



Academia Argentina del Turismo

INFORME DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO EN MAR DEL PLATA A PARTIR DEL COVID 19.

Isabel Sendon/Elisa Pastoriza

Se han analizado los informes recibidos de EMTUR, Cámaras Empresariales y empresarios del sector turístico, los que nos permitieron inferir cual es la situación del sector como consecuencia de la pandemia Covid 19. Es importante recordar que a mediados de marzo se cerró prácticamente la ciudad y todas las actividades sociales, culturales, deportivas y comerciales,

El anuario estadístico del EMTUR, Registra en 2019 un total de 1694 empresas prestadoras de servicios turísticos: 802 establecimientos gastronómicos, 486 hoteles, 150 Agencias de Viaje, 110 centros recreativos, 79 Balnearios y 67 salas de cine y teatros.



Fuente: EMTUR

HOTELERIA Y GASTRONOMIA

El 28,7% corresponden a la **oferta hotelera**, en 486 establecimientos de los cuales 108 corresponden a hoteles gremiales. En conjunto aportan 52.583 plazas en 20.505 habitaciones, las que representan el 25% de la oferta global de alojamiento. Si tomamos el estándar mínimo de 0,4 empleados por habitación de todas las categorías, estamos frente a 8.202 empleados entre temporarios y permanentes.

El 75% restante de la oferta de alojamiento de la ciudad, corresponde a la oferta inmobiliaria, de alquiler temporario invierno/verano y vivienda secundaria de uso intermitente durante todo el año.

El 47,4% está integrado por la **oferta gastronómica**, distribuida en los siguientes tipos: 44,6% restaurantes, 28,6% cafés y confiterías, 15,1% cervecerías y bares y 11,7 % heladerías. Lamentablemente no contamos con la capacidad de comensales, pero atendiendo a los distintos tamaños de los establecimientos, si estimamos un empleado cada 16 cubiertos, lo que indica que estamos frente a una cantidad de personal de 12.800 empleados por turno, entre temporarios y permanentes.

El informe de la *Asociación de Hotelera Gastronómica*, que forma parte del presente, es muy claro sobre la crítica situación del sector a partir del mes de marzo, cuando cerraron sus puertas hasta no se sabe fecha, peligrando la continuidad de varios establecimientos.

En el **rubro hotelero** informa que la totalidad de los establecimientos se encuentran cerrados con la consecuente facturación 0 (cero), pese a lo cual todavía no se han informado cierres definitivos. Se han presentado protocolos propios para apertura al gobierno municipal junto a la solicitud al Municipio/Provincia de Buenos Aires y Gobierno Nacional de Declaración de Emergencia/ Desastre Turístico (sin respuesta). La única ayuda concreta ha sido el ATP (más acuerdo con sindicato) percibido sin problemas. Los empleados temporarios registrados (sin ATP ni IFE) reciben una ayuda económica del Estado.

Esto plantea una dramática realidad, en la cual, además de no facturar, a la hotelería caracterizada por sus altos costos fijos, aun cerrados, y una gran cantidad de personal, se le han agregado las devoluciones de señas o totales por cancelaciones al decretarse el aislamiento y la presión fiscal y la competencia desleal con el consecuente freno de la reinversión, la rentabilidad y la competitividad. A pesar de los meses de cierre, el sector tuvo que enfrentar todos sus compromisos, la institución gestionó con el sector público y proveedores, la contemplación y reducción del costo de servicios no usados con resultados disímiles y tardíos en algunos casos.

Respecto al **sector gastronómico** dicho Informe asegura que a niveles de facturación entre 0/20%, solamente se han ofrecido los servicios de delivery y/o take away. Es importante destacar que para adaptarse a la nueva realidad han debido incorporar nueva tecnología y equipamiento. Por otra parte, a diferencia del sector hotelero, hay cierres de establecimientos, fundamentalmente los que alquilan su local (todavía no conocemos la cantidad). El ATP no ha cubierto al conjunto de la gastronomía, con lo cual una alta proporción de trabajadores se encuentren frente a la pérdida parcial de salarios.

Se realizó una prueba piloto en un local céntrico para que la aplicación del protocolo fuera filmada a efectos de ser considerada para el análisis de la apertura. Los expertos en la actividad la consideraron satisfactoria.

OTROS SERVICIOS TURISTICOS

Un 8,9% de la oferta corresponde a las **Agencias de Viajes** de las cuales el 81,5% son emisoras. 14,5 receptoras y 4% estudiantil. Entre las 150 Agencias distribuidas en la ciudad, completan unas 900 personas ocupadas. Al igual que los hoteles, las Agencias debieron hacer frente a la cancelación de reservas, especialmente las emisoras, dado que en los meses de abril a octubre son las que organizan las salidas de los grupos de marplatenses a distintos puntos del país y exterior. En forma virtual han contribuido en la

repatriación de pasajeros desde el primer momento. Ya hay agencias de la ciudad que han cerrado sus puertas.

Un 6,52% compone la **oferta recreativa**, con un total de 110 establecimientos. Si bien un porcentaje de éstos trabajan nada más que en la temporada de verano –los acuáticos-, todos se han visto perjudicados con el cierre desde mediados de marzo. Los 6 asociados de la Cámara de Recreación, ocupan en verano unas 700 personas, que en invierno se reducen a un 40%. Si bien en los meses de temporada baja trabajan un 20% de la capacidad instalada, cubriendo los fines de semana y feriados, desde marzo la actividad está paralizada y el personal licenciado.

La oferta **cultural y artística, un 3,9%**, se concentra en 67 salas de cine y teatros, que desde marzo esta inactiva. Y finalmente, un 4,7% corresponde a 79 **balnearios** que, además de cerrar antes y perder el feriado de semana santa, mantuvieron el personal de guardavidas, y hasta tuvieron problemas para desarmar las instalaciones de playa, recién autorizadas en junio.

Desde abril a noviembre hay dos situaciones que contribuyen a reducir la baja estacionalidad en Mar del Plata: los congresos, eventos deportivos y culturales, los Fines de Semana Largos y los Puentes.

Según informa el *Mar del Plata Bureau*, que cuenta con 57 empresas asociadas, en 2019 se organizaron en la ciudad 436 eventos de diferente tipo y tenían confirmados 91 para el año 2020. De estos el 34% lo suspendió para 2021 y el 17% los transformaron en eventos virtuales. Mar del Plata capta el 6,5% de eventos de todo el país, con una asistencia promedio 270 pax, de los cuales el 64% son asistentes locales y zonales, el 30% nacionales y el 6% extranjeros. La estadía media es de 2 días y \$1950 de gasto diario promedio. El 58% de los eventos se concentra en los meses de agosto a noviembre.

DEMANDA TURISTICA

Los 7 fines de semana largos de 2019, significaron para la ciudad 860mil visitantes, con una estadía media de 3 días, un gasto diario promedio de \$1500, que contribuyó con 4500 millones de giro

estimado. En el presente año 2020 la pérdida fue a partir de Semana Santa y salvo que se pueda recuperar algo en octubre y noviembre, el resultado será pérdida total.

Entre los meses de abril y noviembre llegan a la ciudad un promedio de 350000 personas por mes, cuya estadía media es de 2,3 noches; el 38% se aloja en hotel, y gasta un promedio de \$1800 por día. Estamos hablando de aproximadamente \$1500 millones de giro estimado de dinero.

CONECTIVIDAD

De acuerdo al medio de transporte de aproximación, si bien el 80% de los arribos es en automóvil, debemos reconocer que la apertura en la conectividad aérea permitió incrementar la demanda con el norte: Tucumán, Córdoba, Santa Fe, Rosario, Mendoza y la escala vía Bahía Blanca abrió la conexión sur, captando un 2,63 de la demanda. También contribuyó con igual porcentaje la circulación del tren en forma regular con la mejora sustancial de los servicios. El transporte de ómnibus participa en un 14%. Para la ciudad es fundamental continuar la conectividad con los principales centros emisores del país.

A MODO DE CONCLUSION

Todas estas consideraciones se efectúan en un momento crucial de la Pandemia, pero es obvio que esta crisis significará el cierre de establecimientos que – hay que destacar- ya venían castigados por una reducción de la actividad económica en general, y en especial del sector turístico integrado en su mayoría por pequeñas y medianas empresas. Por lo tanto, la recuperación de la Mar del Plata turística dependerá de la actividad socio económica general del país y la reactivación mundial.

Mar del Plata, julio de 2020