos menos extranjeros que en otras fechas, eso es una realidad. Si bien hay mejor hotelería, sin lugar a duda, también es cierto que cada vez que me levanto a la mañana y veo la mugre que hay, es imposible y cuando nosotros contamos que hemos recibido gente en el vuelo de la mañana y salieron en el vuelo de la tarde porque no les gustó lo que ven; es una realidad que atenta contra el turismo que a uno le gustaría generar.

¿A ustedes los eventos deportivos los ayudan bastante?

Si porque hay algunos eventos que traen mucho público, por ejemplo la Copa Davis, el preolímpico de Básquet. Hay algunos eventos que cada participante se maneja por las suyas o hay eventos donde participan mucho las agencias, este invierno pasado se hizo el Seniors de Rugby que trajo mucha gente; ahí si participaban las agencias.

Todo lo que es turismo internacional se maneja con mucho tiempo, entonces, por ejemplo que hoy recién estemos recibiendo las tarifas para marzo, hace que Mar del Plata no pueda estar en el calendario o no pueda salir en los tarifarios que se hacen con un año de anticipación. Nosotros ya estamos cotizando cosas para el 2016, porque hay gente que ya tiene pensado algún evento o algo, y

eso también es muy difícil. Por ejemplo, va a entrar un barco a Mar del Plata por la terminal de cruceros en noviembre de 2015 y después en el verano de 2016, imposible de cotizar. Ahí está también como, en lo que es el turismo internacional y nacional, atenta la inestabilidad económica porque nadie va a arriesgar su negocio en una cotización que no puedas tocar de acá a noviembre de 2015, entonces, bienvenido el barco, podemos ofrecer City Tour y un Sierra-Laguna, pero ¿Quién pone un precio? Y nosotros no somos una asociación sin fines de lucro, lo nuestro es un negocio, entonces eso también atenta muchísimo contra el turismo receptivo, tener que dibujar una cotización más o menos cierta, sujeta a cambios, porque por ahí de acuerdo a la evolución en los cambios puede resultar muy cara o te quedaste corto, entonces se hace complicado.

Nombre de la Agencia: Mar y Pampa

Dirección: 20 de Septiembre 1925 EP Of “B”, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Graciela Caratozzolo (Encargada del Área Receptiva)

Fecha: 24 de febrero de 2015

¿Hace cuánto que estás trabajando en turismo?

Soy guía de turismo ya desde hace muchos años, estude en Buenos Aires y acá en Mar del Plata hace 14 años que estoy. La agencia la abrimos en el 2009, en realidad no era en un principio mi objetivo, porque siempre me gusto trabajar como guía de turismo, pero una de mis hijas estudió turismo y decidimos abrir la agencia con un perfil familiar. De a ratos estoy en la agencia, pero mayormente me desenvuelvo en viajes o en excursiones.

¿Cómo definirías el turismo receptivo en general? ¿Y en Mar del Plata?

En general es importantísimo el turismo receptivo, es una de las patas más importantes del turismo que es lo que genera realmente ingresos para los residentes del lugar. Hay que analizarlo bien, hacerlo con un estudio previo, está muy bueno recibir turismo pero también hay que cuidar y no desvirtuar la cultura, las costumbres del lugar; pero es una fuente de ingresos muy importante para los residentes, no solo aquellos que trabajan directamente con el turismo, sino también aquellos que indirectamente se benefician. Eso hay que evaluarlo siempre, se trate de una ciudad, de un pueblo.

Tuve una experiencia que te puedo contar como para resumir. Este domingo hicimos el tren turístico Tandil – Vela, fuimos hasta Tandil con un grupo ahí abordamos el tren y estuvimos todo el día y permanecimos casi 3hs en Vela. Vela es un pueblo totalmente detenido en el tiempo que recién ahora el tren comenzó a funcionar nuevamente desde agosto del año pasado, asique está todavía como gestándose un poco la movida turística. Charlando un poco con la gente de la delegación municipal, están tratando de darle un impulso y vimos como esto del tren puede modificar bastante un pueblo que esta como aletargado. El tema es que la gente de Vela, los velenses, tomen conciencia del potencial que tienen y todavía no se dieron cuenta. Por eso te digo, el turismo receptivo puede cambiar hasta la historia del lugar, de un pueblo y la gente queda admirada, no solo el grupo nuestro, sino toda la gente que estaba en el tren, a lo mejor son dos vagones donde debe haber 150 personas por lo menos, estaban todos fascinados con lo que se veía. Y de pronto había un comedor muy mal atendido, un bar tradicional que tenía solo un par de opciones; si ellos se ponen de acuerdo y lo saben organizar, realmente ese día hubieran hecho una movida interesante; esto es como para darte un ejemplo.

Ahora focalizándonos en Mar del Plata. Mar del Plata es una ciudad muy turística, pero el turismo receptivo es raro. Fíjate que en verano, salvo los hoteles que son los que realmente trabajan, el resto del turismo es muy básico, o sea hotelería y gastronomía, aunque cada vez este un poquito para atrás, porque tenemos un tipo de turismo en verano que deja muy poco. Nosotros, las agencias, somos muy pocas las que hacemos excursiones, tenemos una competencia desleal, que son los que yo llamaría “kioscos en la plaza Colón”, que tienen una habilitación precaria, entonces ese barquito olitas, el trencito, te lleva a pasear a la gente, a dar vueltitas sin un contenido. Nos pasa permanentemente que ha venido gente a pedirnos un City Tour y nos dicen “tomamos el de la plaza Colón y no nos sirvió de nada”; pero contra eso evidentemente nadie puede hacer nada, es un tema de larga data; no de esta gestión, sino de gestiones anteriores, pero los años pasan y nadie lo soluciona. Mientras que funcione y de esa manera, no vamos a evolucionar en lo que es turismo receptivo. Además hay que tomar conciencia de todo el potencial que tiene Mar del Plata y todo el partido; entonces no nos podemos limitar en llegar al turista con un barquito que da vuelta por la ciudad, o sea hay que apuntar a algo

mejor. Si queremos ganar en cuanto a nivel turístico, en lo que es el turismo receptivo, tenemos que mejorar la oferta, hay que revisar un poco lo que es la oferta hotelera, sigue habiendo hoteles sin ninguna estrella, sigue habiendo lugares que no entiendo cómo funcionan; entonces si no mejoramos ese nivel. Tenemos como ejemplo Tandil, un ejemplo bien cercano, Tandil implemento el turismo de una manera muy ordenada. Le han dado un perfil para un público determinado, entonces no tenes en Tandil, salvo algunos casos que está muy bueno que estén, hotelería medio pelo como la podes encontrar en Mar del Plata. **Incluso también tienen una ley o un decreto por el tema de que los guías de turismo tienen que ser de Tandil.** Acá también esta esa ley pero no se cumple. De nada sirve tener las ordenanzas sino se implementan, ese es un punto flaco que siempre tuvo Mar del Plata, los guías no hemos logrado, me incluyo, ordenarnos. La legislación si bien esta, no acompaña la labor de los guías, entonces por eso cualquiera viene a Mar del Plata y dice cualquier cosa y hace un City Tour, porque son más los que no son guías los que están trabajando, ese es un problema grave. Pero mientras que desde las autoridades no lo solucionen, es muy complejo.

¿En qué consiste el turismo receptivo que brindan desde la agencia?

Nosotros tenemos la agencia de turismo, tenemos vehículos propios y yo soy guía, si tengo que contratar voy a contratar un guía profesional registrado en el EMTUR. Trato en lo posible de resolverlo entre nosotros, siempre trabajamos en el núcleo familiar.

¿Qué tipo de excursiones ofrecen?

Para el turismo, que en realidad este año no trabajamos mucho, porque el tipo de turismo que está llegando en verano lo único que busca es playa. Eso ya lo conocemos, no se puede competir con la playa en verano. Pero bueno, para el turista, lo que más piden es el City Tour y Laguna y Sierras. Por lo general cuando uno quiere involucrar al turista en otro tipo de excursiones un poco más largas, resulta difícil. Este año no lo hemos hecho, si en otros años, un City Tour Nocturno con Cena Show, eso les gusta, funciona bien. El resto del año trabajamos más que nada con lo que es hotelería 4 y 5 estrellas, que nos llaman para algún City o alguna excursión en forma exclusiva, de pronto 2, 4 pasajeros; nosotros tenemos una combi chiquita, que ahí podemos llevar hasta 8 pasajeros. Entonces a partir de ahí podemos ofrecernos casi en forma particular con precios que se adecuan a la cantidad de pasajeros. Cuando se puede hacer más personalizado, uno tiene la posibilidad de ampliar, de mostrar cosas o de hacer otros circuitos, saliendo un poco de lo convencional, además es un público diferente al del verano, totalmente diferente.

¿En qué época del año tienen mayor cantidad de este tipo de turismo?

En verano algo hay y mayormente entre marzo y noviembre que son los meses de congresos, de ahí es de donde hacemos más excursiones para el turismo, pero es un tipo de salidas que de pronto te están llamando y te dicen si en 2 horas podes hacer un City Tour. O sea hay que estar siempre disponible. Y lo que trabajamos bastante nosotros es para los residentes del Partido del General Pueyrredón, hay un público muy amplio con el cual hacemos salidas casi todos los fines de semanas.

¿Y qué tipo de salidas hacen?

Salidas no convencionales, como la que te conté del domingo pasado Tandil – Vela, buscamos mucho lo que es pueblo, pueblos ferroviarios, estancias, nos abocamos mucho al turismo rural, que es lo que prácticamente no hace nadie. El otro domingo, por ejemplo, fuimos a la reserva de Mar Chiquita, ingresando a la reserva, que es una salida de todo el día, que la gente hasta que llega el lugar no tiene idea de lo que va a ver, realmente es algo fantástico.

Todas nuestras salidas tienen que ver con un entorno vinculado más que nada al turismo rural, a lo cultural, a medio ambiente, naturaleza que al fin y al cabo tiene que ver con lo que a mí me gusta y veo que a la gente también. **La gente necesita salir de la ciudad, del caos...** si tal cual, a parte vos ves el resultado de cómo se siente la gente después de un paseo, es una tarea bastante gratificante.

¿Cómo se dan a conocer con la gente?

Publicidad no hacemos. Es un trabajito de hormiga que a través de los años están dando un buen resultado, pero hay que ser paciente. Trabajamos con la divulgación a través de internet con Facebook, correo electrónico; las redes sociales funcionan muy bien y después bueno, por supuesto que el que

vino a un paseo lo va a recomendar, eso sería lo habitual; entregamos folletería que hacemos nosotros y así provocamos un efecto multiplicador.

¿Trabajan con Operadores Turísticos?

Sí, porque somos una empresa de turismo; entonces también trabajamos en lo que es turismo nacional, yo te hablo puntualmente del turismo receptivo porque es tu consulta. Pero por supuesto que tenemos otros operadores, pero más trabajamos con operadores locales, los que hacen las salidas grupales en bus. Y nosotros también organizamos salidas grupales pero que difieren bastante de lo convencional.

Por ejemplo, algo que hacemos regularmente a partir de marzo hasta noviembre, principios de diciembre, son los viajes a Buenos Aires, yo guío también Buenos Aires; tengo un poco la ventaja de poder guiar a los lugares a donde voy, salvo las excepciones donde hay que tomar puntualmente un guía local, pero en general puedo manejarlo por mis propios medios. Por ejemplo ya en marzo arrancamos con viajes de fin de semana, Buenos Aires generalmente lo hacemos sábado y domingo; hacemos un día en Puerto Madero, La Boca, lo que pasa es que hacemos mucho a pie para que la gente conozca y al otro día hacemos Palermo y Tierra Santa. Voy variando en cada viaje los circuitos, inclusive este circuito es bastante convencional, pero hay otros, que en general, la gente no conoce. Ahora estoy programando uno para el 25 de Mayo para ir a lo que fueron los talleres ferroviarios de Remedios de Escalada, en el sur del conurbano bonaerense y ese día vamos a ir, porque los 25 de Mayo se ponen en marca las locomotoras. Esas salidas entre otras, son alternativas que de pronto en las salidas grupales que se hacen, no están.

Ustedes si bien trabajan con los Operadores haciendo la parte emisiva ¿Cómo funciona en la parte receptiva? La gente que reciben en Mar del Plata, ¿es por lo que envían los Operadores, o es todo de “boca en boca” o a través de las redes sociales?

Recibimos también turismo nacional que viene a la ciudad, que nos piden un paquete ya armado son alojamiento, con gastronomía y excursiones; que es lo que nosotros también ofrecemos. El receptivo puede abarcar todos estos rubros o solamente lo que es excursiones, lo manejamos según la demanda.

¿Trabajan con contingentes?

Los contingentes que llegan a la ciudad, yo esto lo veo cotidianamente, traen un coordinador con todo armado, y el coordinador sabe poco y nada pero los lleva a dar vueltas. Nosotros tenemos una onda más tranquila, más personalizada; de pronto por ahí hay grupos que llegan y me piden el servicio, ya sea alojamiento, las salidas que por supuesto tenemos la capacidad de ofrecerlo, pero no es lo más habitual.

¿Participan o participaron de la Comisión de Agencias Receptivas dentro de la AEVYT?

Siempre participamos, pero es muy difícil llevarla a cabo. En realidad agencias que hagan receptivos somos muy pocas y cada vez que quisimos generar algo, algún proyecto, cuando lo elevas ahí viene la dificultad. Estamos en una ciudad compleja para el turismo.

¿Se manejan con FreeLance o promotores?

En algunos casos sí, lo que pasa que tenemos que ver que *freelance*, de que persona se trata; pero sí trabajamos. Hay gente de nuestra confianza que sí trabaja con nosotros, pero siempre tratamos de respetar la comisión, pero que el pasajero venga hasta acá la agencia y que podamos conversar antes de cualquier seña que pueda dar el pasajero.

Desde tu experiencia ¿Cómo ves la evolución del turismo en la ciudad? ¿Cómo lo ves a futuro? Y ¿Qué cosas podrían mejorarse?

Por el momento le veo una involución, esa es la realidad, la triste realidad. Yo creo que para cambiarlo, habría que cambiarlo de raíz, de fondo. Hay que radicar todos esos puestos de la plaza colon, como número uno. No hay que permitir el ingreso de micros dentro de la ciudad; tendrían que quedarse en un punto determinado fuera del área céntrica y a partir de ahí manejarse con vehículos locales, vehículos más chicos; eso daría muchísimo trabajo. Esos vehículos tendrían que tener el acompañamiento de un guía, habría que organizarlo de manera tal que genere ingresos para nosotros, porque se nos va de las manos y los que estamos en la ciudad vemos como los otros se llevan nuestro trabajo. Creo que esas dos patas serían fundamentales. Que la agencia cuando viene a nuestra ciudad se tenga que remitir a una agencia de turismo, que para eso estamos, y para eso hicimos un trámite previo y pagamos mes a

mes toda la parte impositiva; entonces habría más agencias con esta oferta en turismo receptivo. Habría que regularizar la labor de los guías y de transporte. A parte, más allá de esto que digo, la ciudad está sumamente desprolija en el tránsito con todos los micros que están circulando y parando en cualquier lugar. Creo que esos tres puntos serían básicos y muchas cosas más, que puedan intervenir más los que trabajamos, los profesionales en turismo, que tengamos más participación en todas las decisiones vinculadas al turismo; que no sea solo la decisión de un par de personas que están en un puesto político.

¿La agencia surgió como agencia de turismo receptivo?

No, nuestra idea es hacer todo tipo de turismo, pero toda agencia tiene un perfil. Nosotros estamos registrados como Empresa de Viajes y Turismo Cultural, ese sería un poco nuestro perfil; que cada salida que organicemos tenga un perfil cultural, respetando la cultura de cada lugar. Inclusive trabajamos bastante, estamos intentando organizar un evento con turismo sustentable, que va a ser fuera del Partido del General Pueyrredón. Estamos intentando una reunión por ese tema ya que acá no se está trabajando, alguna vez se intentó hace unos años, con lo que fue el camino del gaucho, que al final quedo sin efecto; pero tratando de reflotar un poco porque hay muchísimos emprendedores, que habría que organizar, hay mucho potencial en toda la zona; hacer algo más allá de un municipio, hacerlo a nivel región.

¿Cuál es tu perspectiva, como guía de turismo, sobre el turismo receptivo que se da en Mar del Plata?

En realidad el guía de turismo no vive de esa profesión. La mayoría hace otra cosa y vos te encontras siempre con el mismo problema, necesitas un guía y no puede porque está trabajando en otra cosa, entonces es un círculo que nunca se cierra. Somos muy pocos los que trabajamos como guía, hay un par de chicas que trabajan en Costa Atlántica; y como guías prácticamente no pueden sobrevivir. Es una lástima que en una ciudad como ésta los guías no tengan trabajo, es una paradoja, algo hay que hacer.

Las agencias cuando necesitan una excursión me las piden a mí, esa es la realidad. Porque las agencias no tienen, vos en la agencia le puedes pedir un paquete pero al momento de contratar transporte y guía, me llaman a mí. **La gente que entra a, por ejemplo, Pezzati pidiendo una excursión, ¿te llaman a vos?** Claro, yo a Pezzati le paso una cotización y ellos lo ponen dentro de un paquete y a mí me paga Pezzati no el pasajero. Esa es otra de las formas que tengo de trabajar. Por un lado hago lo nuestro, que me contraten a mí directamente y también trabajo para otras agencias. Nosotros permanentemente actualizamos el tarifario de Tranfers, de excursiones damos las más tradicionales y después nos consultan para algo puntual.

Nosotros la información de lo que ofrecemos lo mandamos por correo electrónico y le llegan a nuestros clientes y a las agencias, pero las agencias no se molestan mucho en comercializar una excursión, porque uno le comisiona el 10%, no es plata, la agencia apunta a otra cosa. Mayormente cuando tiene una consulta, que el pasajero le dice “quiero hacer algo distinto”, entonces ahí si recurren y nos preguntan, pero son muy pocos; más vale los sindicatos comercializan más lo que nosotros hacemos, más que las agencias. Porque en realidad si te pones a analizar, de pronto estas ofreciendo una excursión ponele de \$200, que cobra \$20 de comisión por pasajero es insignificante, pero yo tampoco puedo manejar otros valores dentro de una excursión porque no me dan los costos.

Pero te imaginas, es muy diverso lo nuestro y estamos abierto a cualquier tipo de consulta, mas como también tenemos el área de transporte nos preguntan mucho, porque es un tema bastante dificultoso a resolver en la ciudad, o sea, vas a ver circulando combis, micros, minibuses, pero a la hora de contratar a alguien te queda muy poco; hay que tener en cuenta quien tiene los papeles en regla, como está el vehículo, si para hacer un viaje de tantos kilómetros el vehículo es incómodo, que tipo de público; porque de repente me están pidiendo un grupo que va a ver un partido de futbol a Buenos Aires, se le puede dar un vehículo estándar, pero si es un grupo de un centro de jubilados, tengo que pensar qué tipo de butacas, hay un montón de cosas, hay que conocer al chofer, y como tenemos vehículos propios sabemos de qué se trata. Nosotros también trabajamos con eso, nos consultan y nos piden puntualmente un vehículo.

Ahora en este momento repunto bastante lo que es mini turismo y turismo nacional y se ha quedado el turismo internacional, por los costos. Entonces la gente, qué es lo que le pasa, el trabajador no puede invertir en nada, entonces lo poco que le queda lo utiliza para ocio y mayormente lo que es el mini turismo; excursiones o salidas con una, dos, tres noches a lo sumo, que es lo que le permiten sus ingresos. **Y es lo que hace que Mar del Plata también durante el año tenga más movimiento.** Claro que venga más gente, pero que en realidad lo único que hace es estar. Realmente habría que hacer algo

“Relevamiento y descripción del Turismo Receptivo en la ciudad de Mar del Plata”.

para mejorar lo que es el nivel de turismo en Mar del Plata. Yo creo que lo importante no es que vengan más de 1 millón de personas en enero, creo que va más allá de eso y que los que estamos en turismo tendríamos que bregar por ese motivo sobretodo. vemos lo que pasa, puedo dar fe de que jamás te controlan en ningún vehículo si hay un guía o no, porque yo renuevo mi credencial del EMTUR y pago lo que me cobran para eso, además te piden que cuando vas a renovar la credencial tenes que acreditar un curso en la ciudad, puede ser el de experto en Mar del Plata, pero tenes que demostrar que en ese periodo que vos hiciste algún curso, algo que te haya motivado a investigar en la ciudad; ese es un condicionante para renovar la credencial, la última vez me cobraron cien, ciento y pico, yo lo pago, pero lo cierto es que en todos estos años jamás me la pidieron. Ese es un tema sobre el cual habría que trabajar. Y voy por la calle y de pronto veo que pasa una combi con un chofer que está guiando.

Nombre de la Agencia: Turismo SAT

Dirección: Colón 3083, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Sergio Mauriño (Depto. De Eventos, Congresos y Convenciones)

Fecha: 24 de febrero de 2015

Tené en cuenta que no todas las empresas hacen turismo receptivo acá en Mar del Plata, son pocas. Nosotros receptivo convencional no hacemos casi nada, te condiciona la demanda en realidad. Nosotros hacemos, lo que puedes meter en receptivo, congresos, convenciones, lanzamientos, capacitaciones, eso puntualmente. Y lo que es receptivo convencional hacemos algo con AMICHI, pero más que nada como tenemos una relación comercial, para atender algunas personas que mandan, pero nada más. Quizás alguna de las empresas que trabajan con nosotros con los eventos, que por ahí tienen un cliente que mandan para acá, también le brindamos los servicios de un receptivo convencional, pero es un cliente propio de la empresa.

¿Cómo hacen el contacto con las empresas?

En un primer momento habíamos hecho una presentación de Mar del Plata como destino de Congresos y Convenciones, por allá por el '90 y largo, y ahí quedaron las relaciones comerciales y después se van pasando el dato entre las propias empresas, los vendedores se van pasando entre las empresas. Trabajan en una empresa con una cartera de clientes y después pasa a trabajar a otra empresa con su cartera de clientes y con su cartera de proveedores.

El otro día salió un artículo, donde decía que Mar del Plata figuraba en el puesto 17 del ranking internacional sobre turismo de congresos y convenciones y que había aumentado al doble la cantidad de eventos que se realizan en la ciudad.

Si, igualmente eso todo con pinzas. Lo cierto es que, desde hace unos años a esta parte, hay más destinos de congresos en Argentina en general. Antes era Capital Federal y Mar del Plata como destinos principales de eventos y ahora ya tenes que sumar, al sur van mucho, a Rosario van muchísimo, Iguazú lanzo su Buró hace no demasiado y también tiene un destino de congresos y convenciones que está arrancando pero es muy fuerte, Salta también lo mismo, Mendoza, o sea que en realidad Mar del Plata como que fue perdiendo lugar frente a otros destinos.

¿Ustedes trabajan como operador turístico?

No, nosotros somos agencia de viajes convencional y éste es el departamento de eventos, congresos y convenciones y lo que es receptivo puntualmente algo; algunas empresas que son clientes y quieren que atendamos algunos pasajeros de ellos, no hay problema se los atendemos, pero no es lo que generalmente hacemos. De receptivo hacemos lo convencional que es lo que nos piden (City Tour) y siempre individual, nunca grupal, salvo que haya un grupo que quiera ir al Anamora, los mandamos con AMICHI al Anamora, pero generalmente el transporte lo haces en privado. De hecho hay muy poco acá que sea grupal.

El turista que viene por sus propios medios ¿llega a contactarse con ustedes?

Por ahí sí, pero no ha pasado. Siempre son las empresas las que se contactan con nosotros. El turista individual no se contacta con nosotros. De hecho el turismo individual que llega a la ciudad es gasolero y Mar del Plata es una ciudad fácil, no tenes demasiado para ofrecer, sabes que está el Anamora, que las

excursiones que tenes todo el mundo las conoce y son accesibles. El que viene a Mar del Plata generalmente conoce el destino, se puede manejar por su cuenta o ya vienen por ahí en los tours comprados en los ómnibus que vienen del norte, pero ese tipo de turismo ya viene con todo pago y hay algunas agencias que le hacen algún tipo de receptivo acá.

¿Qué eventos tienen próximamente?

Ahora hay una convención de PepsiCo en marzo, después hay una reunión de ventas grande de marcas tecnológicas, donde van a estar Garbarino, Fravega y otras empresas más. Estos eventos que se realizan vienen generalmente de todo el país, es muy raro que vengan de un solo destino.

¿Qué servicios se le ofrecen a las empresas que los contratan?

Servicios de lo que se te ocurra que haya en el evento desde los mobiliarios, las cenas de bienvenida, de despedida, los shows que puedan necesitar, transporte, actividades para acompañantes, recreación, capacitaciones relacionadas al tema.

¿el tema de la recreación en las empresas es nuevo en el país? No, lo hacen muchísimas empresas; trabaja el departamento de Recursos Humanos que tiene una idea de trabajar un año enfocado en algún producto en particular que quieran lanzar o algo nuevo que quieran innovar, entonces la empresa con las actividades recreativas más o menos asocia la idea que ellos tienen con los juegos para que puedan transmitirle la idea a los empleados, eso lo hacen siempre, hace mucho. Generalmente son las grandes empresas nacionales, la empresa que se te ocurra, hacen las actividades hacia adentro hacia su propio grupo o hacia afuera cuando quieren promocionar algún producto o a buenos clientes les hacen dos días en Mar del Plata con actividades y algunas charlas que serían los grupos de incentivo, tanto de sus clientes como de sus empleados.

¿En qué época del año hay más cantidad de eventos?

Marzo, abril y mayo; baja junio, julio y agosto y después septiembre, octubre, noviembre y diciembre. En septiembre comienza recién a moverse un poquito pero sube en octubre, noviembre y diciembre. En verano nada, serían 7 meses al año.

¿Desde cuándo están abocado al turismo de eventos y convenciones?

Desde 1998.

¿Cuál es tu opinión del turismo receptivo de la ciudad de Mar del Plata? ¿Cómo lo ves en unos años y qué podría mejorarse?

El turismo receptivo convencional no ha variado prácticamente nada desde que me acuerdo. Más o menos es el mismo perfil de gente, no veo perspectiva de grandes cambios; si lo que se ha notado que no es tan marcada la estacionalidad esta como más dispersa durante el año con los fines de semana. Pero en cuanto al tipo de gente que viene no ha variado demasiado; es un público que gasta poco. Hay mucho turismo de segunda residencia que viene a Mar del Plata, que conocen el destino y se mueven por su cuenta. La demanda te condiciona, cuando aparece un recurso nuevo parece que va a cambiar, puedes llegar a vender algo, pero después sucede lo de siempre, se estanca, el turista se maneja por su cuenta.

El turismo de congresos y convenciones lo que ha sucedido es que hay mayor cantidad de destinos por lo que Mar del Plata fue perdiendo lugares. Después muchísimo de lo que hay de congresos y convenciones que están en la estadística de Mar del Plata, es lo generado en la propia provincia de Buenos Aires, pareciera que tenes muchísimos más eventos, que los hay, pero no se desprende un beneficio económico hacia los prestadores de servicios.

A futuro Mar del Plata cuando comienza como destino de congresos y convenciones tenía una gran ventaja que era el valor, había infraestructura, el destino que de por sí es lindo y comparativamente éramos muy competitivos. Y ahora más o menos, porque sobretodo en hotelería estamos en las mismas condiciones. Sacan números en otros destinos y no somos competitivos como antes. Y por atractivo hasta por ahí nomás, porque competimos con Mendoza, Salta, Iguazú y el clima que es un condicionamiento terrible. A todo esto le sumamos la poca frecuencia aérea que tenemos. En esta temporada tenemos 4 vuelos, pero en la época que más nos interesa a nosotros tenes dos vuelos por día, mucho tiempo de aeropuerto y en dos horarios que no calzas con otras combinaciones.

“Relevamiento y descripción del Turismo Receptivo en la ciudad de Mar del Plata”.

Por ejemplo si viene alguien del interior en un vuelo que sale aeropuerto a destino Salta, Tucumán, Mendoza, los vuelos salen temprano a la mañana, viene alguien de Salta, llega a Aeropuerto a las 12hs del mediodía y ya no tenes vuelos Mar del Plata porque el vuelo para Mar del Plata sale a las 8hs de la mañana, con lo cual a esa persona lo tenes todo el día en aeropuerto o le tenes que poner un auto privado para venir a Mar del Plata; o si juntas un grupo, ese mismo problema que te dije recién lo tenes con 800 personas. Si bien esta el buró de congresos y convenciones hay cuestiones de fondo como éstas que no se solucionan, donde debería intervenir un organismo para pedir más vuelos, regular las tarifas que pasan los hoteles, para que el hotel no saltee al intermediario y que haya lealtad comercial.

Nombre de la Agencia: Andorra

Dirección: Tucumán 2214, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Juan José Castellá

Fecha: 11 de marzo de 2015

¿Qué es para vos el turismo receptivo?

El turismo receptivo es el turismo que llega a Mar del Plata vendido por operadores externos de Mar del Plata. Las agencias ofrecen la hotelería de Mar del Plata con las distintas opciones de excursiones y recorridos que puede haber en la ciudad a parte de la estadía que van a realizar los pasajeros en Mar del Plata.

La comercialización se hace entre agencias marplatenses y agencias del interior del país como pueden ser también del exterior. En general es del interior del país. Este año se ha visto bastante, a partir de febrero gran cantidad de grupos y ahora en marzo también, en enero no tantos. Lo que compite mucho es el tema de los alquileres de departamentos que saca venta de las camas hoteleras. Pero ese es un negocio que en Mar del Plata es lógico que haya, por la cantidad de departamentos que hay en forma ociosa. Siempre va a estar esa venta, no hay solución. Y después la oferta que hay dentro de la mismo receptivo que uno ofrece, sacando la hotelería, los circuitos turísticos que ofrece Mar del Plata que en realidad no está promocionado, no está bien trabajado a nivel institucional y municipal, no hay una política para cambiar. Tenemos ventas acá en la plaza, llega el 28 de febrero cierran todo; pero que ocurre, durante el verano uno puede tener una agencia con los servicios de excelencia que tiene que tener Mar del Plata y no vende más de 10 pasajeros para hacer un City Tour, porque compite con coches de fantasía, llámese trencito, barquito, combis o colectivos con guías de choferes y a gente, después de que toma ese servicio, se da cuenta ha sido engañada. Lo que ocurre es que los valores difieren mucho de un trencito de alegría a un City Tour con los equipos que corresponden, un vehículo con aire acondicionado con guía especializado, es otro el valor y otro el recorrido también. Entonces ahí hay una “competencia”, hubo muchas idas y venidas con distintos gobiernos y nunca se llegó a un acuerdo. Entonces las agencias en si han dejado de trabajar el receptivo local, como es esta también, porque no es redituable. Nosotros trabajamos con turismo emisivo y con lo poco que hay de turismo receptivo.

¿Qué servicios ofrecen?

Me piden los servicios de hotelería, los servicios de transfer in/out por si vienen de terminal de ómnibus o terminal aérea y algunas excursiones locales como City Tour o un Laguna y Sierra de los Padres, Tandil; y ese se hace en forma privada entre agencia y agencia para que el pasajero cuando llegue acá tenga un agente que lo esté esperando. Pero realmente eso ha disminuido muchísimo, lo que habitualmente se pide ahora es la hotelería, el resto de los servicios ni los piden.

Mar del Plata tiene muchas cosas para hacer, pero no están armados los circuitos. Se han armado circuitos, han andado bien, pero lo que ocurre, como todo en este país, uno arma algo y después hay 15 que quieren hacer lo mismo pero distinto, en el sentido de que si vos le ofrecés un recorrido, por ejemplo, por las iglesias; después hay otro que también hace el recorrido por las iglesias y va a dos iglesias. Lo hace más corto, más barato con tal de “robar” al pasajero y entonces se malentiende el servicio que uno brinda. Y así es como hoy perdimos mucho de ese servicio que tendría que ser fundamental para Mar del Plata, porque hay muchas cosas para ofrecer.

¿Ustedes siempre fueron agencia emisiva y receptiva?

Si, ambas. Antes teníamos más atención de receptivo hacia el interior del país. Eso ha disminuido pero por la competencia desleal, la competencia que hay dentro del mismo mercado marplatense. Antiguamente había mucho más venta de contingente, enero y febrero eran muchísimos, eso ha caído muchísimo. Este año se vio mucha gente, pero gente con el alojamiento y nada más.

¿Ustedes trabajan con contingente?

No, los contingentes prácticamente hacen el contacto con el hotelero en forma directa; porque ya la hotelería sale a vender al interior. Entonces ya directamente trabaja la hotelería, nosotros es mínimo lo que le podemos ofrecer. Lo que ocurre es lo siguiente; el público argentino en su mayoría ha viajado y conoce los servicios; sacando Bariloche, San Martín de los Andes y puede ser Mendoza donde está bien trabajado todo lo que es las excursiones locales, bien trabajadas y bien controladas; después el resto de la gente sabe que le van a dar un servicio medio de cuarta, entonces prefiere no gastar plata. Entonces la que va a gastar, no la gasta y por eso fue cayendo el mercado. Porque el que está en la plaza colon, le da lo mismo darte un buen servicio o un mal servicio; porque supone que el año que viene vos te vas a olvidar. Pero que ocurre, pasan dos millones de personas por acá por temporada. Es una cosa que de apoco se va minando, es distinto con las agencias porque estamos los 12 meses del año. Pero ahí tienen uno vendiendo, mañana tienen otro; no sabes ni quien es el dueño; eso es lo que entorpece el trabajo y le quita trabajo a mucha gente. Las guías de turismo prácticamente no pueden vivir de su profesión, cuando las necesitas y las llamas y están trabajando en otra cosa, en un banco, en un negocio.

En el año '95 nosotros teníamos guías que llamábamos y trabajaban de guías esas chicas, había unas 10 chicas que trabajaban y hacían lo que les gustaba, eran guías de turismo y nosotros teníamos 5, 6 camionetas. En una temporada llegamos alquilar toda la flota de Tienda León. Todo eso ha desaparecido. Porque cambió el perfil de la gente por problemas económicos y también la gente no es tonta saben que los servicios no nos buenos; ven un coche y saben si es viejo o nuevo. Es una lucha continua con todo. La movida esa del verano la maneja gente con peso, porque legalmente no tiene por qué estar, y sin embargo siguen estando desde hace años. Debería haber ciertas políticas de estado, pero no se hacen.

¿Qué movimiento de turismo receptivo tienen hoy en día comparado con el que tenían en '95?

Nada. Te doy un ejemplo; yo vendía entradas para el Aquarium, 8 mil entradas hace 20 años, este año vendí una. Una sola entrada. Desde ya que nos sacaron los carteles por el decreto de contaminación visual, nosotros no tenemos nada al público, vos pasas por acá y no te das cuenta que es una agencia, eso afectó, yo antes tenía un cartel medianamente grande que se veía muy bien y lo tuvimos que sacar. El año pasado vendí dos o tres entradas y este año una sola. **¿Y City Tour o Laguna y Sierra?** Nadie pide, nadie me pide nunca. Lo que si nosotros tenemos muy buen servicio y el que me sigue pidiendo es el EMTUR, y de ciertos hoteles también me llaman. Del Sheraton, Costa Galana, Iruña me siguen llamando. Todos me llaman por algo, porque yo daba un buen servicio; porque los que me llaman son los hoteleros para no quedar mal y por eso el EMTUR les da mi nombre, pero no es una entidad de bien público esto, yo estoy para ganar plata. Pasa que ha cambiado mucho, uno no puede tener una infraestructura armada para eso y no tener como sostenerla. Hay una agencia de turismo acá que se dedica hacer receptivo local, como le va no sé, se llama MAR Y PAMPA. Todo lo que me llega a mí, yo se lo doy a ella.

¿Cómo fue el desarrollo del turismo receptivo? ¿Qué cosas mejorarías?

El turismo receptivo fue decayendo. Lo que se necesita es una política de estado en turismo. Inaugurar una plaza, eso es para otro. El EMTUR, el Ente Municipal de Turismo tiene que dedicarse hacer cosas para mimar al turista. Nosotros tenemos un recorrido hermoso para hacer con las Iglesias para ofrecerle a la gente, un recorrido de estancias, pero también tenes que estar apoyado por el Ente Municipal de Turismo con folletería, con esto, con lo otro. Pero no hay nada. Y hay un montón de cosas en la ciudad. Hubo una buena política cuando estuvo Aprile, estaba Patrani en el EMTUR, hizo buena folletería donde vos le entregabas al pasajero y te daba gusto entregarle al pasajero el folleto donde tenía lo que era el City Tour, Laguna y Sierras; no te lo hacía como una faz comercial, te hacía una faz institucional y te mostraba la ciudad en esos recorridos, entonces el turista se entusiasma por hacer Laguna y Sierra de los Padres pero te explicaba lo que era la Reducción del Pilar, lo que es la Copelina y el turista se entusiasma por esas cosas. Ahora no hay nada, no hay folletos. Por eso te digo, que lo que hace falta acá es una política de estado a largo plazo, no como se viene haciendo. Igualmente yo creo que todo esto tiene que cambiar, ahora estamos frenados por el tema de las retenciones, hay un montón de cosas que

frenan al turista. Por ejemplo, tengo acá una señora que quiere ir a Grecia y Turquía y le sale 5300 USD, pero el estado le retiene 1200 USD para futuros descuentos de ganancia. Por eso te digo que eso es muy difícil de remontar. La semana pasada quebró una empresa mayorista en Buenos Aires que hacía receptivos allá, era una empresa argentina que le vendía y hacía el intercambio con una empresa de Brasil; la de Brasil quebró y como consecuencia la de Argentina también. Hay muchos que deben estar en rojo, y si no están en rojo están rosados, es muy complicada la situación.

Yo espero que esto cambie, a los que vienen como vos, la mejor forma es, creo yo, la de hacer asociaciones, mini emprendimientos con otros compañeros tuyos o algo por el estilo; y de esa forma poder manejarse. Porque lo que ocurre es lo siguiente, todo el mundo quiere agarrar y abrir una agencia, pero no dura nada. Y a parte abrir una agencia es muy difícil porque tenes que tener clientela, sino te conocen; no es una verdulería que si le pegaste bien y sino no. Pero mini emprendimientos si se pueden hacer porque son asociaciones que pueden trabajar y salir a ofrecer algo y se van mancomunando para poder trabajar.

Realmente acá hay muchas cosas, las estancias que hay, unos palacios son, la mayoría está ahí por Batán, el Boquerón, toda esa zona; son inglesas esas estancias, son espectaculares. Hay muchas cosas, es una materia pendiente que les queda ustedes, a las nuevas generaciones de profesionales en turismo. Van a tener que ir peleándola para que cambie, porque realmente acá hay un potencial inmenso, para vender y para trabajar; pero hay que ponerle ganas.

Nombre de la Agencia: Planeta Azul

Dirección: Moreno 2799, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Rubén Martínez

Fecha: 11 de marzo de 2015

¿Qué es para vos el turismo receptivo?

Lo que yo entiendo por turismo receptivo es brindar servicios locales para individuales y para grupos; básicamente hotelería, servicios gastronómicos y la parte de transporte, traslados. Lo que pasa es que una cosa son los individuales y otra son los grupales, y se podría dividir también en lo que es en temporada alta y en temporada baja, hay muchas variables, no es igual todo el año.

¿En qué consiste el servicio que brinda la empresa? ¿Se dedican al turismo individual o grupal?

En nuestro caso a individual. Nosotros le ofrecemos a agencias de todo el país hotelería, básicamente hotelería. Esto inicio en el año 2000, 2001 empezando a ir a las distintas Ferias: FIT, FEBAT, FEDECATUR, con un escritorio nuestro para promocionar Mar del Plata y una de las cosas que me di cuenta ahí, es que muchísima gente vino a Mar del Plata pero no conoce Mar del Plata, hablo de los agentes de viajes en principio. Y año tras año lo seguimos viendo, y ya desde hace casi 15 años que hacemos receptivos; o sea, te das cuenta por las preguntas por ejemplo cuando fue lo de la Copa Davis querían un hotel al lado del Polideportivo y con vista al mar, eso es no haber mirado nunca un mapa de la ciudad; o que quede por la zona de Mogotes, cerca del centro y de la peatonal, es disparatado lo que piden. Y bueno, entonces el trabajo que se hizo en los primeros años fue mandarles un mail, a los contactos que hicimos en cada una de las ferias, con las tarifas de cada hotel, porque cada hotel además tiene distintas habitaciones: internas, externas, suites; y contarles como era el hotel, en que zona estaba y contarles que cosas se pueden hacer en Mar del Plata. Eso lo hicimos durante varios años y con eso se formó una clientela de agencias, que yo entiendo, que venden un poco mejor Mar del Plata.

¿Cuáles son los medios de comunicación que utilizan hoy en día para darse a conocer? ¿Cómo captan nuevas agencias?

En realidad las nuevas agencias, en su mayoría, son por referencias de nuestros clientes, inclusive de una provincia a otra. También cada tanto vamos algún evento, por ejemplo en el 2013 fui a un workshop en Tucumán a promocionar Mar del Plata y anterior a eso también fui a Foz de Iguazú y vamos haciendo distintas acciones de acuerdo a las posibilidades.

¿Ustedes trabajan más con turismo individual que con contingentes?

Si, con turismo individual. El tema de los contingentes es muy distinto. En los contingentes que vienen a Mar del Plata en su mayoría los operadores del interior contratan en forma directa al hotel y nosotros

somos totalmente prescindibles, porque además vienen con su propio coordinador, el cual hace de guía en la ciudad, hay una legislación acerca de ese tema, pero no se cumple. (min 04.20) Son dos tipos de públicos distintos. El público que viene en contingente, en su gran mayoría, viene a hoteles muy estándar, no todos los casos, pero generalmente es un público de hoteles dos estrellas. Y el público que se vende a través de agencias, que es el público individual quiere tres estrellas para arriba. Hay provincias donde jamás vendemos por más que hayamos hecho contactos; por ejemplo en el caso nuestro, Mendoza, San Juan, Salta nunca logramos concretar una venta; de esos destinos viene gente a Mar del Plata pero en micros chárter. A las provincias que más les vendemos son: Santiago del Estero, Tucumán, Chaco, Corrientes y Misiones; ahí está la mayor cantidad de reservas y muy pocas de Capital, si un poco más del interior de la provincia, localidades cercanas como Lujan hasta 9 de Julio.

¿La gente viene en auto o en qué medio de transporte?

Vienen en auto, en bus y en avión, depende del perfil. Del interior de la provincia vienen en auto o en micro, mayoritariamente en micro. **¿y ese turista como conoce la agencia?** No, el turista compra en su agencia. Nosotros en el receptivo operamos como mayorista, no tenemos contacto con el pasajero. El pasajero va con su agente de viajes en su ciudad y ese agente de viajes nos compra a nosotros la hotelería.

El inicio de esto, por eso te decía cuando fuimos a los workshops, nosotros no fuimos a captar pasajeros, sino agencias y la política fue hacerles entender que nosotros le podíamos contar como es Mar del Plata, la verdad de Mar del Plata y que ofrecerles a sus pasajeros. Aunque parezca Mar del Plata súper conocido, no todo el mundo la conoce.

¿Y excursiones venden?

Muy poco, nuestro objetivo es vender hotelería. **¿No te piden tampoco?** Lo que pasa es que los servicios de excursiones en Mar del Plata son muy irregulares, no hay continuidad. Lo que se ofrece en la Plaza Colon, son los mismos que van a los hoteles. Yo he hablado con los tres o cuatro que hacen excursiones y es todo a confirmar, todo a ver si hay pasajeros; entonces no hay forma de venderlo, nosotros como agencia si vendes un servicio y el pasajero viene por dos días y yo te estoy cubriendo un City Tour, te lo tengo que brindar, no puedo decir: “no había gente”. Entonces, ¿podríamos hacerlo? Sí, pero decidimos no hacerlo por una cuestión de tranquilidad, de preservación de la empresa. **¿Brindan servicio de transfer?** Sí, pero muy esporádicamente. Nosotros lo desalentamos, porque el pasajero que llega a la terminal le es más fácil tomarse un taxi. El 90% de los hoteles que vendemos está acá en el centro; fuera del centro está el Costa Galana y Torres de Manantiales, de los que vendemos, los demás están a 25 cuadras de la terminal. Un transfer es muy costoso, porque son privados, entonces si vos le decís: un transfer in/out de la terminal al centro en un auto particular para tres personas cuesta \$600, te dicen que es un disparate, pero es lo que vale, por menos de eso no lo conseguís. Cuando vendemos un traslado es para los que van a un hotel 5 estrellas, digamos es un pasajero muy especial, sino preferimos no venderlos. Es raro, pero es así.

¿Tienen demanda todo el año en este momento o marcadamente en temporada?

Para el público de las provincias la demanda es enero y febrero, un poquito en diciembre y otro poquito en marzo; fuera de eso, el turista del norte es raro que venga a Mar del Plata. El resto del año en su gran mayoría son de Capital y Gran Buenos Aires; o interior de la provincia que vienen por el fin de semana largo. O sea, el público de las provincias más lejanas no vienen por tres días. Habrá un público que viene por sus propios medios, pero no a través de agencias.

Si entra un turista a la agencia y consulta por alguna excursión ¿Cuál es su procedimiento?

Los derivamos a otra agencia o los mandamos a la Plaza Colón. Es raro pero es así.

En octubre y noviembre que es época de congresos hay un pequeño repunte de consultas para hotelería en Mar del Plata. Son gente que viene a los congresos o acompañando a los congresos; o acompañando los eventos como los Juegos Bonaerenses y ese tipo de cosas, la familia que viene acompañar a veces compra hotelería.

Y después, otra de las cosas que lamentablemente en nuestra agencia se fue perdiendo, son los pasajeros internacionales. Nosotros el último grupo que recibimos fue en el 2010 haciéndole el

receptivo de Turismo de Golf, un nicho especializado. Pero es como que Mar del Plata salió del mercado, no sé si Argentina, por una cuestión de costos.

Nosotros le vendemos a una agencia de Paraguay, había otras agencias pero nos quedó una sola, que nos pide tres o cuatro noches de alojamiento en pleno verano para un grupo de 50, 60 pasajeros. Pero nosotros no le vendemos a los pasajeros, sino que le vendemos al agente. Y por ejemplo, ese mercado tiene una modalidad muy llamativa para nosotros. El turista paraguayo viene en un chárter que termina de confirmar y de pagar dos días antes de la salida; hasta dos o tres días antes de la salida no se sabe cuántos vienen porque todavía no terminaron de pagar. Y el programa que traen tienen incluido “dormir” en Mar del Plata, no conocer Mar del Plata; lo hemos visto durante varios años, por ejemplo vienen cuatro noches: el día que llegan, llegan tarde, cenan y van a dormir. Al otro día a la mañana, dentro de su propio circuito, tienen armada una excursión para ir a Necochea todo el día, vuelven a la noche y duermen en Mar del Plata. Al otro día van a Villa Gesell, vuelven a Mar del Plata. Al otro día van a Miramar; o sea, quieren conocer la zona, por ahí están medio día de playa en Mar del Plata; tratamos de comentarle de que aprovechen la ciudad pero no hubo forma de que lo entiendan. Hacen base en la ciudad y el coordinador que viene guía como puede. Según la modalidad de viajes de ellos, es que quieren ir a un lugar y conocer todo lo que hay cerca; son como los que quieren ir a Europa 10 noches/20 países, porque quieren ver muchas cosas y después no se acuerdan donde está cada cosa, pero bueno.

Es raro todo, porque por ejemplo en Mar del Plata hay 55mil camas hoteleras, que es un número importante, ahora ¿Cuántos hoteles trabajan con agencias? Aproximadamente 20 hoteles. Eso es tan marcado en la ciudad que hasta hay una Asociación Hotelera Gastronómica, y en esa Asociación hay anotados aproximadamente 50 hoteles y la ciudad tiene como 500.

El tema es que hay hoteles que la política del hotel es que para trabajar con agencia te da la tarifa del mostrador y que uno le agregue la ganancia que quiera; eso es imposible de vender; porque si uno le vende a un pasajero una noche por \$200 y cuando llega al hotel ve que la tarifa de mostrador es \$150 te puede demandar. Yo creo que eso perjudica la imagen de la ciudad, como ciudad que vive mayoritariamente del Turismo.

Yo me animaría a decir, a modo de conclusión, de que falta un producto turístico en Mar del Plata, mas allá de la temporada de playa como por ahí para hacer una comercialización más extendida en el tiempo. Acá como que el producto turístico lo define el pasajero, que viene hacer lo que se le canta; a diferencia de que si vas a Calafate vas hacer una serie de excursiones.

Yo creo que de acá se da por sentado de que todo el mundo conoce Mar del Plata y no es así, siempre hay gente que viene por primera vez. Entonces, si vos venís en auto por primera vez a Mar del Plata, tenes varios accesos: la ruta 11, la ruta 2, la ruta 226 y la 88. Cuatro rutas que vienen de distintos lugares del país. ¿Dónde está el Ente Municipal de Turismo o la Oficina de Información para el pasajero que llega? En el Casino. ¿Cómo llegas hasta el casino si es la primera vez que venís? Ahí ya hay un problema. Hasta el puesto de informes de la ferro automotora que estaba en el sector de trenes, ahora que hay trenes lo sacaron. También hay un stand en el aeropuerto, y por lo menos en todas las veces que fui a buscar pasajeros, en el stand no había nadie; y si había alguien lo único que hacía era sonreír y darte un folletito. Este tipo de cosas yo lo manifesté al EMTUR hasta que me cansé y baje los brazos. Dos veces presente una propuesta al EMTUR por una Feria de Turismo de Golf que se hace anualmente en distintos lugares del país; que es una Feria para Operadores Mayoristas, es un producto especial. La primera vez que fui en el 2004 le presente el proyecto al EMTUR y me dijo muy bien, me parece bárbaro anda; con gastos a mi cargo, el congreso se hacía en Portugal, durante una semana. El EMTUR no tenía material, no conocían el producto, armamos todo el material para que ellos lo hicieran y les dije cómo era el sistema; y lo hicieron como ellos quisieron y la cantidad que ellos quisieron y desgraciadamente gran parte tirado a la basura.

La particularidad es que en Mar del Plata hay 5 canchas y representan los 3 tipos de canchas que hay en el mundo y son canchas de primer nivel; entonces la gente que venga a jugar golf a la ciudad en tres días de golf puede jugar en los tres estilos de canchas que hay en el mundo, que eso no se da casi en ningún lugar el mundo.

Y después de eso fui en el 2007, al mismo evento que se hizo en Cancún y cuando volví fue cuando se produjo el cambio de autoridades y desde el 2007 hasta ahora no logre una entrevista para contarle que

había hecho. Para esto me hicieron firmar que yo no podía vender nada, que iba a representar a Mar del Plata.

A modo de cierre ¿Cómo crees que es el desarrollo del turismo receptivo en la ciudad? ¿Cómo lo ves a futuro? Y ¿Qué cosas mejorarías?

Yo mejoraría la forma de promocionar la ciudad. Yo creo que la promoción que se hace no es la apropiada, es muy genérica; hasta en la publicidad que uno ve en las revistas especializadas hasta en pleno invierno te dice “visite Mar del Plata” y te muestra la playa. Entonces ahí está el punto, el mensaje del EMTUR y del Municipio es: “Queremos una Mar del Plata de todo el año”, me parece bárbaro, pero tenes que mostrar que le vas a dar, porque si vos mostrás Mar del Plata de todo el año y mostrás la playa, tenes 10 meses de mentira; venga a esquiar a Bariloche en enero. El verano ya está vendido, ahora por ejemplo dentro del verano una de las cosas que se ven es que el 99% del turista se mueve como máximo 3 cuadras de la costa para adentro. Acá en el caso del centro, 6 cuadras, todo termina en la calle Córdoba, pasando esa cuadra da lo mismo que sea marzo o enero. Tenes miles de personas que vienen a Mar del Plata desde hace años y no conocen Sierra de los Padres. Yo me he encontrado con gente que viene desde hace 8 años y no conocen ni el faro, ni las playas del sur.

Convengamos que turismo Mar del Plata tiene y mucha cantidad, pero si vamos a enfocarnos en el negocio del turismo receptivo, que sería el beneficio para las agencias que se dedican a eso, que por ahí no van a abarcar el universo de turistas que llegan a la ciudad, pero lo que yo veo es que si se desarrollase algún producto con algún contenido, por ahí hay gente que le puede interesar eso, mostrarles que Mar del Plata tiene esto además. Y el que le interese y se trabaje en esa promoción vendrá por el canal de las agencias de viajes, los otros seguirán viniendo por sus propios medios.

Ustedes fíjense que hay otras provincias que promocionan fiestas o eventos especiales, por ejemplo miles de personas de todo el país van a Mendoza a la Fiesta de la Vendimia; la gente que viene a Mar del Plata para la Fiesta de la Reina del Mar o la de los Pescadores, yo creo que es gente que está acá y va a la fiesta, o sea, no viene para ese evento. El tema de las carreras de autos o de motos en Termas de Río Hondo, o sea a Río Hondo se lo identifica que va la tercera edad a las termas, esa gente va siempre; pero hay por lo menos dos o tres fechas, una de motos y dos de autos, que va otro público, otro segmento.

Con el Festival de Cine me parece que hay un problema de calendario que esos Festivales son Internacionales y tiene sus calendarios, por ejemplo Mar del Plata que le falta tanto vacaciones de invierno, no tiene nada específico. Por ahí poner un evento cultural de esa magnitud en una fecha así traería más personas; antes estaba en marzo y hace unos años lo pasaron a noviembre que se superpone con los planes de las vacaciones.

Para darles una idea de cómo impacta la cantidad de gente que viene en vacaciones de invierno las tarifas son de baja; o sea, la hotelería si vos venís en Junio que no hay nadie o venís en Julio en plena vacaciones de invierno, la tarifa es la misma. Pero si de alguna manera se buscara, por ejemplo hacer un Festival de Música, de rock, música clásica o jazz, con una buena difusión; pero si no hay difusión de ese tipo de cosas el agente de viajes del interior se acuerda de Mar del Plata de enero y febrero.

Hay lugares en el mundo donde se hace turismo arquitectónico, esta sería una ciudad donde se podría hacer, ahora, para ver lo nuevo que se está haciendo. Tenes las torres de Pelli. Las propiedades que hizo Carlos Thays, que todavía quedan algunas, las que hizo Bustillos, que todavía quedan algunas, la Casa del Puente de Williams; o sea, hay un montón de cosas. Por ejemplo, yo me entere circunstancialmente que la Capilla que hay en el Asilo Unzué tiene características especiales y vienen por sus propios medios, arquitectos de Europa a verla porque es única en el mundo. Tiene una variedad de estilos arquitectónicos que no está en ningún lugar del mundo. Eso yo me entere por un constructor que recibió un grupo de arquitectos italianos por otro tema y uno de los arquitectos le dijo cuando llego “quiero ir a a ver la Capilla del Unzué” y me entere de esto circunstancialmente.

Por ejemplo el Museo Fangio, que no está en Mar del Plata sino en otro partido, es un museo de índole internacional; entonces podés organizar en Mar del Plata un evento de autos antiguos y mostrarles también el museo de Balcarce.

Cosas hay para hacer. Pero por más que uno tenga muy buena voluntad y uno arme el producto; pero si uno no tiene la posibilidad de difundirlo queda en la nada. Hay turismo en Mar del Plata, viene mucha

gente, pero para el tipo de ciudad que es, para la capacidad de servicios que ofrece, tanto hotelera como gastronómica, durante 9 meses están con capacidad ociosa; es más yo tengo clientes, pasajeros de la agencia que son hoteleros, y por ahí cierran el hotel durante dos meses, le dan vacaciones al personal y ellos se toman sus vacaciones; estoy hablando de hoteles tres estrellas en pleno centro, con 100 habitaciones aproximadamente, eso muestra una realidad muy dura que atraviesa la ciudad.

En octubre de 2010, recibimos un grupo de austriacos; un grupo numeroso de 36 personas que estuvieron 5 noches en Mar del Plata, en hotel 5 estrellas. Había que asistirlos las 24 horas, porque es una ciudad que no está preparada, en la hotelería o en los restaurantes o en el shopping, para hablar en otro idioma. El público que recibíamos nosotros siempre era estadounidense o europeo de: Irlanda, Noruega, Suecia, Dinamarca, Austria, no de Sudamérica. Entonces contrate como interprete a una amiga, que nos ayudó con el grupo de austriacos porque habla alemán perfectamente. Podría contratar a alguien que hablara inglés, pero para brindar un mejor servicio la contratamos a ella que habla alemán.

Nombre del Hotel: SENAC

Dirección: La Rioja 1339, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Gustavo Escrivas (repcionista)

Fecha: 1 de julio de 2015

¿Desde cuándo trabaja usted en el hotel? y ¿qué cargo tiene?

Yo en el hotel estoy desde el año `92 y estoy en temas ventas, conserjería, cuentas, manejo de todo un poco. En hotelería hace 33 años que estoy trabajando.

¿Dónde se formó?

En ningún lado, hice un curso de ventas de marketing, cursos asesores; yo soy técnico electromecánico, asique nada que ver. El primer trabajo cuando llegue acá fui sereno a la noche y después me pase a la mañana, en distintos hoteles del gremio, quería seguir haciendo, ya que me gustaba el tema turismo. Fui a Las Leñas, fui a distintos hoteles de Mar del Plata, siempre trabajando en hotelería y me gusta la atención, el tema de la comercialización, me gusta mucho buscar el cliente, es muy importante saber detectar donde están los distintos nichos de mercados para poder trabajarlos y bueno, siempre en la búsqueda de constantes clientes.

¿Qué tipos de pasajeros recibe este hotel?

Nosotros trabajamos con obras sociales o particulares.

¿El hotel trabaja con contingentes?

Si, más bien en el verano. Hay distintas obras sociales que en el verano contratan nuestro hotel.

¿Desde hace cuánto?

Hace más de 10, 15 años que nos contratan, mínimo.

¿Con que operadores se manejan?

No, con agencias de viajes normalmente no trabajamos nosotros. Trabajamos normalmente con distintas obras sociales que vienen durante todo el año, en el verano y en la baja. Ellos nos compran una cantidad de pack de camas y si no la terminan de consumir en la temporada alta, la consumen en la baja.

¿Cuál es la procedencia generalmente de los contingentes?

De la provincia de Buenos Aires. A nosotros nos interesa el público que viene constantemente a Mar del Plata, no el que viene una sola vez, que viene en el verano y después ya no viene más y no sabe a qué destino irá el próximo año.

¿Sabe aproximadamente la cantidad de personas que reciben por contingente?

Son pocas, porque este es un hotel chico, pueden ser 15, 20 habitaciones; todo depende de cómo se vende ese año.

¿Cuántas plazas hoteleras tiene el hotel?

Unas 120 camas, es un hotel chico.

¿Cómo se hizo con contacto con los operadores?

Se hizo buscando. La venta es una búsqueda constante, no sabes quien te va a comprar, o sea tenes que empezar hablar, investigar, averiguar, insistir, preguntar, insinuar, siempre hay que buscar. Todos pueden ser compradores, nada más hay que saber detectarlos.

¿Qué servicios le ofrecen estos operadores a sus contingentes?

Les damos desayuno buffet, y algunos que nos contratan con la comida lo hacemos con Montecatini que esta acá en la otra cuadra.

¿Ustedes desde el hotel les ofrecen o les brindan excursiones?

No, tratamos de no brindarles porque no nos pidieron. Como todos vienen de la provincia de Buenos Aires vienen normalmente en auto. No vienen colectivos, vienen en forma individual. Un contingente de 10 habitaciones de una obra social, todos vienen en auto o algunos en micro.

En el caso de que alguna de las personas quiera hacer alguna excursión ¿cómo es el procedimiento?

Generalmente en el verano traen folletos de excursiones, no nos manejamos con ninguna agencia particular, muchas veces nos manejamos con los puestos de la plaza, de la peatonal.

¿Sabe aproximadamente cuantos contingentes recibieron en 2014?

Normalmente hay 2 contingentes, porque puede ser de 7 a 10 días. Normalmente si son de 10 días serian 6 contingentes entre enero y febrero y serian 8 contingentes si son de 7 días.

Desde su punto de vista ¿Cómo ve el turismo receptivo en la ciudad? Y ¿Qué cosas mejoraría?

Yo creo que el grueso de la gente ya conoce Mar del Plata, el receptivo de acá tiene que aplicar un poco más de creatividad para hacer receptivo. Hay muchas cosas que incluso el marplatense no se da cuenta como para mostrarlo. Siempre queremos mostrarle los lobos marinos y eso no va más, hay que pensar, crear qué mostrarle. Nosotros acá cerca tenemos campo, hay un montón de cosas que se pueden hacer, se puede preparar una fiesta de campo, la gente que viene de capital no está acostumbrada a una fiesta de campo, entonces acá tenemos todas esas posibilidades. Te digo porque soy salteño y yo no veo que acá se trate de remarcar muchas cosas, muchas virtudes que tiene el sector nuestro de la provincia de Buenos Aires como para armar. Hay muchos extranjeros y qué les mostramos; el extranjero no quiere venir a ver las playas, de donde proviene a lo mejor tiene mejores playas que éstas. Entonces hay que tratar de pensar y mostrarle otra cosa diferente.

¿Ustedes también reciben extranjeros?

Si, de todos lados. Aproximadamente un 10%. Yo particularmente tengo contacto permanente con el EMTUR, porque quiero que el extranjero tenga una folletería diferente. Yo creo que acá la hotelería se tiene que sentir un poco embajador de la ciudad y no se siente así. Y yo por ejemplo tengo la costumbre, no soy nacido en Mar del Plata, pero quiero que se lleven un folleto, una carpeta del EMTUR cualquier extranjero; porque nosotros somos el nexo con ese pasajero y le tenemos que darle todas las opciones, que vea y lleve toda la información. No sabemos a quién le estamos dando esa carpeta, pero lleva toda la promoción de nuestra ciudad. Acá llega una persona y uno no sabe si le gusto, si no le gusto, si quedo encantado y quiere traer un congreso acá a la ciudad. Todo ese caudal de gente que viene no se lo atiende como corresponde.

¿Qué propuestas haría?

La atención al cliente es fundamental. Brindar información, darles soluciones. Una vez estuve en una empresa de turismo donde me decían: “No existe el NO, es todo SI para el pasajero”. Si uno no tiene la capacidad de dar una solución: “un momento por favor, voy a consultar con mi jefe” y le damos una respuesta a la gente, tratar de que esas respuestas siempre sean positivas.

Yo normalmente hago desayunos de trabajo en el hotel, con los que son clientes y con los que no. Mi objetivo es que cada empresa de Mar del Plata tenga una carpeta de mi hotel. Qué significa, que quiero

tenerlos todos acá, yo apunto a todo porque se que en algún momento los voy a tener de clientes. Y así logre que empresas que estaban en otros hoteles de 4 estrellas, a que estén en este modesto hotel de 3 estrellas, porque nosotros tenemos varios factores importantes: un buen edificio, muy lindo pero lo más lindo que tiene es la atención al cliente. Y mira cómo será que la atención al cliente supera al modernismo del hotel, todo tiene que complementarse. Volviendo al tema anterior, normalmente hago los desayunos de trabajo en agosto, septiembre y octubre que estamos más tranquilos y elijo 10, 20 o 30 empresas y las invito a desayunar en el hotel y después les hago un City Tour por las instalaciones. Hay clientes que no los conozco, que solo los conozco por teléfono o por mail y me dan paquetes para que les solucione: “mira Gustavo, tengo un grupo que se va alojar ahí, pero quiero que se vayan a comer al puerto y vayan a Sierras” y yo le organizo todo y no tengo nada que ver, ni con el puerto, ni con la excursión, ni con nada, simplemente le trato de solucionar todo para que ellos decidan, yo colaboro, soy un nexo en la atención al cliente de esa empresa que no mucha gente lo hace. Lo positivo es que a la larga o a la corta redundará en este negocio la atención al cliente.

Recién comentaba de que le trata de solucionar a las empresas las solicitudes que le piden sobre excursiones ¿con quién realiza el contacto?

Yo busco con las agencias ahí de las plazas, llamo alguno y le digo que cuanto antes me llaman para poder presupuestar, necesito tu teléfono, me están pidiendo tales excursiones y me cotizan, es ¡ya! Ojo, hay muchas personas que no están acostumbradas a él ¡ya!

¿Siempre se comunica con los mismos?

No, voy averiguando y el primero que llama es el primero que paso. Yo me manejo así.

Nombre del hotel: Hotel Intersur 13 de Julio (Luz y Fuerza)

Dirección: 9 de Julio 2777, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Entrevistado: Sr. Rubén D. Aguirrezabala (Administrador)

Fecha: 6 de julio de 2015

¿Desde cuándo trabaja en el hotel? ¿Qué cargo tiene?

Hace 12 años que trabajo en el hotel. Acá por ser un hotel gremial no existe la figura del gerente, existe la figura del administrador y el subadministrador. Yo estuve 12 años como subadministrador y después por elecciones que hubo dentro del gremio, donde hubo dos listas, gano la lista a la cual pertenecía yo y pase de subadministrador a administrador desde el 9 de octubre (2014). El gremio nuestro es el de Luz y Fuerza, el de los trabajadores de la energía eléctrica.

¿Qué tipo de pasajeros reciben en el hotel?

Recibimos un 60%, un 70% de gente del sindicato y un 30% de particulares; entre ellos generalmente en el verano viene gente de una universidad de Estados Unidos que hace intercambio; vienen equipos de futbol; este año que paso vino una comparsa de Entre Ríos; o sea, es muy variado, viene gente de televisión, árbitros; en general es variado el 30% de particulares.

Ese 30% que no llega al hotel por el sindicato ¿Cómo hace el contacto con el hotel?

Generalmente son clientes que tenemos desde hace muchos años, pero sino también vienen por la plataforma de internet Despegar, de la agencia de turismo que tenemos a través de Luz y Fuerza, tenemos una oficina de eventos; que bueno como somos un hotel que realiza muchos eventos y convenciones durante el año fuera de lo que es temporada, también captamos clientes desde ese lugar.

¿El hotel trabaja con contingentes? ¿Desde hace cuánto?

Si, lo que es de afiliado es con contingentes y vienen desde que se creó el hotel. Los contingentes son de 7 días o de 10 días. Son de aproximadamente de 500, 600 personas y vienen con media pensión (desayuno y cena).

¿Las excursiones las tienen incluidas?

No.

¿Ustedes desde el hotel le ofrecen excursiones?

Si, generalmente hay empresas que tienen propagandas acá en el hotel, y vienen y ofrecen las distintas excursiones.

¿Cuál es la procedencia de los contingentes?

De todo el país.

¿Tenes conocimiento de cuantos contingentes recibieron aproximadamente en 2014?

Ese año empezó el 27 de diciembre de 2013 al 3 de enero de 2014 los de una semana. Y del 3 de enero al 13 de enero los de 10 días.

Hubo 5 contingentes de 10 días y hubo 13 contingentes de 7 días. Que los últimos que son en el mes de marzo son exclusivamente de jubilados. Porque en los meses de enero y febrero se le da prioridad al activo que tiene los hijos en edad escolar y en el mes de marzo cuando ya comienzan las clases ya empiezan a venir los jubilados. Solamente recibimos contingente en la temporada de verano, después el resto del año viene el afiliado, pero fuera del contingente y sin media pensión; o sea, viene solo con el alojamiento y el desayuno.

Desde su punto de vista ¿Qué opina del Turismo Receptivo que se da en la ciudad? ¿Qué mejoraría?

Lo veo bien, creo que por ahí debería haber una política un poco más intensa sobre turismo que nos falta en general a todos; nosotros que estamos en los hoteles, el EMTUR, todo el mundo; si bien hay algunas políticas creo que no alcanzan todavía, creo que habría que concientizar más a la gente en general. Yo he estado en otros países que son muy turísticos como esta ciudad y uno ve que la sociedad en su conjunto esta consustanciada con el turismo, en la buena atención al turista para que vuelva y acá eso, con nosotros, no sucede; como que nos olvidamos, pero por ahí hay un maltrato hacia el turista en algunas situaciones; por ahí con la calidad del servicio, con el precio, son un montón de cosas que tendríamos que mejorar mucho.

¿Qué propuestas haría?

Haría políticas en la educación, fundamentalmente en el caso de ustedes que están estudiando, desde ustedes hacia la sociedad, incluso en los colegios. Yo no soy de Mar del Plata, y a veces veo que al marplatense le molesta el turista en el verano cuando arrasa con todo y ocupa los espacios y el tránsito se torna pesado; y en otras ciudades que son netamente turísticas todo lo contrario, conviven con eso y están felices de que le den trabajo. Nosotros como que en algún momento nos molestan. Yo he escuchado de marplatenses que sales disparando en el verano para no encontrarse con el turista.

Nombre del Hotel: San Remo Grand Hotel

Dirección: Belgrano 2338, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Nombre del entrevistado: Angélica Ramos

Fecha: 16 de julio de 2015

¿Desde cuándo trabaja en el hotel? ¿Qué cargo tiene?

7 temporadas y cuatro años fija. En este momento cubriendo una suplencia de encargada de la oficina de reservas.

¿Qué tipo de pasajeros recibe el hotel?

Particulares: depende la época del año el grupo familiar, por ejemplo vacaciones de invierno y temporada alta el porcentaje de familias es mayor, en cambio el resto del año se incrementan las parejas.

Corporativos: pasajeros que viajan durante la temporada baja en general mensualmente por cuestiones de trabajo.

El Hotel ¿trabaja con contingentes? ¿Desde cuándo?

Trabaja con contingentes, las épocas mas fuertes de los mismos son cuando suceden los Juegos Buenos Aires Provincia y Nacionales Evita donde el 100% del hotel se dedica a dichos contingentes, por otra

parte en temporada alta también se trabaja con una gran cantidad de los mismos, reduciéndose su porcentaje en temporada baja.

¿Cuál es la procedencia de los contingentes? ¿y la cantidad aproximada de personas?

La procedencia depende la época del año, por ejemplo en Bonaerenses la procedencia es de diferentes municipios de la Provincia, en Evita se trabaja mucho con La Pampa, San Luis y Chubut, y en temporada alta el mayor porcentaje es de Tucuman, Mendoza y Entre Rios.

¿Qué operado turístico los trae?

Se trabaja con varios, por ejemplo: Candy Viajes (Tucuman), Balori (Entre Rios), Gravitours (Mendoza), etc

¿Cómo hizo el contacto el hotel con el operador? ¿Desde hace cuánto tiempo tiene el convenio?

No existe un convenio firmado, sino que dependiendo disponibilidad y precios es si el Operador nos contrata, por lo menos hace 5 años que se trabaja con los mismos. Muchas veces el contacto se realiza en ferias como la FIT (Feria Internacional de Turismo), a través de nuestra presencia en la web , recomendación de otros operadores, etc.

¿Qué servicios les ofrece el operador a los contingentes?

En nuestro caso nos contrata solo el alojamiento, muchas veces terciarizamos el servicio de Media Pensión o Pensión Completa con el Restaurant Montecatini.

El servicio de excursiones ¿se lo ofrecen ustedes desde el hotel? Si es así: ¿con que empresas de turismo trabajan?

No, no ofrecemos dicho servicio.

¿Tienen información de la cantidad de contingentes que recibieron en el 2014?

Aproximadamente 30.

Desde su experiencia ¿Qué opina del Turismo Receptivo que se da en la ciudad? ¿Qué cosas mejoraría?

Desde mi experiencia la mayoría de los contingentes son vendidos a empresas no marplatenses, por lo que es un gran desafío para las empresas marplatenses vender los servicios de alojamiento a los operadores de otros destinos.

LORENA DE DONATO / Guía de turismo / 12 de junio de 2015

¿Hace cuánto tiempo trabaja como guía?

No trabajo como guía desde hace 8 años.

¿Dónde realizó su formación?

En el Instituto Pinos de Anchorena.

¿Qué reglamentación tiene la ciudad de Mar del Plata en cuanto al trabajo del guía?

La poca reglamentación sobre la actividad nadie la controla y no se cumple.

¿Qué rol ocupa el guía en la ciudad?

Conseguir trabajar de guía en esta ciudad es un milagro.

¿Ud. Es parte de la Asociación de Guías de Mar del Plata?

No.

¿El trabajo de Ud. es independiente o en relación con alguna empresa?

En la actualidad no estoy trabajando como guía y cuando trabajaba era independiente.

Muchas veces el guía hace de coordinador y viceversa, ¿cuál es su opinión al respecto?

Si el guía coordina me parece que está capacitado para hacerlo, no así el caso de que el coordinador guíe.

¿Qué es para Ud. el turismo receptivo y como se lleva adelante el mismo en la ciudad?

El turismo receptivo en esta ciudad es precario, no se valora la capacitación, ni al turista, solo importa el rédito monetario.

¿Qué opinión tiene en cuanto a los servicios ofrecidos en la plaza Colón?

Igual que la respuesta anterior.

¿Qué aspectos del turismo en la ciudad habría que modificar? ¿Por qué?

Mayor control en los servicios turísticos.

LUCIANA SAULO / Guía de turismo / 15 de junio de 2015

¿Hace cuánto tiempo trabaja como guía?

Me recibí hace 5 años de Guía de Turismo pero solo trabajé dos temporadas en verano con grupos, actualmente no estoy trabajando.

¿Dónde realizó su formación?

Mi formación inicié en un Instituto Terciario y luego solicité el traslado a la Universidad Atlántida Argentina, en donde finalicé mis estudios como Guía de Turismo y Licenciada en Turismo.

¿Qué reglamentación tiene la ciudad de Mar del Plata en cuanto al trabajo del guía?

Hay un Registro de Guías de Turismo que está a cargo del EMTUR, todos los guías de turismo locales deben registrarse allí para poder trabajar, en mi caso me registre en el 2010.

¿Qué rol ocupa el guía en la ciudad?

En mi opinión no hay una fuerte presencia en la ciudad ya que son pocos quienes pueden trabajar durante todo el año. Aquí en Mar del Plata el trabajo es temporal, eso dificulta la presencia del guía y tampoco es fuerte la Asociación de Guías. Hay una asociación en la ciudad pero no se realizan acciones desde ese lugar para que se cumpla la reglamentación y no guíen los chóferes por ejemplo, como pasa a menudo. Son pocas las empresas receptoras que contratan guías profesionales.

¿Ud. Es parte de la Asociación de Guías de Mar del Plata?

No formo parte de la Asociación.

¿El trabajo de Ud. es independiente o en relación con alguna empresa?

Cuando trabajé como Guía no era independiente, trabajé para dos coordinadores que tienen una empresa local y reciben grupos en el verano.- no tenían lugar físico sino dentro de otra empresa.

Muchas veces el guía hace de coordinador y viceversa, ¿cuál es su opinión al respecto?

Creo que es complementario a la formación del Guía, en muchas oportunidades trabaja también como Coordinador, lo que no debe pasar es que un coordinador que no tiene formación trabaje como Guía.

¿Qué es para Ud. el turismo receptivo y como se lleva adelante el mismo en la ciudad?

El receptivo es importante para la ciudad, en cuanto a la llegada de turistas pero se genera el problema de la estacionalidad que mencionaba anteriormente. Se están efectuando acciones hace un tiempo desde el municipio para impulsar este tipo de Turismo durante todo el año en la ciudad, eso se ve reflejado en los Congresos y Convenciones que se realizan durante gran parte del año, la asistencia a Ferias en distintos lugares del país también influye. Igualmente pienso que hay en la ciudad, en forma general, falta de conciencia respecto a esto, porque el marplatense no está a gusto con el turista, no lo recibe bien. Si tuviéramos un poco más de conciencia respecto a esto creo que ayudaría, no solo las personas que estamos relacionadas a la actividad sino todos los sectores.

¿Qué opinión tiene en cuanto a los servicios ofrecidos en la plaza Colón?

Los servicios que se ofrecen en Plaza Colón iniciaron hace mucho tiempo, cuando no había formación como Guía de Turismo, creo que es algo pendiente de resolver por los nuevos actores (graduados y Guías de Turismo registrados), sinceramente no estoy al tanto de la ordenanza que los regula, no se decida en este momento porque no estoy al tanto. En mi opinión, no es algo prolijo, debería existir un acuerdo entre la asociación de Guías y el EMTUR para que puedan efectuarse esos paseos entre estos actores que serían los profesionales (Asociación de Guías y EMTUR) pienso que si se hace fuerza se podría lograr algo, juegan distintos intereses.

¿Qué aspectos del turismo en la ciudad habría que modificar? ¿Por qué?

Un poco lo que te comentaba antes, creo que si se unieran estas instituciones podría mejorarse el trabajo receptivo. Sé que la Asociación se acercaba al EMTUR pero como no formo parte no se decida mucho, pero participaban en reuniones. Y otra cuestión es la educación para recibir al turista, que el marplatense se encuentre a gusto y lo vea como un beneficio. Para eso pienso que como iniciativa en las

escuelas se pueden dar clases sobre turismo en la ciudad o algo relacionado a la actividad turística. Esto que te comento son cuestiones que se implementaron desde el EMTUR y también hay materias (espacios curriculares especiales, creo que se llaman así) en donde les enseñan a los chicos cuestiones relacionadas con el Turismo y la actividad en la ciudad. Creo que en ese aspecto hay que hacer un cambio más profundo desde la conciencia y el cuidado de nuestra ciudad para enseñarla al mundo. También hay cuestiones de estructura en la ciudad (crecimiento del ejido urbano, aumento de la población, etc..) que requieren de atenciones primordiales, pero no por eso debe dejarse de lado la acción que toma el municipio desde el EMTUR por supuesto.

CORINA FALCONE / Guía de turismo / 15 de junio de 2015

¿Hace cuánto tiempo trabaja como guía?

Me recibí en el 2005 y desde allí comencé a guiar. Actualmente es esporádico, ya que realizó otro trabajo.

¿Dónde realizó su formación?

En el Instituto Pinos de Anchorena.

¿Qué reglamentación tiene la ciudad de Mar del Plata en cuanto al trabajo del guía?

Existe un decreto para guías de turismo, el cual no se respeta demasiado.

¿Qué rol ocupa el guía en la ciudad?

El rol de acompañar e informar grupos principalmente en meses de verano.

¿Ud. Es parte de la Asociación de Guías de Mar del Plata?

Sí

¿Hace cuánto que se creó la Asociación y cuál es el objetivo de la misma?

No tengo la información exacta de cuando se creó. El objetivo es reunirse, actualizarse y ponerse de acuerdo en temas relacionados a la profesión.

¿Cómo se trabaja dentro de la asociación?

Se realizan encuentros mensuales, ahí se intercambian temas actuales.

¿Tienen algún registro de los guías de Mar del Plata?

Si, existe en el Emtur.

¿El trabajo de Ud. es independiente o en relación con alguna empresa?

Es independiente.

Muchas veces el guía hace de coordinador y viceversa, ¿cuál es su opinión al respecto?

Son actividades relacionadas, el guía muchas veces actúa como coordinador, me parece que van de la mano.

¿Qué es para Ud. el turismo receptivo y como se lleva adelante el mismo en la ciudad?

Es una actividad muy importante, pero que lamentablemente en Mar del plata no se le da el impulso necesario y no se respeta el profesional capacitado.

¿Qué opinión tiene en cuanto a los servicios ofrecidos en la plaza colón?

Me parece que deberían contratar Guías matriculados.

¿Qué aspectos del turismo en la ciudad habría que modificar? ¿Por qué?

Se debería ofrecer como un destino de todo el año, ya que cuenta con muchas actividades no solo de playa. Y también tendría que respetarse el reglamento del guía local, donde solo pudieran ejercer la actividad las personas capacitadas para ello. De esa manera se ofrecería una mejor calidad del turismo receptivo.

ALEJANDRA REQUESENS / Guía de turismo / 17 de junio de 2015

¿Ud. trabaja como guía? ¿Desde cuándo?

Si, en el año 92 hice mis primeras guiadas rentadas. Los primeros años fueron pocas y durante poco tiempo (muy corta mi temporada) y con el correr de los años logré, como en la actualidad, vivir de esto todo el año

¿Dónde realizó su formación?

Colegio de la unión del sur.

¿Qué reglamentación tiene la ciudad de Mar del Plata en cuanto al trabajo del guía?

En este momento estamos sufriendo modificar algunos puntos en la reglamentación. La reunión de ayer fue muy productiva.

¿Qué rol ocupa el guía en la ciudad?

Mostrar, enseñar, cuidar los atractivos turísticos de lo que siente como sus "pagos" transmitiéndolo con todo el amor y la pasión que siente por ellos y por su trabajo

¿Tienen algún registro de los guías de Mar del Plata?

Estamos confeccionando un nuevo registro de guías ya que el que tiene el EMTUR es antiguo, no figuramos todos y la mayoría no está en actividad.

¿El trabajo de Ud. es independiente o en relación con alguna empresa?

Mi trabajo es independiente porque no trabajo a sueldo, pero hay dos agencias en mar del plata, de turismo receptivo, que son las que me pasan guiadas con continuidad...entonces priorizo trabajar con ellas por la fidelidad y confianza que depositan en mí, más allá que cuando te pasan guiadas todos los días de septiembre a mayo te pagan menos por salida que lo que vos pasas como tarifa individualmente.

Muchas veces el guía hace de coordinador y viceversa, ¿cuál es su opinión al respecto?

El guía, en su formación, está capacitado para coordinar...tiene manejo de grupo y puede enfrentar inconvenientes que puedan aparecer. El coordinador, en algún caso que haya tenido formación, no tiene herramientas para guiar y menos por ejemplo, para poder contestar con éxito las preguntas que puedan llegar a hacer sus pasajeros.

¿Qué es para Ud. el turismo receptivo y como se lleva adelante el mismo en la ciudad?

Es el tipo de turismo que los no residentes realizan en forma individual o por intermedio de una agencia que ofrece paseos por su zona. Acá hay tres agencias que funcionan bien en turismo receptivo. Una solamente en alta temporada y sólo desde mitad de diciembre a marzo y por pedidos que puedan surgir en el año. Otra trabaja todo el año pero con un turismo de alto nivel y congresos. La otra con un turismo popular y esa es la que más trabajo tiene. Un turismo de clase jubilada y de clase media y media baja.

¿Qué opinión tiene en cuanto a los servicios ofrecidos en la plaza colón?

Yo empecé en la plaza colón a principios de la década de los 90. En aquellos años guiábamos los guías y algunos choferes. Hoy da vergüenza escuchar a los camarógrafos y a algunos choferes guía de la plaza, lo que dicen a la gente... El contenido de sus guiadas es desastroso, fabulador... Inmerecido para mí querida ciudad.

¿Qué aspectos del turismo en la ciudad habría que modificar? ¿Por qué?

Habría que modificar tanto... En este momento se me ocurren solo algunos: verdaderos profesionales en turismo de todos los órdenes: agentes de viajes en la promoción y venta, guías profesionales en turismo, unidades ya sea micro o minibus en buenas condiciones mecánicas y de estética, mejor trato al turista...más cordial y por sobre todo: profesionales bien remunerados.

SILVINA MELANO / Guía de turismo / 22 de junio de 2015

¿Hace cuánto tiempo trabaja como guía?

Actualmente no trabajo como guía de turismo dado que resido en la ciudad de Puerto Madryn y aquí debo contar con tres años de residencia como mínimo, para ejercer como tal, luego de validar mi título con certificación en la Provincia de Chubut (mi título es Nacional pero como cada provincia tiene distintas reglamentaciones, exigen estas condiciones en su mayoría, para ejercer debidamente... es un modo de defender las fuentes de trabajo locales)

¿Dónde realizó su formación?

Egrese como guía de turismo en la ciudad de Mar del Plata en el año 2002 y desde el 2003 al año 2012 me desempeñe en dicha función en la Reserva Natural Puerto (MDP) como voluntaria de la Fundación de la citada reserva.

Asimismo me desempeñe como guía en forma particular en la ciudad y zona, en particular en ambientes naturales/rurales.

Mi capacitación la efectué en el Instituto Terciario Provincias Unidas del Sud (creo que ya no existe como tal), que se localizaba en San Juan y R. Peña (si mal no recuerdo); la carrera era de tres años. Ingrese el año 2000 y egrese en el 2002.

¿Qué reglamentación tiene la ciudad de Mar del Plata en cuanto al trabajo del guía?

En Mar del Plata y dado el trabajo y reclamos efectuados por intermedio de la Asociación de Guías de Turismo, el Municipio de General Pueyrredón elaboro una ordenanza, reglamentando la función y competencias del Guía de Turismo en la ciudad, en particular para "controlar" el trabajo que se realizaba en turismo (desconozco la situación actual) por los coordinadores de excursiones del interior de la provincia y el país.

No recuerdo bien la fecha y aquí no tengo los registros de esa Ordenanza, pero se logró su redacción, no sé si se reglamentó (es decir, si se puso en práctica) porque coincidió con mi traslado de la ciudad.

¿Qué rol ocupa el guía en la ciudad?

La función del guía de turismo es de fundamental importancia no solo en Mar del Plata sino en todo sitio de interés turístico. Es quien mejor logra transmitir al visitante/turista/pasajero, la "idiosincrasia del lugar", en un contexto geográfico/natural, social, cultural, deportivo, etc. por medio de su profesionalismo y empatía.

¿Ud. Es parte de la Asociación de Guías de Mar del Plata?

Integre la Asociación de Guías de Turismo de Mar del Plata desde el año 2009 hasta el 2012... como tal viaje en reiteradas ocasiones, a representar a la misma y a la ciudad, en los Congresos Nacionales de Guías de Turismo que cada año se realizan en distintas ciudades del país.

MARIA LAURA SOCOLOVSKY/ Guía de turismo / 4 de agosto de 2015

¿Ud. trabaja como guía? ¿Desde cuándo?

Desde 2001

¿Dónde realizó su formación?

Instituto privado unión del sur.

¿Qué reglamentación tiene la ciudad de Mar del Plata en cuanto al trabajo del guía? ordenanza municipal 17702/06

¿Qué rol ocupa el guía en la ciudad?

Detallado en la ordenanza y el decreto de aplicación, puedes ver el detalle en el consejo de laborante online. <http://concejomdp.gov.ar/biblioteca/consultas.php>

¿Ud. Es parte de la Asociación de Guías de Mar del Plata?

Si soy parte de la Asociación.

¿Hace cuánto que se creó la Asociación y cuál es el objetivo de la misma?

Se creó en 1997 con el objetivo es valorizar el rol del guía, hacer valer sus derechos y representarlos.

¿Cómo se trabaja dentro de la asociación?

Por medio de reuniones mensuales y comisión directiva. Según la normativa de asociación civiles.

¿Cuáles son los requisitos para ingresar a la asociación?

Ser aceptado por la comisión directiva. No es necesario ser guía porque hay gente que solo colabora desde lo operativo.

¿Tienen algún registro de los guías de Mar del Plata?

Si para trabajar según reglamentación del EMTUR, ellos son los encargados de registrarlos y darnos un carnet habilitante, según la ordenanza.

¿Qué servicios turísticos se ofrecen desde la Asociación?

Según, actualmente tenemos 9 servicios de excursiones desde el tradicional City Tour hasta salidas a Villa Gesell y Pinamar. Te dejo la página para que los veas www.guiadeturismomdp.com.ar

¿El trabajo de Ud. es independiente o en relación con alguna empresa?

Independiente

Muchas veces el guía hace de coordinador y viceversa, ¿cuál es su opinión al respecto?

Que el guía haga de coordinador está muy bien, felicito a quienes lo contraten porque está dando un óptimo servicio, ocupando a un profesional que se ha capacitado para llevar a delante el grupo. Los guías somos capacitados para coordinar viajes, guiar, orientar, entre otras actividades. No me parece ni justo ni apropiado que los coordinadores cumplan funciones de guías ya que no están capacitados para ello, creo que es un abuso por parte de los que los contratan para tal fin y una estafa para los turistas, que no se llevan la información que pagan.

¿Qué es para Ud. el turismo receptivo y como se lleva adelante el mismo en la ciudad? Turismo receptivo o de entrada: comprende las personas no residentes que viajan al país en el que se registran las cuentas. El turismo receptivo en MDP se realiza a través de agencias de viaje dedicadas a este fin y registradas legalmente para ello, también lo realizan otras personas en forma ilegal. O sea no como dice la ley de turismo.

¿Qué aspectos del turismo en la ciudad habría que modificar? ¿Por qué?

Todos los que no estén cumpliendo las normativas vigentes, porque creo que esto daña la imagen de MDP, la calidad de la información y como nos ven desde otras provincias y naciones. Profesionalizar el turismo sería lo ideal, cada uno en su puesto, según lo que ha estudiado y capacitado.

Me llevo un comentario de que la asociación fue disuelta el 16 de junio, ¿eso es cierto?

No consta en actas, por lo cual no deja de ser un comentario, para disolver una asociación hay reglamentaciones legales y de acuerdo al estatuto de la misma que hay que cumplir.

ANEXO Nº 2

Documentos

ÍNDICE

Ley Nacional Nº 18.829/1970	77
Ley Provincial Nº 12.484/2000.....	80
Ordenanza Municipal Nº 7.877/1990	83
Ordenanza Municipal Nº 14.578/2002	84
Ordenanza Municipal Nº 14.999/2002	84
Ordenanza Municipal Nº 20.105/2011	85
Ordenanza Municipal Nº 17.702/2006	85
Nota Diario La Capital (23 de Octubre de 2015)	87

LEY NACIONAL Nº 18.829 - Normalización de la actividad del Agente de Viajes

Bs. As., 6/11/70

EL PRESIDENTE DE LA NACIÓN ARGENTINA SANCIONA Y PROMULGA
CON FUERZA DE LEY:

Artículo 1º– Quedan sujetas a las disposiciones de esta Ley todas las personas físicas o jurídicas que desarrollen, en el territorio nacional, con o sin fines de lucro, en forma permanente, transitoria o accidental, algunas de las siguientes actividades:

- a) La intermediación en la reserva o locación de servicios en cualquier medio de transporte en el país o en el extranjero;
- b) La intermediación en la contratación de servicios hoteleros en el país o en el extranjero;
- c) La organización de viajes de carácter individual o colectivo, excursiones, cruceros o similares, con o sin inclusión de todos los servicios propios de los denominados viajes "a forfait", en el país o en el extranjero;
- d) La recepción o asistencia de turistas durante sus viajes y su permanencia en el país, la prestación a los mismos de los servicios de guías turísticos y el despacho de sus equipajes;
- e) La representación de otras agencias, tanto nacionales como extranjeras, a fin de prestar en su nombre cualesquiera de estos servicios;
- f) La realización de actividades similares o conexas a las mencionadas con anterioridad en beneficio del turismo, las cuales se expresarán específicamente en la licencia respectiva. Será requisito ineludible para el ejercicio de estas actividades, el obtener previamente la respectiva licencia en el Registro de Agentes de Viajes que llevará el organismo de aplicación que fije el Poder Ejecutivo, el que determinará las normas y requisitos generales y de idoneidad para hacerla efectiva.

Art. 2.º– El Poder Ejecutivo, por intermedio del organismo de aplicación podrá negar el otorgamiento o cancelar las licencias ya otorgadas a las personas o agencias cuyos integrantes registren antecedentes personales, morales, comerciales, bancarios o judiciales desfavorables, similares a los que inhabilitan para el acceso a las funciones o cargos públicos.

Art. 3º– Deberán comunicarse al Registro de Agentes de Viajes, que llevará el organismo de aplicación, todas las modificaciones que se produzcan en los contratos sociales de las personas jurídicas titulares de licencias, cambios de sus autoridades o de las personas que las representan y cualquier otro acto que lleve involucrado la sustitución del o de los responsables de las Agencias. Inclúyese en la denominación "responsables" hasta la categoría de gerente de casa matriz y/o de sucursales.

El organismo de aplicación establecerá las normas y requisitos para el trámite ante este Registro.

Art. 4º– Se requerirá la autorización del organismo de aplicación para realizar, dentro de los locales donde funcionen las agencias de viajes, toda otra actividad no contemplada expresamente en la presente ley, la que podrá ser otorgada cuando la misma se relacione con la actividad específica de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de los usuarios, y sin perjuicio del cumplimiento de las leyes especiales que fijan la misma.

Art. 5º– El Poder Ejecutivo establecerá los requisitos y normas a cumplir para la transferencia o venta de las agencias de viajes. El comprador, intermediario o escribano que intervengan en la transferencia de una agencia de viajes tendrán el carácter de agente de retención por la suma que arrojaré el certificado de deuda expedido por la autoridad de aplicación y deberán depositar dicho importe en el término y forma que se determine en la pertinente reglamentación.

Art. 6º– Las licencias se otorgarán previa constitución de un fondo de garantía en dinero efectivo, títulos del Estado y/o fianza bancaria a favor del organismo de aplicación que designe el Poder Ejecutivo, cuyo monto aquél determinará, por un valor de hasta Cien Mil Pesos (\$ 100.000), reemplazable por un seguro sustitutivo en las condiciones que se determinen u otra garantía equivalente a juicio del mismo.

Este fondo de garantía tendrá como finalidad asegurar el buen funcionamiento de las agencias y proteger al turista. De él se podrán hacer efectivas las multas a que se puedan hacer pasibles las agencias. En cualquier circunstancia en que dicho fondo se vea disminuido, deberá reponerse dentro de un plazo que no exceda de Treinta (30) días.

Art. 7º– El Poder Ejecutivo, por intermedio del organismo de aplicación determinará las normas a que deberán sujetarse las actividades referidas en el artículo 1º de la presente ley en cuanto a las exigencias básicas de la documentación contractual con los usuarios y tenencia de formularios de quejas y sugerencias; pudiendo también reglamentar los derechos y obligaciones de hoteleros y transportistas en su relación con las Agencias de viajes y los turistas, así como cualquier otro aspecto que haga a la más eficiente realización de las mencionadas actividades.

Art. 8º– Las personas a que se refiere el artículo 1º de la presente Ley están obligadas a respetar las tarifas convenidas y a ser veraces en la propaganda que realicen a fin de promover sus actividades, debiendo el material de dicha propaganda reflejar, exactamente, sin dar lugar a confusión, el tipo de servicio ofrecido.

Art. 9.– Se faculta al organismo de aplicación a inspeccionar y verificar en todo el territorio de la República por intermedio de sus funcionarios debidamente acreditados, el cumplimiento de las leyes, reglamentaciones y resoluciones que rigen la actividad turística. Para el desempeño de esa función podrá inspeccionar los libros y documentos de los responsables, levantar actas de comprobación de las infracciones, efectuar intimaciones, promover investigaciones, solicitar el envío de toda documentación que se considere necesaria, promover acciones judiciales, solicitar órdenes de allanamiento y requerir el auxilio de la fuerza pública.

El organismo de aplicación podrá delegar estas funciones en las autoridades provinciales.

Art. 10.– Los infractores a las disposiciones de la presente ley y/o a las resoluciones establecidas para el control e inspección por el organismo de aplicación, serán sancionadas con una multa de hasta Diez Mil Pesos (\$ 10.000).

Art. 11.– El ejercicio de las actividades especificadas en el artículo 1º de la presente Ley sin la correspondiente licencia será sancionado con una multa de hasta Cincuenta Mil Pesos (\$ 50.000) y clausura del local.

Art. 12.– El incumplimiento a lo dispuesto por los artículos 3º , 4º y 5º de la presente Ley será sancionado con multa de hasta Diez Mil Pesos (\$ 10.000).

Art. 13.– Las infracciones al artículo 6º , de la presente Ley serán sancionadas con suspensión para operar hasta la normalización del fondo de garantía. La sanción se transformará en cancelación de licencia y clausura del local si el fondo no se regulariza en el término de Seis (6) meses. En tal caso, aplicará el saldo del fondo de garantía para indemnizar a los contratos incumplidos.

“Relevamiento y descripción del Turismo Receptivo en la ciudad de Mar del Plata”.

Art. 14.– Todo incumplimiento de los artículos 7º y 8º de la presente Ley será sancionado con multa de hasta Cien Mil Pesos (\$ 100.000) y suspensión para operar de hasta Doce (12) meses.

Art. 15.– En caso de reincidencia o pacto, convenio o coalición, para evitar o impedir el cumplimiento de las prescripciones establecidas por la presente Ley y de las resoluciones que en virtud de ella se dicten, las multas y suspensiones podrán elevarse al quintuplo.

Art. 16.– Si como consecuencia de una infracción cometida resultara la obtención de un beneficio ilícito para el infractor o terceros, el importe total de la multa a aplicar será el resultado de incrementar la que le hubiere correspondido normalmente, con un monto igual al beneficio ilícito obtenido por el infractor o terceros, aunque se sobrepase el límite de multa fijado por esta Ley para la infracción que se sanciona.

Art. 17.– La sanción: "suspensión de operar" afecta solamente a la contratación de nuevos compromisos, conservándose la obligación de dar total y exacto cumplimiento a los que hubieran sido contraídos hasta la fecha en que se tome conocimiento de la sanción impuesta.

Art. 18.– Las sanciones se aplicarán previo sumario. Se citará al sumariado concediéndole plazo de Diez (10) días hábiles, que podrán ampliarse a Veinte (20) días hábiles cuando razones de distancia o complejidad del sumario así lo aconsejen, para que presente su defensa y ofrezca las pruebas pertinentes, las que deberán producirse dentro de los Quince (15) días hábiles siguientes. El organismo de aplicación podrá disponer medidas de prueba para mejor proveer, en cualquier estado del procedimiento.

Toda notificación deberá efectuarse personalmente o por telegrama colacionado. En este último caso serán válidas las que se efectúen en el domicilio constituido por el responsable en el Registro de Agentes de Viajes, cualquiera sea quien suscriba la documentación correspondiente.

Art. 19.– Producidas todas las pruebas, así como las medidas para mejor proveer que se puedan decretar, se cerrará el sumario y se dará vista al interesado por Cinco (5) días hábiles improrrogables, vencidos los cuales el titular del organismo de aplicación dictará la resolución pertinente.

Art. 20.– Contra las resoluciones condenatorias recaídas en los sumarios administrativos, podrá interponerse recurso de apelación ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo penal económico dentro de los Cinco (5) días hábiles de notificadas.

En las jurisdicciones donde no se encuentre establecido el fuero en lo Penal Económico, el recurso de apelación se tramitará ante la Cámara Federal de la jurisdicción del domicilio del demandado.

Art. 21.– La acción para perseguir el cobro de las multas aplicadas prescribirá al año. El término comenzará a partir de la fecha en que la resolución haya pasado en autoridad de cosa juzgada.

Art. 22.– Las acciones por infracción a las leyes, decretos y resoluciones que rijan la actividad turística, prescribirán a los Cinco (5) años, contados desde la fecha de la comisión de la infracción.

Art. 23.– La prescripción de las acciones para imponer sanción y para hacer efectivas las multas se interrumpe por la comisión de una nueva infracción y por todo otro acto de procedimiento judicial o administrativo.

“Relevamiento y descripción del Turismo Receptivo en la ciudad de Mar del Plata”.

Art. 24.– A los efectos de considerar al infractor como reincidente, no se tendrá en cuenta la pena anteriormente impuesta cuando hubiere transcurrido el término de Cinco (5) años desde que tal sanción quedó firme.

Art. 25.– El cobro de las multas que se adeuden se efectuará por el procedimiento de ejecución fiscal.

Art. 26.– Las personas que a la fecha de la publicación de la presente Ley se encuentren desempeñando alguna de las actividades comprendidas en el artículo 1º de la presente Ley, deberán obtener su licencia dentro de los Ciento Ochenta (180) días de tal fecha.

Art. 27.– Modifícase el artículo 28 de la Ley 14.574, elevándose el monto de las sanciones que allí se indican hasta un máximo de Quinientos Mil Pesos (\$ 500.000).

Art. 28.– Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese.

LEY PROVINCIAL Nº 12.484/2000 - Ley Provincial de Guías de Turismo

ARTÍCULO 1º:

Las personas físicas que ejerzan actividades tales como acompañar, orientar o transmitir Información a personas en forma individual o grupal, en forma remunerativa, en visitas o excursiones urbanas, locales, zonales dentro del territorio provincial, deberán inscribirse en el Registro Provincial de Guías de Turismo para ejercer su actividad y cumplir con las prescripciones de la presente Ley y su reglamentación.

Los Guías de Turismo deberán prestar sus servicios con eficacia, capacidad y diligencia, observando una conducta ética, priorizando en todos los casos la protección y conservación del patrimonio turístico provincial.

ARTICULO 2º: Son atribuciones del Guía de Turismo:

- 1) Acompañar, orientar, transmitir informaciones a personas o grupos en visitas, excursiones urbanas, locales y zonales dentro del territorio provincial.
- 2) Acompañar a otras provincias y al exterior a personas o grupos en viajes organizados por la provincia.
- 3) promover y orientar despachos y liberación de pasajeros y respectivos equipajes en terminales de embarques y desembarques aéreos, marítimos, fluviales, ferroviarios y de automotores.
- 4) Tener acceso a todos los vehículos de transportes durante el embarque y desembarque, para orientar a las personas o grupos bajo su responsabilidad, observando las normas específicas de la terminal.
- 5) Tener acceso gratuito a museos, galerías de arte, exposiciones, ferias, bibliotecas, zonas arqueológicas y cualquier otro punto de interés turístico, así como a las áreas públicas de recepción de los establecimientos de hospedaje, durante el desempeño de sus actividades, sujetándose en todo los casos a las reglas de acceso y operación del lugar.

ARTICULO 3º:

Créase el Registro Provincial de Guías de Turismo, a cargo de la Subsecretaría de Turismo o de la dependencia provincial que la remplace, la que reglamentará la operatoria de matriculación de los interesados, los que deberán inscribirse bajo las siguientes condiciones:

1. Ser argentino nativo o por opción, o residente extranjero con más de tres años con residencia en el país.
2. Probar fehacientemente su identidad mediante presentación de documento que así lo acredite.
3. Tener estudios secundarios completos.
4. Presentar fotocopia autenticada de título expedido por entes oficiales nacionales, provinciales o municipales, correspondiente a universidades, institutos superiores o entidades públicas o privadas reconocidas oficialmente.
5. Inscripción el CUIT o CUIL.

ARTICULO 4º:

“Relevamiento y descripción del Turismo Receptivo en la ciudad de Mar del Plata”.

Los interesados en matricularse que no cumplan con los requisitos del inciso 4) del artículo 3° de la presente ley, podrán inscribirse en el registro, deberán presentar:

a) Certificados de estudios de uno o más años de duración, cursados en instituciones cuyos títulos no estuvieran reconocidos oficialmente.

b) Certificado de trabajo o avales correspondientes que acrediten su idoneidad en tareas inherentes al guía de turismo expedido por Asociaciones de Guías de Turismo, Organismos municipales, provinciales o nacionales por un período no menor a tres años. La inscripción de idóneos se efectuará exclusivamente en un plazo de seis meses de producida la creación del Registro.

Asimismo se exigirá para la categorización la aprobación de una prueba de aptitud, ante un Comité Evaluador creado al efecto.

ARTICULO 5°:

El Registro de Guías de Turismo otorgará una credencial que el Guía deberá portar obligatoriamente, en la que constará:

- 1) Nombre y Apellido
- 2) Fotografía
- 3) Número de Documento Nacional de Identidad
- 4) Grupo sanguíneo
- 5) Categoría/s
- 6) Idioma/s
- 7) Término de validez de la credencial
- 8) Número de Matrícula
- 9) Área territorial de competencia

ARTICULO 6°:

La credencial de carácter personal e intransferible, deberá renovarse cada seis (6) años. Será requisito para dicha renovación la asistencia, avalada mediante certificado, a cursos, seminarios, congresos, jornadas, cursos dictados por las Asociaciones y/o Centros de Guías de Turismo Locales o Zonales; o bien la especialización en temáticas específicas vinculadas a la profesión, lo que habilitará para desarrollar actividades de acuerdo a la categoría correspondiente.

ARTICULO 7°:

A los efectos del desempeño de la actividad los guías podrán ser registrados en una o más de las siguientes categorías:

1) Guía Provincial: es el que desarrolla sus actividades en todo el territorio de la Provincia, como guía de turismo-guía coordinador. Será requisito para esta categoría contar con título habilitante expedido por universidad pública o privada o institutos terciarios.

2) Guía Zonal: es el que desarrolla sus actividades en una determinada zona de la provincia. Será requisito para esta categoría contar con una certificación de conocimientos otorgada por organismos o entidades que se relacionen con la zona correspondiente.

3) Guía Local: es el que desarrolla sus actividades en un municipio determinado. Será requisito para esta categoría contar con una certificación de conocimientos otorgada por organismos o entidades turísticas del municipio correspondiente.

4) Guía Calificado: es el que desarrolla sus actividades en el ámbito provincial especializándose en alguna disciplina en particular o en atractivos turísticos especializados. Será requisito para esta categoría contar con una certificación de conocimientos otorgada por organismos o entidades que se relacionen con la temática específica.

5) Guía Puntual: es el que desarrolla sus actividades en el ámbito municipal especializándose en una disciplina en particular o en un atractivo turístico diferenciado. Será requisito para esta categoría contar con una certificación de conocimientos otorgada por organismos o entidades que se relacionen con la temática especificada. En aquellos Municipios donde existan Registros Locales, o convenios de asociación con otros Municipios, el Guía Provincial y el Guía Zonal, podrán ejercer sus actividades cumplimentando los requisitos exigidos por los mismos.

ARTICULO 8°:

Serán consideradas faltas o infracciones:

- 1) La no exhibición de la credencial en vigencia.
- 2) El ejercicio de la actividad sin la matriculación correspondiente.
- 3) La utilización de las prerrogativas inherentes a su función fuera de los estrictos límites de sus atribuciones o facilitar por cualquier medio su ejercicio a los no registrados.
- 4) Suministrar información errónea o falaz sobre el patrimonio natural y/o cultural, o atractivos turísticos, así como permitir o realizar acciones que deterioren o destruyan los mismos.
- 5) Poner en riesgo la vida, la salud de los turistas a su cargo o abandono de los mismos.
- 6) No prestar atención a enfermos del grupo a su cargo.
- 7) Observar conducta escandalosa o violenta en sus lugares de trabajo.
- 8) Presentarse indecorosamente vestido, en estado de ebriedad o bajo las influencias de algún narcótico o droga enervante.
- 9) Condicionar u obstaculizar el desarrollo de la actividad de otro guía.
- 10) Inducir a los turistas a comprar artículos en determinados comercios.
- 11) Solicitar a los viajeros retribuciones especiales, directa o indirectamente, fuera de las establecidas previamente a la contratación de sus servicios.
- 12) Oficiar de maleteros, conserje o cualquier otra actividad ajena a la profesión de guía.
- 13) Emitir opiniones con relación a creencias religiosas, ideas políticas o instituciones ajenas a la información turística propiamente dicha durante el desarrollo de sus funciones.
- 14) No cumplir ni hacer cumplir las leyes, reglamentaciones y disposiciones en vigencia relacionadas con el quehacer turístico, el tránsito y toda otra norma de carácter general.
- 15) No comunicar en forma inmediata la deficiencia que advierta en los servicios turísticos, conservación y mantenimiento de atractivos y lugares de visita, sean de propiedad privada o del Estado, a las autoridades competentes.
- 16) Desempeñarse simultáneamente como chofer del medio de transporte que guía.

ARTICULO 9°:

El incumplimiento de lo previsto en la presente Ley dará lugar a la aplicación de las siguientes sanciones:

- 1) Apercibimiento
- 2) Suspensión
- 3) Inhabilitación definitiva

La Autoridad de Aplicación reglamentará las sanciones por las infracciones establecidas en el artículo precedente, graduándose en función de su gravedad y reiteración.

ARTICULO 10°:

Los operadores o prestadores de servicios turísticos que empleen o contraten como guías de turismo a personas que no encuentren registradas serán sancionadas con multas que variarán entre quinientos (500) y veinte mil (20.000) pesos. En caso de reincidencia se aplicará al infractor además de la multa la suspensión temporaria o revocación definitiva del permiso para desarrollar sus tareas en el ámbito provincial.

ARTICULO 11°:

Las penalidades se graduarán conforme a la naturaleza de la infracción teniendo en cuenta las circunstancias atenuantes o agravantes. Las acciones se iniciarán de oficio o por denuncia de parte ante la autoridad de aplicación. Las sanciones serán aplicadas previo sumario según el procedimiento siguiente:

- 1) Toda vez que la autoridad de aplicación verifique la existencia de una presunta infracción, procederá a labrar acta circunstanciada, la que dará plena fe, salvo prueba en contrario.
- 2) Se dará vista al presunto infractor para que dentro del plazo de diez (10) días hábiles presente su defensa y ofrezca las pruebas pertinentes. Este plazo podrá ampliarse a veinte días cuando razones de procedimiento así lo aconsejen.
- 3) Producidas todas las pruebas, se cerrará el sumario y se dará vista al interesado por cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales se dictará la resolución pertinente.
- 4) Las Resoluciones que recaigan serán susceptibles de ser recurridas de acuerdo a lo establecido en la Ley de Procedimientos Administrativos.

ARTICULO 12°:

“Relevamiento y descripción del Turismo Receptivo en la ciudad de Mar del Plata”.

El guía de turismo podrá trabajar de acuerdo a las siguientes modalidades:

- 1) En forma independiente, facturando directamente sus servicios.
- 2) En relación de dependencia. Lo percibido en honorarios y/o sueldos será pactado entre el profesional y el operador turístico o cliente, tomando como referencia las listas de aranceles sugeridos por las asociaciones de guías de turismo de la jurisdicción correspondiente.

ARTICULO 13°:

Todo operador o prestador de servicios turísticos que desarrollen excursiones o visitas guiadas, deberán contratar obligatoriamente a guías de turismo inscriptos en el Registro Provincial de Guías de Turismo, habilitados para operar en el ámbito correspondiente, respetando las categorías normadas en el artículo 7°.

ARTICULO 14°:

El guía nacional o extranjero que ingrese con un contingente a la Provincia de Buenos Aires deberá ser asistido dentro de ésta, y durante toda su estadía por guías inscriptos en el Registro Provincial de Guías de Turismo.

ARTICULO 15°:

La Autoridad de Aplicación de la presente Ley es la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires dependiente del Ministerio de Producción, o la que en el futuro la reemplace. La misma podrá realizar convenios con los municipios a efectos de inscribir en el Registro Provincial de Guías de Turismo y realizar las evaluaciones correspondientes a cada categoría.

ARTICULO 16°:

Comuníquese al Poder Ejecutivo. Dada en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires, en la ciudad de La Plata, a los nueve días del mes de agosto del año dos mil.

Expediente D.E.: 10899/2/90

Fecha de sanción: 09/08/1990

Fecha de promulgación: 29/08/1990

ORDENANZA MUNICIPAL Nº 7877

Artículo 1º.- Será considerado servicio de excursión el traslado de pasajeros que se efectúe de acuerdo con un itinerario previamente programado y que una sitios turístico, cultural o recreativo. Incluyense también los servicios que, con dichos fines, salgan del Partido y regresen a él con los mismos pasajeros.

Artículo 2º.- Para desarrollar las actividades definidas en el artículo 1º, los interesados deberán solicitar la habilitación como operadores de servicios de excursión en alguna de las siguientes categorías:

- 1) Excursión Urbana,
- 2) Excursión Suburbana,
- 3) Excursión interurbana y
- 4) Excursión acuática.

La reglamentación fijará las demás condiciones exigidas para ese fin y será facultad de la autoridad de aplicación extender autorizaciones para funcionar a los operadores que pretendan cumplir más de uno de tales servicios.

Artículo 3º.- A los efectos de la aplicación de la presente, el D.E. reglamentará el funcionamiento de las empresas de excursión.

Artículo 4º.- Las infracciones a la presente y a su reglamentación serán sancionadas con multas de tres décimos por ciento (0,3%) a cien por ciento (100%) con relación cien (100) salarios mínimos del personal de esta Municipalidad.

Artículo 5º.- Abrógase la ordenanza nº 5035 y su Decreto Reglamentario nº 1935/85.

Artículo 6º.- Comuníquese, etc.

Expediente D.E.:1736-3-2002

Expediente H.C.D.: Nota 41-M-2002

Nº de registro: O-8815

Fecha de sanción:14-02-2002

Fecha de promulgación:15-03-2002

Decreto Promulgación: 730

ORDENANZA MUNICIPAL Nº 14578

Artículo 1º .- Autorízase a Mar del Plata Aquarium a instalar un casilla en la Plaza Colón, a los efectos de promocionar exclusivamente la actividad de dicho oceanario.

Artículo 2º .- El Departamento Ejecutivo establecerá las características y medidas del módulo autorizado por el artículo anterior y el lugar exacto de ubicación.

Artículo 3º .- La permissionaria hará entrega, en la cantidad que el Departamento Ejecutivo determine, de entradas gratuitas para ser utilizadas por los niños que concurren a las Casas del Niño que dependen de la Municipalidad.

Artículo 4º .- Comuníquese, etc.-

Expediente D.E.: 24852-9-99

Expediente H.C.D.: Nota 132-C-2002

Nº de registro: O-9254

Fecha de sanción: 24-10-2002

Fecha de promulgación: 08-11-2002

Decreto promulgación: 2949/02

ORDENANZA MUNICIPAL Nº 14999

Artículo 1º .- Modifícase el artículo 1º de la Ordenanza nº 13.054, el que quedará redactado de la siguiente manera:

"Artículo 1º .- Autorízase a la Cámara de Turismo Rural (CAMTUR) a ocupar un espacio público para instalar un puesto de promoción, venta y publicidad de circuitos rurales y recreativos en la Plaza Colón."

Artículo 2º .- Comuníquese, etc.

Expediente D.E.: 777/2/1998

Expediente H.C.D.: 2257-D-2010

Nº de registro: O-14407

Fecha de sanción: 22/12/2010

Fecha de promulgación: 12/01/2011

Decreto de promulgación con veto parcial: 76

ORDENANZA MUNICIPAL Nº 20105

Artículo 1º.- Los stands de promoción y venta de pasajes de los servicios de excursión de las categorías a.1) y b.1) en el marco de la Ordenanza nº 7877 y su correspondiente reglamentación, o la que en el futuro la reemplace, sólo podrán ubicarse sobre la Avda. Colón entre las calles Buenos Aires y Arenales, acera de la Plaza Colón, en los lugares que determine el área competente del Departamento Ejecutivo.

Artículo 2º.- Queda terminantemente prohibida la ocupación del espacio público para la instalación de stands de promoción y venta de boletos para los vehículos clase b.1) que posean su lugar de salida sobre la Avda. Patricio Peralta Ramos entre las calles Arenales y Moreno, permitiéndose la instalación de señalamiento vertical cuyas características serán autorizadas por el Departamento Ingeniería de Tránsito dependiente del ENOSUR.

Artículo 3º.- Las cabinas o cualquier otro elemento a instalar, deberán ser previamente aprobados por la Dirección General de Transporte y se emplazarán fuera de los lugares de circulación peatonal.

Artículo 4º.- Los lugares de salida de distintos tipos de excursión serán establecidos por la Dirección General de Transporte y dichos lugares no podrán ser cedidos a terceros por parte de los permisionarios.

Artículo 5º.- Los permisos que se otorguen en virtud de la presente ordenanza revestirán en todos los casos carácter precario, pudiendo la autoridad de aplicación disponer la revocación de los permisos por violación grave a las condiciones o requisitos que permitieron el otorgamiento de los mismos.

Artículo 6º.- Los beneficiarios de los permisos precarios de las categorías a.1) y b.1) deberán mantener el orden y limpieza del sector que se les asignen por la dependencia municipal competente.

Artículo 7º.- Sólo podrán ser utilizados los lugares de salida previstos en la presente, previo pago del monto fijado por la Ordenanza Impositiva vigente en concepto de Derechos de Ocupación de Espacios Públicos.

Artículo 8º.- Vetado por Decreto 76/2011.

Artículo 9º.- Vetado por Decreto 76/2011.

Artículo 10º.- Derógase toda norma que se contraponga con los alcances de la presente.

Artículo 11º.- Comuníquese, etc.-

Expediente D.E.: 15958-8-06

Expediente H.C.D.:767-A-06

Nº de registro: O-11992

Fecha de sanción:12-10-06

Fecha de promulgación: 30-10-06

Decreto de promulgación: 2409

ORDENANZA MUNICIPAL Nº 17702

AMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 1º .- Créase dentro del ámbito del Partido de General Pueyrredon el Registro Municipal de Guías de Turismo, conforme lo normado por la Ley Provincial 12484 y su Decreto Reglamentario nº 1627/03, regulatorios de la actividad del Guía de Turismo en la Provincia de Buenos Aires.

Artículo 2º .- A tales efectos, se considerarán Guías de Turismo a todas aquellas personas que presten servicios tales como acompañar, orientar o transmitir información turística en forma individual o grupal, en forma remunerativa, en sitios puntuales, en visitas o excursiones urbanas, locales o zonales dentro del Partido de General Pueyrredon.

DE LAS CATEGORIAS: REQUISITOS PARA LA INSCRIPCION

Artículo 3º .- El Ente Municipal de Turismo tendrá a su cargo el Registro Municipal de Guías de Turismo en las siguientes categorías contempladas en la Ley 12484: Guía Local y Guía Puntual.

Artículo 4º .- El Ente Municipal de Turismo del Partido de General Pueyrredon entregará a los inscriptos en el Registro una credencial que será de carácter personal e intransferible y deberá renovarse cada seis (6) años.

DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DEL GUIA PROVINCIAL Y ZONAL

EN EL AMBITO LOCAL

Artículo 5º .- Aquellas personas que ejerzan la actividad de Guía de Turismo en las categorías de Guía Provincial o Guía Zonal podrán ejercer la actividad en el Partido de General Pueyrredon como Guía Local cumplimentando los requisitos correspondientes.

DE LOS CONVENIOS

Artículo 6º .- La Municipalidad podrá realizar convenios con otros municipios, de acuerdo con lo establecido en el artículo 15º de la Ley 12484, con el fin de encarar conjuntamente el desarrollo de la actividad a nivel zonal, como asimismo con la Secretaría de Turismo y Deportes de la Nación a efectos de lograr una complementariedad entre ambos organismos que permita un desarrollo integral y uniforme de la normativa, tendiente a obtener una completa regulación de la actividad.

DE LA FISCALIZACION

Artículo 7º .- El contralor de la actividad estará a cargo de los organismos de fiscalización correspondientes.

Artículo 8º .- El Departamento Ejecutivo, a través del Ente Municipal de Turismo, reglamentará la presente.

Artículo 9º .- Comuníquese, etc.-

Diario La Capital. *Mar del Plata tendrá nuevos vuelos directos a Córdoba y Tucumán.* [En línea] 23 de octubre de 2015. <http://www.lacapitalmdp.com/noticias/La-Ciudad/2015/10/23/290049.htm>

Mar del Plata tendrá nuevos vuelos directos a Córdoba y Tucumán

Será un vuelo diario a la capital cordobesa y tres vuelos directos semanales a San Miguel de Tucumán, a partir del 1 de enero. Además viernes y domingos se agrega un vuelo más a Buenos Aires. La ciudad busca atraer más turismo nacional e internacional.

Turismo Mar del Plata informó hoy que Aerolíneas Argentinas decidió sumar vuelos directos desde esta ciudad con los aeropuertos de Córdoba y San Miguel de Tucumán.

Pablo Fernández, presidente de Turismo Mar del Plata, señaló que "es una noticia muy importante para la ciudad de Mar del Plata en la que se viene trabajando desde hace bastante tiempo en conjunto entre Mariano Recalde y el intendente Gustavo Pulti para poder lograr un anuncio central en lo que se refiere a la conectividad aérea con el resto del país".

"Mar del Plata, a partir del primero de enero, va a tener un vuelo directo diario con la ciudad de Córdoba, va a tener vuelos directos tres veces por semana con la ciudad de San Miguel de Tucumán, y además va a tener los cinco vuelos diarios a la ciudad de Buenos Aires más un refuerzo los días viernes y domingos, llegando entonces a seis vuelos esos dos días con el detalle que serán aeronaves grandes, por lo cual va a haber incorporación de asientos", subrayó.

El funcionario municipal explicó que "esto es muy importante porque tiene un significado central en materia turística, no sólo por la gente que vamos a poder trasladar directamente de esos destinos, sino porque a Buenos Aires, que es el gran hub aéreo (aeropuerto que opera como centro logístico para la transferencia de pasajeros y carga) donde confluyen todos los vuelos nacionales e internacionales, ahora se suma Córdoba que es otro hub aéreo con muchos vuelos regionales e internacionales y eso nos va a permitir desarrollar esa conexión para atraer turistas de distintos lugares de Sudamérica a Mar del Plata".

"Esta es una noticia muy importante y un paso hacia adelante, sobre todo teniendo en cuenta que hace pocos años nosotros teníamos un solo vuelo con Buenos Aires y esa era la conectividad aérea de Mar del Plata. Con lo cual, el producto de todo el esfuerzo de estos años para lograr que la ciudad tenga la conectividad aérea que necesita para desarrollarse en invierno y en verano con todo tipo de turismo, es realmente muy importante y este es un paso central", detalló el titular del ente local de turismo.

Fernández agregó que "este es un nuevo escalón que estamos subiendo el cual cambia realmente las posibilidades de conexión aérea de la ciudad. El proceso siempre se inicia en la temporada de verano y luego en función de los resultados y de cómo se van desarrollando los mercados se van confirmando para el invierno, pero seguimos trabajando para que se vaya afianzando durante todo el año y para incorporar nuevos destinos".

ANEXO Nº 3

Datos del EMTUR

ÍNDICE

Registro de Guías de Turismo	89
Estudio de Demanda 2011	90
Estudio de Demanda 2012	114
Estudio de Demanda 2013	119
Estudio de Demanda 2014	132