

Informe de Gestión Ente Municipal de Turismo

Nuestras líneas de gestión:

- Promoción
- Conectividad
- Accesibilidad
- Innovación
- Sustentabilidad

Productos

- Turismo Sol y Playa
- Turismo Urbano
- Turismo Eventos

Pilares:

- Marca Destino
- Fiestas, Festivales y Eventos
- Unidades Turísticas Fiscales
- Smart City
- Concientización
- Ferias y Workshops
-

Nuestros Objetivos:

- * Mejorar el posicionamiento del destino y de todos los productos que ofrece
- * Disminuir la estacionalidad
 - Fomentar el turismo de escapadas
 - Generar mayor conectividad
 - Aumentar el número de visitas al destino todo el año
- * Potenciar la fidelidad del turista
- * Impulsar el concepto de Smart City a través de la innovación en el destino

Cantidad de turistas anuales:

8.500.000 visitantes

Cantidad de turistas arribados totales Enero - Julio 2018:

5.348.991 visitantes

PROMOCIÓN DEL DESTINO:

MARCA DESTINO: Instalación de la marca y posicionamiento de Mar del Plata te hace feliz.

CAMPAÑA 360: Se desarrollaron las siguientes campañas destinadas a la promoción de fines de semana largos (promoción del destino y sus actividades culturales y deportivas); fines de semana tradicionales (motivar el turismo de escapadas); Semana Santa (Disfrutar como Dios manda); Vacaciones de invierno (En estas vacaciones, veníte a disfrutar); y Resto del año (Tomate unos días, veníte a disfrutar). Las campañas se aplicaron en medios locales, nacionales, especializados, vía pública, medios gráficos, televisión y medios digitales. Sumaremos durante el segundo semestre una serie de activaciones de BTL en todo el país. Se aplicó como imagen institucional de destino en todo el material promocional gráfico, en souvenirs y merchandising. También en stands, activaciones en el interior del país, presencia en ferias y eventos. Bus turístico con el concepto “Mar del Plata te hace feliz”.

PRESENCIA DE MARCA: En distintos eventos de interés cultural, deportivo o afín como Patrocinios en eventos deportivos como Rally Dakar 2018; Triatlón y maratón de ISS Sports; Maratón Internacional de Mar del Plata; Campeonatos de Surf Rip Curl; Torneo internacional PSA Open Squash; Filarmónica Teatro Colón de Buenos Aires y la Ópera Infantojuvenil del Teatro Colón. En workshops y ferias nacionales e internacionales como Expoeventos, COCAL, AEVYT, ECTU, WORLD TRAVEL LATIN AMERICAN en San Pablo, FiExpo (Santiago de Chile), CAF 2018 (Córdoba), Caminos y Sabores, G-Network 360 y NeuquenTur. Realización de fiestas, festivales y celebraciones en la ciudad como atracción turística: Viva la Estación y Viva la Plaza.

DESARROLLO DE EVENTOS: Premio Estrella de Mar (televisación por TV Pública); realización de “Carnavales Marplatenses”; realización de fiestas y celebraciones en la ciudad como atracción turística. Viva la Estación / Viva la Plaza; Festival Asterisco Organizado por la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación; Desayuno Mar del Plata Coffee Meeting (con prestadores de servicios, organizadores de eventos, asociaciones de profesionales y periodistas).

DESARROLLO DE PRODUCTOS: Reuniones y eventos (Desayunos con asociaciones profesionales, agencias de viajes y mayoristas con más de 120 asistentes en total) para la captación de nuevos eventos para el destino. Turismo LGBT (capacitación a prestadores, desarrollo de piezas y presencia en feria). Golf (promoción especial, acuerdo con 3 clubes de Mar del Plata y trabajo en conjunto con agencias de viaje). Programa “Paseos para gente inquieta” que se lleva adelante en el verano y vacaciones de invierno y del que participaron hasta la fecha 1735 personas. Bus turístico en vacaciones de invierno al que asistieron 501 personas. Y otros circuitos guiados realizados en fechas especiales

como “Circuito Piazzolla” al que concurrieron 78 personas hasta el momento.

CONCIENTIZACION LOCAL: Cursos de capacitación “Anfitriones Turísticos” dictado en escuelas primarias y secundarias municipales, provinciales y privadas; centros de formación profesional; sindicatos; asociaciones de fomento; centros de jubilados; policía local; balnearios; entidades deportivas y otras instituciones. Se dictaron 118 capacitaciones que alcanzaron a 7060 personas desde octubre de 2016 a agosto 2018. Curso de capacitación on line “Experto en Mar del Plata” orientados a agentes de viajes, profesionales en turismo y residentes del partido de General Pueyrredon del que participaron en los últimos doce meses 206 personas. Concurso de fotografía “Turista en mi ciudad”, con convocatoria abierta a todos los residentes de MGP mayores de 18 años, a través de la búsqueda de imagen de la ciudad.

ASISTENCIA AL TURISTA: Atención diaria y permanente en los 6 centros de atención al turista que funcionan todo el año. Allí se responden consultas, se entrega material, se realizan registros para la base de datos que se actualiza constantemente y que puede consultarse en la web de Turismo Mar del Plata. Recopilación de información y realización de la Guía de Actividades que se entrega al público y que está disponible de manera digital en la web. Hasta el momento se realizaron 7 guías en 2018. Por mes se envían cerca de 350 mails para corroborar y actualizar la guía de actividades y la base de datos.

Puesta en valor del Centro de Atención al Turista de la Rambla. Acondicionamiento del espacio, realizado con parámetros de accesibilidad, adecuación de la marca y nuevos puestos de atención.

INNOVACIÓN, ACCESIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD

SMART CITY: incorporar la tecnología en toda su cadena de valor para ser más competitivo, sostenible y responsable y mejorar la experiencia del viajero. Plataforma de capacitación online y gratuita. Incorporación de guía de actividades y mapas en versión digital en la web. Formulario para la realización de encuestas de perfil en formato digital. Reducción del uso de papel en la promoción en la ciudad (se disminuyó un 40% la impresión de guías). Reordenamiento Costero: Señalización y accesibilidad. Playas públicas equipadas. Próximamente: lanzamiento de la APP de Turismo Mar del Plata, la futura instauración de un circuito arquitectónico con placas con código QR y plataforma de digitalización de trámites de Unidades Turísticas Fiscales.

ACCESIBILIDAD: Aplicación de Directrices de Accesibilidad con establecimientos públicos y privados. Mar del Plata es la ciudad que más cantidad de prestadores ha logrado distinguir de todo el país. Relevamientos de distintos tipos de establecimientos de servicios turísticos. Elaboración de la guía de Turismo Accesible en colaboración

con el COPIDIS y Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. Próximamente: Primer Campeonato Sudamericano de Surf Adaptado.

CONECTIVIDAD

CONECTIVIDAD: Lograr mayor conectividad aérea: más vuelos y nuevos destinos de conexión y transformarse en cabecera conectiva de la región Campo, Mar y Sierras. Elevar la frecuencia del tren en un servicio diario más. Acompañar la mejora del Aeropuerto Internacional Astor Piazzolla. Fam tour con operadores de Paraguay. Visita a la ciudad y ronda de negocios. Presentación a compañías aéreas que operan actualmente para sumar una ruta directa con Asunción.

Cantidad de vuelos comerciales regulares arribados totales Enero - Julio 2018: **1.969 vuelos / +94,6% respecto a 2017**

Cantidad de pasajeros arribados en vuelos comerciales regulares Enero - Julio 2018: **137.740 pasajeros / +67,4% respecto a 2017**

Cantidad de pasajeros arribados en ferrocarril / Enero - Julio 2018: **105.732 pasajeros**

Líneas aéreas que operan en Aeropuerto MDQ: Enero - Julio 2018: Aerolíneas Argentinas - Austral - Andes - Avianca

Destinos con vuelos directos desde Aeropuerto MDQ: Enero - Julio 2018: Aeroparque - Ezeiza - Córdoba - Bahía Blanca - Tucumán - Rosario - Mendoza y Destinos con vuelos que se vinculan: Ushuaia, Trelew, Comodoro Rivadavia y Santa Fe