

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>

**Mar del Plata: Diagnóstico de situación,
y aportes conceptuales y metodológicos
acerca del Turismo de Congresos y Convenciones**

**María Julia Muñoz
Universidad Nacional de Mar del Plata**

Año 2001

maria_julia_m@yahoo.com

PALABRAS CLAVE: Mar del Plata - Turismo de Congresos y Convenciones - diagnóstico integral - sector alojamiento - desestacionalización - beneficios socioeconómicos.

La presente producción tiene lugar en el marco de una Beca de Investigación de Estudiante Avanzado otorgada por la Universidad Nacional de Mar del Plata, y cuyo propósito es generar un diagnóstico de situación útil a los fines de la planificación y gestión de la actividad turística de Congresos y Convenciones en la ciudad de Mar del Plata en particular, y en los centros urbanos de su tipo en general, que permita desarrollar esta modalidad de turismo en ciudades con estacionalidad, con el objetivo de generar un valor económico y social agregado.

El Turismo de Congresos y Convenciones es una de las modalidades de Turismo Urbano de mayor desarrollo y potencialidad en estos últimos años a nivel mundial, y del mismo modo en la ciudad de Mar del Plata. A pesar de esto, y debido a su reciente consideración como tipología de turismo con entidad y relevancia propia, no existen estudios integrales que conduzcan a un diagnóstico actualizado del desarrollo de la ciudad en este aspecto.

Los antecedentes informativos apuntan hasta el momento fundamentalmente a constituir una herramienta de utilidad parcial, meramente cuantitativa, y no considerando los aspectos de importancia global para el desarrollo contextual. En este sentido son casi nulos a escala local los estudios que afrontan la potencialidad económica y social de la actividad.

Los motivos de elección del objeto de investigación de la Beca que motivó el estudio, y su trascendencia, se derivan de las condiciones de actualidad, importancia para el devenir turístico de la ciudad de Mar del Plata y de centros con problemáticas de estacionalidad, y su inscripción en las nuevas tendencias de desarrollo sostenido del Turismo Urbano en general y del Turismo de Congresos y Convenciones en particular.

El primero, capta en la actualidad una gran porción de la demanda, y sus condiciones de extrema diversidad potencian las posibilidades de los centros turísticos. Entre sus modalidades, el Turismo de Congresos y Convenciones, enmarcado en la categoría de "Turismo profesional" es una de las que presenta características más expansivas y complejas. La necesaria pluridimensionalidad y transdisciplinariedad de la actividad justifican su abordaje e indagación profunda.

Se enfatiza, en esta primera instancia investigativa, el análisis integral del destino, con énfasis en el sector alojamiento de mayor cantidad de servicios y complejidad, y con actualidad de sedes, por considerarlo el de mayor protagonismo en relación a las variables constitutivas del fenómeno.

Se acota el diagnóstico, a la vez que se abre la posibilidad de futuras investigaciones, a las reuniones que incluyan pernoctación, por la misma razón.

Hipótesis de trabajo

El Turismo de Congresos y Convenciones es una actividad en creciente ascenso en la ciudad de Mar del Plata.

El Turismo de Congresos y Convenciones posee gran potencialidad para desestacionalizar la actividad turística de la ciudad de Mar del Plata

Es una actividad dinamizadora del campo de la producción de bienes y servicios locales por su complejidad y diversidad, y por las exigencias crecientes y de mayor competitividad del contexto.

Objetivos particulares

- Identificar y evaluar los atributos favorables al desarrollo de este tipo de turismo en la ciudad de Mar del Plata.
- Identificar y evaluar los obstáculos existentes para el desarrollo del mismo.
- Establecer la magnitud del crecimiento de la actividad en los últimos años.
- Determinar la capacidad de este tipo de Turismo para paliar la estacionalidad.
- Determinar la utilidad de las técnicas de evaluación integral aplicada (atractividad, aptitud y accesibilidad – debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades) al caso Mar del Plata en particular.
- Proponer premisas y realizar recomendaciones para la planificación y gestión integral de este tipo de Turismo
- Identificar tendencias a escala local.

A la fecha, el desarrollo de la investigación transita formalmente las últimas instancias del análisis y síntesis de la información, e informalmente, la fase de pre-diagnóstico.

La metodología, al ponerse énfasis en variables de carácter cualitativo, se nutre de técnicas como la de entrevistas a informantes clave del sector, la recopilación bibliográfica y documental, el relevamiento de estadísticas, la observación, y la elaboración teórica.

Para la elaboración del diagnóstico propiamente dicho, se aplicarán la técnica de evaluación actual y potencial de atractivos (atractividad, aptitud, accesibilidad), la técnica de evaluación de atributos: matriz de debilidades, amenazas, fortalezas y debilidades; se proyectarán tendencias, y a través de matrices de datos, se interrelacionarán las múltiples variables involucradas.

EL TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES EN EL MARCO DEL TURISMO URBANO

Las ciudades han sido protagonistas de las motivaciones de la demanda desde tiempos inmemoriales, mas asistimos en la actualidad a un proceso de interés creciente focalizado en las mismas como destinos turísticos. A partir de ello, se han emprendido iniciativas de refuncionalización con orientación turística de sectores de diversas ciudades o de la imagen de las ciudades en forma integral, en las que funciones no turísticas o funciones turísticas tradicionales han sido reemplazadas o complementadas por funciones turísticas más recientes, respondiendo a las nuevas motivaciones de la demanda.

Se identifican entre las principales líneas actuales de motivaciones para visitas a destinos urbanos las de orden cultural, social, profesional, recreativo, y de servicios urbanos y turísticos.

Centrando el análisis en el turismo de orientación profesional, y buscando aportar algún grado de homogeneidad a esta discriminación, las motivaciones, prácticas y equipamiento de los centros turísticos nos obligan, a su vez, a establecer una diferencia conceptual, y a posteriori metodológica, hacia uno de los subtipos que lo integran: el turismo de congresos y convenciones. Puede definirse a éste como aquella modalidad de turismo que: *"remite a los flujos producidos por la participación de personas en congresos, convenciones, simposios, reuniones, en función de intereses de determinados sectores de afinidad cultural, social, política o económica, más identificable por la modalidad del encuentro que por la especificidad del objetivo."*¹

Puede hablarse de un "mercado de reuniones", que abarca la parcela de la actividad turística que se ocupa de la organización de actos públicos o privados a los que asisten grupos con una motivación común, ya sea de carácter político, comercial, científico,

¹ Mantero, Juan Carlos. "Afrontar la estacionalidad." *Aportes y Transferencias*. Mar del Plata, Volumen 1, Año 1. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias económicas y sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata (mayo de 1997), p. 102

deportivo, académico o social. La distinta finalidad del evento marcará el carácter del acto y las particularidades que su organización encierre.

CARACTERÍSTICAS Y RELEVANCIA DEL TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

Se trata de una actividad que responde a las necesidades crecientes de intercambio de información y de búsqueda de consensos que caracterizan los procesos sociales actuales, por lo que su dinamización es creciente.

Este protagonismo actual genera motivación por su estudio y análisis, intentando dotar al fenómeno de producciones intelectuales integrales, enfocándolo desde la óptica global del centro urbano, tal es este caso. Lo reciente del fenómeno a nivel organizado se ejemplifica con el hecho de no disponer aún de una terminología estandarizada y ampliamente compartida.

Es considerada por varios autores como la variante más selectiva del turismo urbano, además de la más expansiva. Selectiva, por la dotación de equipamiento especializado con el que deben contar los destinos urbanos para desarrollarla y por la especificidad de las motivaciones de la demanda. Expansiva, por ser una actividad en crecimiento, medido éste en número de reuniones, número de asistentes a las mismas y montos económicos involucrados.

Su integración en el conjunto del sistema urbano responde al patrón actividad principal-actividades secundarias, siendo éste un hecho de singular importancia a tener en cuenta en la planificación y la gestión de este tipo de turismo. Existe una motivación principal en la demanda, tal es la asistencia a una reunión en particular -constituyéndose la misma en el atractivo por excelencia-, y existen motivaciones secundarias relacionadas con la oferta añadida que el destino presente como valor agregado al anterior. En el proceso de "compra" de un destino pesarán ambas variables en distinta proporción, a criterio de la demanda.

De esta forma, puede hablarse en el sistema de un subsistema de equipamiento, de servicios y de atractivos 'específicos' -el subsistema de congresos y convenciones-, y por otro lado de subsistemas 'diferenciales' -el turístico en general y el urbano-, aquellos que aportan las diferencias más sutiles, pero a las veces determinantes, a la hora de desarrollar un sitio en pos de esta actividad.

Por lo mismo, puede establecerse que la actividad de congresos y convenciones es una de las modalidades turísticas de mayor heterogeneidad e integración de servicios, y que mayor cantidad de prestadores involucra y beneficia. Del mismo modo, diversos tipos de turismo son interrelacionados como actividades paralelas a estos acontecimientos: turismo de compras, turismo de estancias, turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo cultural, turismo deportivo, etc.

Asimismo, la modalidad que nos ocupa nos revela una gran diversidad en el mercado de conferencias. Puede tratarse de reuniones pequeñas o medianas, de algunos cientos de participantes, hasta otras con miles de asistentes - más de la mitad de las reuniones a nivel mundial reúnen una cantidad de participantes en la franja 0-250 participantes². Esto ha generado la necesidad de dotar a los centros turísticos urbanos con una variedad de equipamientos amplia, en función del tamaño de las reuniones, así como del poder adquisitivo de la demanda.

Muchos centros urbanos han decidido transitar este camino, en la búsqueda de tornarse atractivos para el desarrollo de esta actividad. Este hecho se enmarca en muchos casos en estrategias globales de renovación urbana, así como de reposicionamiento y refuncionalización, que un número importante de centros ha encarado.

Asistimos a un proceso de reconversión urbana en el que se ha dotado a entornos urbanos postindustriales de actividades que permiten rentabilizar, social y económicamente, las inversiones públicas y privadas realizadas. El turismo de congresos y convenciones en particular constituye una función nueva que se beneficia de estos procesos a la vez que los

² Herrero Blanco, Paloma. *Gestión y Organización de Congresos*. 1ra edición. (Madrid, Editorial Síntesis, 2000), p. 15.

realimenta, produciendo efectos positivos con retorno en las comunidades. Las ciudades buscan la regeneración de su paisaje urbano, de su imagen y de su atractivo. Esta transformación urbana en función de la actividad de congresos y convenciones genera a su vez la transformación de otros equipamientos turísticos, como es el caso de la hotelería, con altos índices de crecimiento, modernización y tecnificación. Otra de las características importantes de este tipo de turismo se refiere a los altos montos involucrados para inversión en equipamiento, y la importancia de la tecnología en la prestación del servicio. *"La carrera por construir, renovar y modernizar las instalaciones para convenciones se ha acelerado a partir de las décadas de los setenta y ochenta"*³.

Si bien existen factores clave en la decisión de selección de la ciudad sede -lugar o destino geográfico donde tendrá lugar la reunión- por parte de la demanda, -como la existencia de equipamiento para reuniones y para alojamiento de los asistentes, la accesibilidad del destino y la suficiencia de servicios de apoyo-, las características propias de un centro urbano constituyen en la oferta un valor añadido relevante que, en el caso del turismo de congresos y convenciones, es una variable diferencial para dicho proceso de selección.

Como consecuencia de lo anterior, la competencia entre destinos por la captación de reuniones es muy alta, tanto entre países como entre ciudades de un mismo o de diferentes países. Es decir, que en el sistema mundial de ciudades puede hablarse, a su vez, de un sistema mundial de ciudades con turismo de congresos y convenciones, transversalizado por las divisiones sociopolíticas, aunque esta última tendencia está perdiendo fuerza. En la actualidad, son las ciudades las que se comercializan a sí mismas y posicionan su imagen aún más fuertemente que los países. Las ciudades de menor cantidad de población lideran el mercado local o regional de reuniones.

El turismo de congresos y convenciones es un fenómeno amplio y complejo, con dimensiones que abarcan lo económico, lo social y lo político. La fusión pública-privada debe ser considerable, buscando la integración tanto en lo que hace a la inversión como a la comercialización. Es corriente el caso de la inversión pública en el equipamiento especializado -centros de congresos y convenciones, predios feriales, etc.- y la inversión privada en el desarrollo de la hotelería, muchas veces en manos de cadenas de alcance internacional. Esta alta fusión de lo público y lo privado asegura que las condiciones favorables al desarrollo de esta actividad sean mantenidas en el tiempo, haciendo a la misma sustentable.

La duración de los congresos no suele superar los siete días, aunque el promedio mundial es de tres días. Esto nos indica que la prestación del servicio es intensiva en una fracción de tiempo reducida, pero sus efectos se perciben por tiempo prolongado, y su continuidad genera ciclos definidos como de mayor intensidad. La gran anticipación con la que se programan las distintas reuniones es un hecho relevante a tener en cuenta. Las principales convenciones pueden organizarse hasta con cinco años de anticipación.

Una de las características más significativas de este tipo de turismo es su temperada estacionalidad. El turismo urbano en general posee estacionalidad baja, y se encuentra determinado en grado escaso por las condiciones climáticas no extremas. El turismo de congresos y convenciones sigue este patrón. La estación de congresos se distribuye durante gran parte del año, coincidiendo con los meses de mayor actividad académica, comercial y científica. Como regla general, el turismo de congresos y convenciones buscará los costos reducidos de las temporadas bajas de otros tipos de turismo, con un umbral mínimo aceptable de oferta urbana que jerarquice la propia. Esta característica en particular será tratada más profundamente en otro apartado.

Por último, podríamos afirmar que el turismo de congresos y convenciones posee una periodicidad "natural", dada por la frecuencia propia de las distintas reuniones, que se repiten a intervalos fijos, generalmente anuales, o de dos años. Este hecho asegura un nivel determinado de demanda al centro turístico, siempre que no exista necesidad o interés en modificar la sede por parte de los organizadores. En muchos casos, la rotación de las ciudades sede constituye una estrategia comercial de los organizadores ya que se cree que,

³ Kotler, Philip y otros. *Mercadotecnia de Localidades*. 1ra. Edición. (México. Editorial Diana, 1994), p. 214.

a partir de cierta cantidad de repeticiones en la misma sede, la afluencia es decreciente por una disminución en el interés de la demanda. También responde a políticas de equidad entre sedes.

El mercado de las convenciones ha experimentado un desarrollo estable a través de los años, pero aún se encuentra sujeto a las tendencias de otro tipo de actividades que le dan origen. Se trata de una actividad altamente rentable, aunque es gradual y creciente la amenaza de la tecnología de las comunicaciones como sustituto de las reuniones con presencia física. Las videoconferencias, las aulas satelitales y las reuniones virtuales reemplazan ya en la actualidad a un número considerable de las mismas.

A modo de resumen, se enuncian los aspectos que caracterizan más fuertemente a la actividad:

- ✓ Modalidad de turismo urbano de motivaciones profesionales.
- ✓ Integrada, a la vez que diferenciada, del turismo de negocios.
- ✓ Actividad de las más selectivas y expansivas dentro del turismo en general.
- ✓ De crecimiento sostenido y tendencia también creciente.
- ✓ De reciente conformación como tipología con entidad propia.
- ✓ Las motivaciones responden a un conjunto complejo:



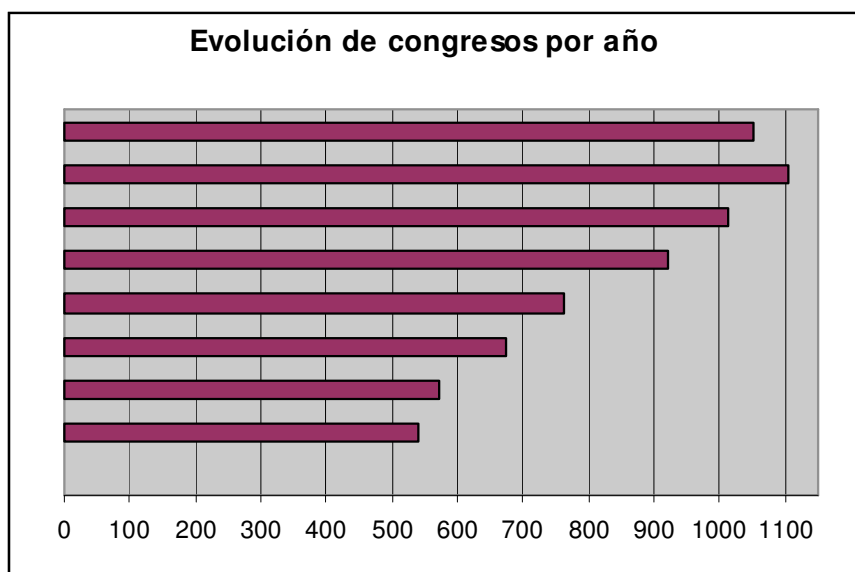
- ✓ Actividad rentable, objeto de políticas estatales locales.
- ✓ Involucra a prestadores heterogéneos. Amplio derrame.
- ✓ Se enmarca en procesos de renovación y refuncionalización urbana.
- ✓ Alta influencia de la tecnología en la oferta.
- ✓ Gran competencia de destinos por la captación de reuniones. Competencia entre ciudades fundamentalmente.
- ✓ Importante fusión pública-privada.
- ✓ Prestación intensa, de efectos a largo plazo.
- ✓ Planificación con gran anticipación.
- ✓ Estacionalidad baja. Complementa la estacionalidad de otros tipos de turismo.
- ✓ Periodicidad predefinida.
- ✓ De altos niveles de inversión, fundamentalmente en equipamiento.

SITUACION DEL CONTEXTO NACIONAL Y LA INSERCIÓN DE LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA

La actividad de congresos en la Argentina en los últimos ocho años se ha consolidado como uno de los segmentos más dinámicos de la actividad turística, con un crecimiento del 95% en dicho período, medido en cantidad de congresos anuales.

Año	Congresos	Variación % respecto de 1993
1993	539	
1994	572	6,1
1995	674	25
1996	763	41,6
1997	919	70,5
1998	1012	87,8
1999	1105	105
2000	1051	95

Fuente: *Revista Ferias y Congresos*. Buenos Aires, Balance 2000.



La creciente innovación tecnológica, la necesidad de consensuar ideas, el desarrollo institucional, y la mayor importancia otorgada a la capacitación son algunas de las causas detectadas para esta situación.

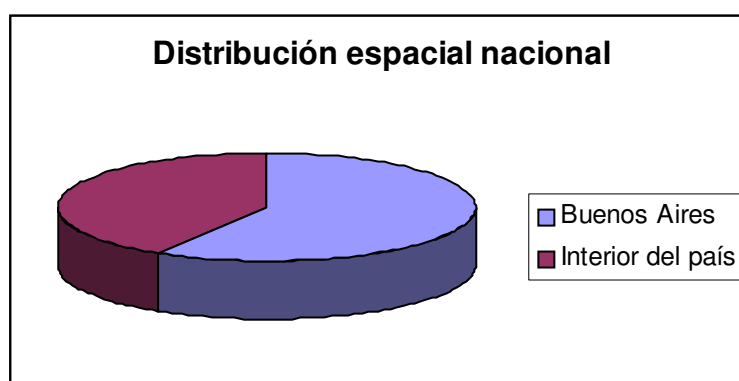
Con respecto a datos actualizados, del total del país, la siguiente es la *distribución espacial nacional*, correspondiente al año 2000:

Total Congresos en Buenos Aires

616
58,7%

Total Congresos En el Interior del país

435
41,3%

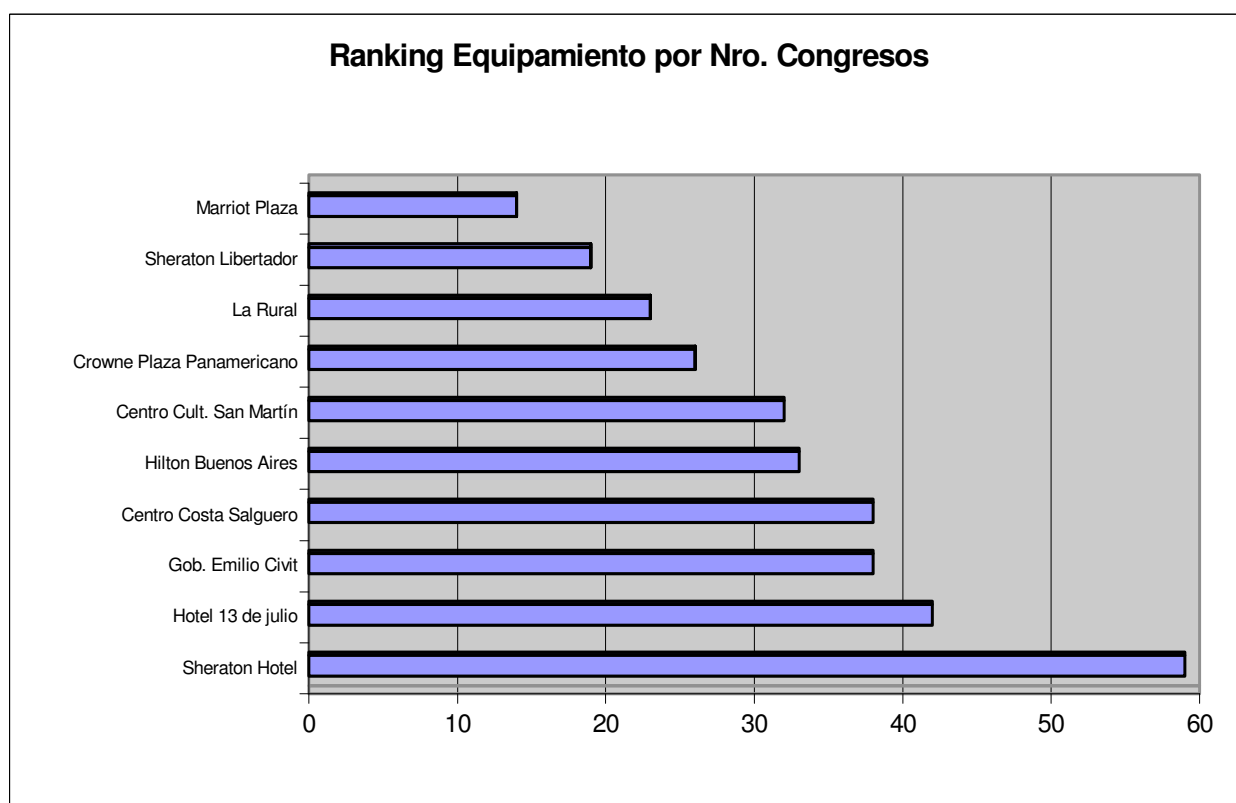


La jerarquía surgida a partir de los congresos alojados en el equipamiento específico de cada ciudad es la siguiente:

	congresos	Asistentes	días	localización
Sheraton Hotel	59	80165	175	Bs.As.
Hotel 13 de julio	42	12690	101	Mar del Plata
Gob. Emilio Civit	38	28192	130	Mendoza
Centro Costa Salguero	38	20746	120	Bs.As.

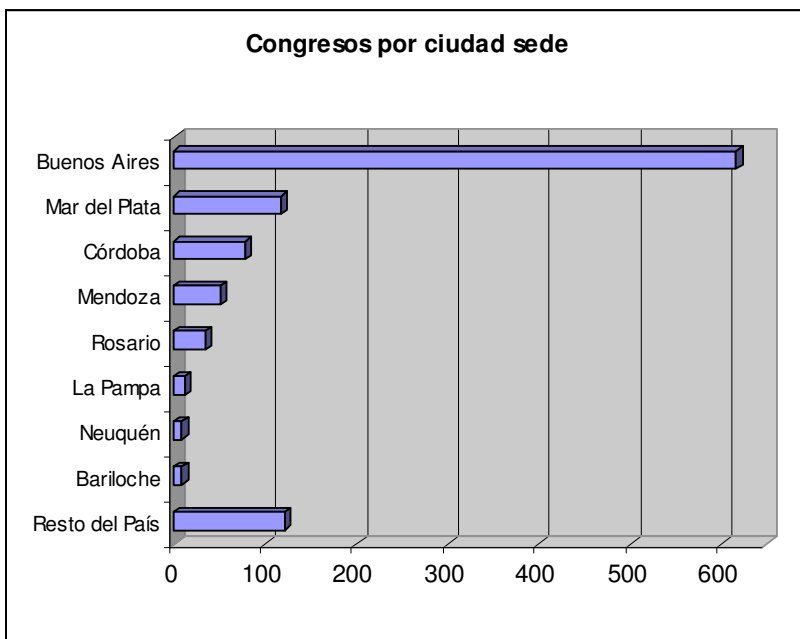
Hilton Buenos Aires	33	21803	61	Bs.As.
Centro Cult. San Martín	32	13680	84	Bs.As.
Crowne Plaza Panamericano	26	12993	61	Bs.As.
La Rural	23	39554	72	Bs.As.
Sheraton Libertador	19	12850	48	Bs.As.
Marriot Plaza	14	7305	33	Bs.As.

Esto ubica al Hotel 13 de Julio de la ciudad de Mar del Plata en un lugar privilegiado en el contexto del país.



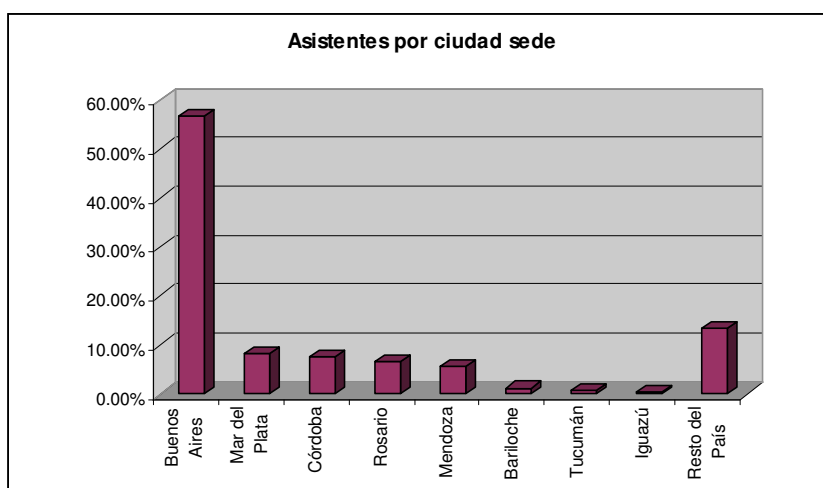
Con el objeto de enriquecer la contextualización de la ciudad de Mar del Plata en el total del país, se presenta la siguiente información. Cabe destacar que su lugar en el conjunto ha ido variando levemente entre las primeras posiciones, ubicándose en el año 2000 en el segundo lugar del país, tanto por cantidad de congresos, como por cantidad de asistentes.

Ciudad	Cant. Congresos	% s/total
Buenos Aires	616	58.62%
Mar del Plata	118	11.23%
Córdoba	79	7.52%
Mendoza	51	4.85%
Rosario	35	3.33%
La Pampa	12	1.14%
Neuquén	9	0.85%
Bariloche	9	0.85%
Resto del País	122	11.60%
Total	1051	100%



La ordenación de las ciudades en base a la cantidad de participantes a los congresos se refleja en la siguiente información graficada:

Ciudad	Asistentes	% sobre el total
Buenos Aires	308,640.00	56.64%
Mar del Plata	44,479.00	8.15%
Córdoba	40,747.00	7.47%
Rosario	35,485.00	6.50%
Mendoza	30,162.00	5.53%
Bariloche	6,787.00	1.24%
Tucumán	3,685.00	0.67%
Iguazú	1,980.00	0.37%
Resto del País	73,219.00	13.43%
Total	545,184.00	100%



En cuanto a la procedencia de los asistentes a las reuniones, la distribución por ciudad, de congresos Internacionales e Interamericanos, es la siguiente:

Ciudad	Cant. Cong.
Buenos Aires	44
Córdoba	6
Mendoza	4
Mar del Plata	2
Rosario	2
Bariloche	1

En este ítem, puede observarse la modificación en el posicionamiento de la ciudad de Mar del Plata en el total del país.

Por último, uno de los elementos de mayor interés a analizar es la distribución temporal de congresos a lo largo del año.

En este caso, mes a mes, los siguientes son los eventos registrados durante el año 2000:

Mes	Cantidad
Enero	4
Febrero	9
Marzo	42
Abril	142
Mayo	127
Junio	113
Julio	52
Agosto	101
Septiembre	144
Octubre	149
Noviembre	142
Diciembre	26
Total	1051



Los valores de esta variable nos permiten comparar la situación nacional con la de la ciudad de Mar del Plata, y notar que son muy similares en cuanto a tendencias, diferenciándose en la primera mitad del año.

Conclusiones preliminares de la situación contextual de la ciudad de Mar del Plata:

- El Turismo de Congresos y Convenciones muestra un marcado crecimiento a nivel nacional en los últimos años.
 - Por ser una actividad marcadamente condicionada por la situación contextual en lo económico-social, sufre variaciones en sus magnitudes en función de la actividad académica, empresarial y gubernamental.
 - Se destaca la preeminencia de la ciudad de Buenos Aires en la recepción de reuniones, siendo este hecho notorio tanto en el análisis nacional como internacional.
 - Con respecto a la ciudad de Mar del Plata, su posicionamiento en el contexto nacional es destacado, contando con equipamiento especializado acorde a las necesidades de la demanda. La capacidad instalada y la captación de reuniones la ubican en una situación privilegiada en el total del país.
 - Cabe destacar que la competencia en la actividad se da tanto a nivel de ciudad sede como de equipamiento.
 - La competencia actual de la ciudad de Mar del Plata trasciende los límites nacionales.
 - La coincidencia de la posición adquirida tanto en cantidad de asistentes como en cantidad de congresos, nos induce a deducir la escala vocacional de la ciudad en esta actividad: se trata fundamentalmente de congresos de mediana envergadura, fundamentalmente nacionales.
 - Lo reciente del desarrollo de esta actividad y los niveles alcanzados permiten inferir proyecciones de crecimiento en condiciones contextuales poco cambiantes respecto de las actuales.
-

DIAGNOSTICO DE SITUACION PREELIMINAR DE LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA

Las premisas establecidas a continuación surgen del análisis de la escasa información estadística existente y, fundamentalmente, de las entrevistas realizadas a informantes clave del sector.

En cuanto a la ciudad de Mar del Plata en particular, se trata de un centro que alberga congresos de escala media y media alta (con un máximo de 1500 asistentes aproximadamente), determinada ésta por su capacidad instalada para congresos y en servicios de alojamiento.

Sufre las fluctuaciones de la demanda, a su vez afectada por la situación económica y social actual del país, y en menor medida, mundial, dada la procedencia de su demanda. La capacidad instalada es suficiente en momentos de mayor demanda pero se presenta capacidad ociosa en momentos de baja.

El **crecimiento de la actividad** ha sido notorio. La cantidad de congresos se estima en aumento a mediano plazo. La situación del contexto redujo ciertas variables: cantidad de asistentes a las reuniones, periodicidad de las mismas, duración, gasto promedio de los asistentes.

Casi la totalidad de los congresos se presentan con exposición paralela, debido a necesidades de financiación.

El **sistema turístico de congresos y convenciones** presenta una configuración compleja, con existencia suficiente de prestadores por rubro, y con alto grado de diversidad. Se destaca la autosuficiencia de servicios para congresos en la ciudad, lo que evita su dependencia respecto de ciudades mayores, puntualmente de la Capital Federal.

La conformación denota la predominancia de pequeñas y medianas empresas locales. Es elevada la competencia entre prestadores, competencia de tarifas y de servicios. El derrame de beneficios es moderado.

Los hoteles tercerizan algunos servicios (equipamiento audiovisual, traslados, shows y traducciones) y, al mismo tiempo, los asistentes consumen servicios fuera de los hoteles (algunas comidas, city tours, compras), pero la limitación en la duración de los congresos restringe varios consumos. La organización de los congresos se suele dejar en manos de organizadores profesionales, en la mayoría de los casos externos a los hoteles.

El equipamiento para congresos es relativamente joven, esencialmente el de categoría cinco estrellas. Responde a proyectos que combinan esta actividad con el turismo vacacional y de negocios. El reconocimiento de la potencialidad justificó refuncionalizaciones. Los denominados "hoteles sede" centralizan la amplia mayoría de reuniones de la ciudad, siendo a su vez los que se establecieron como objeto de estudio del presente trabajo.

No existe un Centro de Congresos y Convenciones. Las opiniones acerca de su necesidad son variadas, desde el extremo de considerar que no es necesario porque aún hoy existe capacidad ociosa en el equipamiento existente; así como en el otro extremo, creerlo la solución para aumentar la ocupación hotelera al captar congresos de mayor envergadura. Opiniones más moderadas indican la necesidad de cambios integrales que acompañen su construcción.

La ciudad se encuentra en un punto de inflexión en la capacidad: nuevas inversiones aumentarían en forma muy significativa las plazas de reuniones, con consecuencia directa sobre la demanda de plazas hoteleras. Son necesarias acciones en distintos aspectos. Existen en la actualidad proyectos de inversión privados en este sentido (en hoteles).

Existe escasa segmentación de la demanda (especialización) derivada de necesidades de ingreso de flujos de dinero

El perfil de la demanda de congresos -asistentes- sigue la siguiente descripción: fundamentalmente profesionales, respondiendo a los temas predominantes de las reuniones -las disciplinas médicas-, concurriendo en forma creciente con acompañantes. La procedencia es nacional fundamentalmente, y en este bloque, de Buenos Aires. El gasto es una variable poco analizada.

Las reuniones se localizan cercanas a los fines de semana, y la duración promedio es de 3 días. El promedio de asistencia por hotel responde a una relación del 50% de la capacidad máxima de los salones como parámetro. El medio de transporte utilizado es el vial y el aéreo. Este último sería más utilizado si hubiera mejoras en las frecuencias. Es escasa la extensión de estadías.

Beneficios socioeconómicos

Es alta la influencia de la actividad como paliativo de la estacionalidad. La temporada de congresos se extiende del mes de marzo a la primera mitad de diciembre. En este ítem se reconoce similar comportamiento a la estacionalidad nacional. Esto se debe a la alta incidencia de la actividad académica y empresarial sobre la realización de reuniones. Los meses más intensos se corresponden con los últimos tres del año. Son emergentes los meses de abril y mayo, por una diferencia decreciente en las tarifas.

Es alta la influencia de la demanda sobre los niveles de ocupación hotelera, favoreciendo otros productos y servicios de los hoteles (por aumento en los consumos, por repetición de visitas, por promoción.)

La actividad turística en la ciudad de Mar del Plata ha conseguido que las magnitudes turísticas de temporada baja hayan igualado en la actualidad a las de temporada alta, y que presenten tendencias expansivas. La contribución del Turismo de Congresos y Convenciones está siendo definitoria en este sentido.

Es marcada la influencia de la actividad sobre el empleo, contribuyendo a generar puestos de trabajo temporarios.

Superestructura

La ciudad presenta un emprendimiento de asociatividad pionero en el país aunque con representatividad aún leve: el Mar del Plata Convention & Visitors Bureau. Se la reconoce como la única organización dedicada en forma especializada al desarrollo de esta actividad. La representatividad de los principales prestadores de congresos está dada, pero la participación se encuentra limitada por cuestiones de disponibilidad de tiempo. Posee

influencia creciente en la generación de congresos para la ciudad, sobre todo para sus miembros asociados.

El Ente Municipal de Turismo es considerado un organismo municipal con funciones algo globales y poco definidas hacia la actividad. Existe apoyo hacia su gestión por parte de los prestadores y es considerado un elemento más de comercialización. Se le demanda una comunicación más fluida.

No existe asociatividad entre hoteles para captar congresos de mayor envergadura, ni entre prestadores para captar congresos para la ciudad como sede. Es este un aspecto que requeriría una articulación a futuro.

Se resumen en forma matricial las principales variables detectadas según valoración de los entrevistados:

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oferta Variada ▪ Importante capacidad hotelera ▪ Atractivo urbano ▪ Proximidad a Buenos Aires ▪ Imagen de ciudad de congresos en el país. ▪ Escala de tarifas bajas respecto a destinos nacionales ▪ Buena accesibilidad vial ▪ Variedad de actividades recreativas ▪ Clima de "serenidad" ▪ Atractivos rurales en el entorno. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasa oferta recreativa en temporada de congresos (temp. Baja) ▪ Decadencia comercial ▪ Clima ▪ Estacionalidad ▪ Dificultosa accesibilidad aérea. Frecuencias nacionales e internacionales muy espaciadas. Aeropuerto no jerarquizado ▪ Falta de Centro de Congresos y Convenciones. ▪ Tarifas altas respecto de otros destinos no nacionales.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cercanía a Buenos Aires ▪ Estructura ▪ Administración del Ocio 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Situación socioeconómica y política. Afecta el presupuesto para congresos, la seguridad y la accesibilidad. ▪ Situación aerocomercial ▪ Competencia de otros destinos.

Se observa que en el caso de las oportunidades se trata de fortalezas que los entrevistados consideran que pueden aprovecharse, marcando incluso lineamientos de políticas sobre las cuales actuar. Las debilidades son falencias consideradas casi irresolubles a corto plazo.

Es notorio el hecho de que diversas fortalezas y debilidades mencionadas a lo largo de la entrevista como respuesta a otras cuestiones no hayan sido mencionadas como relevantes en el listado anterior.

Si bien existe autosuficiencia en cuanto a servicios, se da una alta dependencia como destino respecto de la ciudad de Buenos Aires en cuanto a flujos de demanda y la organización base de las reuniones.

Competencia para el destino Mar del Plata:

La competencia, si bien en la práctica se manifiesta entre destinos, lo es también en forma marcada entre hoteles sede. En este sentido, los destinos competitivos para la ciudad en el contexto nacional se encuentran en las ciudades de Córdoba, Mendoza, Bariloche, y en menor medida Rosario, Iguazú y Tucumán. La competencia internacional se da, del mismo modo y por causa de ventajas de costos por diferencias de cambio, sumadas a atractivos naturales altamente valorados, en destinos localizados al sur de Brasil, en el Caribe -fundamentalmente República Dominicana-, y en Punta del Este, Uruguay.

Las **acciones de comercialización y de gestión** que los entrevistados manifiestan como favorables a la actividad son: una promoción con incapié en modalidades turísticas distintas del turismo de sol y playa, apuntar a una demanda internacional (para lo cual son

necesarios cambios estructurales), toma de decisiones políticas que contribuyan a facilitar la accesibilidad a la ciudad (tema frecuencias aéreas y costo del peaje), lograr la continuidad en las acciones, y profundizar la influencia del Bureau de Congresos y Convenciones.

Se identifican **tendencias al crecimiento** de la actividad a largo plazo, aunque en la actualidad y a corto plazo es alta la influencia de la recesión económica sobre el nivel de la demanda. Uno de los temas de gestión más significativo que se encuentra pendiente es el logro de una asociatividad entre prestadores, y entre estos y el Estado, más operativa y de efectos más generalizados.

Una mayor indagación sobre estas variables, en el marco de ésta y de investigaciones futuras, contribuirá a definir en mayor medida sus magnitudes. La continuidad proyectada de la presente investigación prevé avanzar en este sentido.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, Miguel A. *Administración del Turismo: Conceptualización y organización*. México. Editorial Trillas, 1991.
- Buendía, Juan Manuel. *Organización de Reuniones*. México. Editorial Trillas, 1999.
- Camisón Zornoza, César y Monfort Mir, Vicente. "Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: el caso de la Costa Blanca". *Estudios turísticos*, Madrid, Nro. 135. Págs. 7-28, 1998.
- Cruz Gomez, Pablo y Salva V., María Lourdes. *Congresos y Convenciones*. México. Editorial Diana, 1994.
- David, Fred R. *La Gerencia Estratégica*. Editorial Legis. P.192 a 197.
- Dosso, Ricardo H. *Curso Taller: Organización y Gestión de Congresos y Convenciones. Módulo 1: Compilación Bibliográfica*. Universidad Nacional de Mar del Plata, 1999.
- Fleitman Schvarcer, Jack. *Eventos y exposiciones*. 1ra. Edición. México, Editorial McGraw-Hill, 1997. 270 pág.
- Getz, Donald y otros. "Roles, issues and strategies for convention and visitors' bureaux in destination planning and product development: a survey of Canadian Bureaux". *Tourism Management*. Vol. 19, nro. 4, 1998. p. 331-340.
- Herrero Blanco, Paloma. *Gestión y Organización de Congresos*. 1era. Edición. (Madrid, Editorial Síntesis. 2000).
- Kotler, Philip y otros. *Mercadotecnia de Localidades*. 1ra. Edición. México. Editorial Diana, 1994.
- Law, Christopher M. "Urban tourism and its contribution to economic regeneration". *Urban studies*. Vol. 29, nros. 3/4 . 1992
- Light, Duncan. "Characteristics of the audience for events at a heritage site" *Tourism Management*, Gran Bretaña, Vol. 17, Nro. 3, págs. 183-190, 1996.
- Mantero, Juan Carlos y otros. "Afrontar la estacionalidad". Aportes y transferencias. Mar del Plata, Volumen 1, Año 1, Mayo de 1997. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Mantero, Juan Carlos y otros. "Recursos turísticos regionales del área sudeste de la provincia de Buenos Aires". *Aportes y Transferencias*. Mar del Plata, Volumen 1, Año 2, Marzo de 1998. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Mantero, Juan Carlos y Dosso, Ricardo. "Técnicas de evaluación incluyentes: hacia un desarrollo sustentable". Aportes y transferencias. Mar del Plata, Volumen 1, Año 1, Mayo de 1997. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Mar del Plata Convention & Visitors Bureau. *Manuál Técnico de la ciudad de Mar del Plata*.
- Opperman, Martin. "Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions". *Tourism management*. Vol. 17, Nro. 3, pp. 175-182, 1996.
- Priestley, Gerda. *Seminario Turismo Urbano*. Mar del Plata 1999. Centro de Investigaciones turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Revista Ferias y Congresos*. Buenos Aires, Junio-Julio 2000, Abril-Mayo 2000, Mayo-Junio, 1994, Enero-Febrero 1993, Balance 2000.
- Shenson, Howard L. *How to develop and promote successful seminars and workshops*. New York. Editorial John Wiley and Sons, Inc. 1990.
- Vera, J. Fernando y otros. *Análisis territorial del Turismo*. 1era. Edición. Barcelona. Editorial Ariel S.A, 1997.

Páginas de Internet

- www.aoca.com.ar,
- www.argenet.com.ar/emtur/ofertacong,
- www.events-web.com/cocal,
- www.iacvb.org,
- www.mardelplatabureau.com.ar