ENTE TURISTICO ROSARIO ARGENTINA

PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO SUSTENTABLE **ROSARIO 2010 | 2018**

Rosario es sin dudas la ciudad que más se ha caracterizado en el país por su proceso de transformación urbanística y social operado en los últimos años, sustentado en una fuerte presencia del Estado municipal en la planificación, gestión, conducción de procesos de cambio y políticas públicas que se sostuvieron en el tiempo y que tienen como ejes la solidaridad, el desarrollo urbano equitativo y sustentable y la participación ciudadana.

Hoy, favorecidos por nuestra ubicación estratégica en el Mercosur, nuestra tradición como polo industrial y comercial, cultural, artístico y educativo; y de la mano de los planes Estratégicos Rosario Metropolitana 2018 (PERM + 10) y el Plan Urbano estamos convencidos de que nos esperan nuevas décadas de mayores transformaciones y posicionamientos; ambos planes buscan consolidar definitivamente a Rosario en una metrópoli moderna, territorialmente integrada y socialmente inclusiva, sustentada en la cultura, la innovación y las economías de calidad; con amplio protagonismo y conectividad nacionaly global.

En este marco se inscribe la apuesta estratégica de esta gestión municipal al desarrollo turístico. Los últimos años los rosarinos hemos sido testigos directos y artífices de la transformación sostenida de la ciudad en esa materia, a partir de un proceso iniciado a mediados de la década de los noventa, cuando soñábamos que Rosario podía ser turística y se estableció como uno de los objetivos fundamentales de nuestro primer Plan Estratégico posicionar a la ciudad en el espectro del turismo nacional.

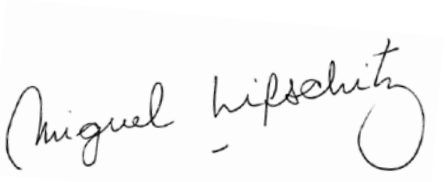
Como corolario de ese desafío, el éxito obtenido en la organización de recientes eventos deportivos internacionales nos da la certeza de que hemos logrado posicionarnos fuertemente como plaza turística.

Prueba de ello, la infraestructura en ese sentido se ha más que duplicado en cantidad y en calidad: las plazas de hotel, la gastronomía, los restaurantes, los lugares de diversión, la actividad cultural, las ferias urbanas, eventos y congresos, y estamos convencidos de que seguirá creciendo la actividad porque hemos desarrollado una política articulada entre el sector público y el privado con ese claro objetivo; y cuando a los proyectos se los sostiene en el tiempo, son realistas y tienen que ver con las fortalezas y las oportunidades que la ciudad tiene, finalmente los resultados se logran.

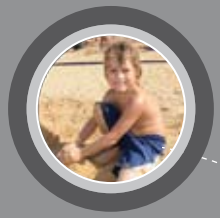
Estamos comprometidos con seguir profundizando esa tarea y este es el principal objetivo de este nuevo Plan Estratégico aplicado al turismo; pensado, consensuado y desarrollado entre múltiples actores públicos y privados a lo largo de todo un año, donde quedó plasmada la firme convicción de todos los sectores involucrados en esta actividad.

Sabemos que el sector turístico involucra una actividad económica de creciente relevancia para Rosario y, seguramente, lo va a seguir siendo en los próximos años, porque moviliza recursos de la ciudad,genera empleo genuino de manera directa o indirecta, e impulsa el posicionamiento que nos propusimos alcanzar.

Rosario tiene, por origen, historia y tradición, una clara vocación de anfitriona, y en esto mucho tiene que ver la identidad ciudadana, el orgullo de los rosarinos respecto del lugar en el que viven, y es a lo que apostamos para reforzar esta tarea.



Ing. Miguel Lifschitz
Intendente Municipalidad de Rosario



009 Introducción
013 Rosario destino turístico
017 La ciudad
019 Metodología
021 FODA
025 Estrategia

029 **Línea estratégica:** Consolidación del producto rosario metropolitana.

055 **Línea Estratégica:** Desarrollo de la cultura de calidad.

077 **Línea estratégica:** Fortalecimiento de la identidad. Marca y posicionamiento.

092 Organizadores
094 Instituciones representadas
096 Participantes
097 Coordinación técnica del ETuR

Introducción

Pensar una ciudad como turística inevitablemente implica la necesidad de contarla, y debe ser contada por todos porque la ciudad cambia de acuerdo a la perspectiva de quién la mira o se apropia emotivamente de ciertos lugares.
Narrar una ciudad es despertar el deseo de conocerla y es vital entender que sin esa curiosidad no existirá el turismo.

La mirada histórica, la mirada cultural, la afectiva y tantas otras, vuelven única a la ciudad, delinean su perfil particular.

Rosario, la ciudad que queremos contar, nació para ser anfitriona cuando un puñado de lugareños se establecieron con el fin de brindar asistencia a los viajeros que iban y venían hacia y desde Buenos Aires. Lugar de paso inevitable, fue convirtiéndose lentamente en referencia y desde ahí comenzó una serie de metamorfosis que la llevaron a ser la metrópolis que es hoy.

La ciudad que narramos fue parte de la gesta patriótica de la Independencia y es en sus costas donde por primera vez se izó la Bandera Nacional.

La ciudad fue más tarde un puerto. Además de la importancia económica, un puerto es un espacio donde las culturas se cruzan a través de los viajeros, las producciones, los lenguajes, o de un abanico de expresiones tangibles e intangibles.
Puerto es el lugar donde se cruzan sonidos de diferentes lenguajes; donde las ciudades reciben a los viajeros, convirtiéndose en anfitrionas.
Un puerto es indefectiblemente un espacio abierto a las influencias recíprocas, al abrazo, a la convivencia. Puerto es una encrucijada, noticias del mundo que hay más allá, el territorio que divide lo real de lo imaginario.
Un puerto es intercambio, suma que da por resultado algo nuevo.
Y la ciudad que contamos se alimentó de todos esos signos que conformaron la confluencia portuaria.

Después, la ciudad del paso inevitable fue muchas ciudades:
La «Chicago argentina» cuando su increíble crecimiento era análogo al de esa ciudad.
La «California argentina» cuando se propalaba el rumor de que el trabajo se encontraba como el oro.
La «Barcelona argentina» cuando acunaba en su seno la pasión por los cambios sociales que pregonaban los anarquistas de fines del siglo XIX. Y fue también la ciudad de la mafia polaca, Pichincha y Madame Safó.
La ciudad de los que querían cambiar el mundo. La del Che, la de Lisandro de la Torre, la de los dos Rosariazos.

La ciudad de Juanito Laguna, de Berni, Gambartes, Schiavonni, Musto, Grela, la de Lucio Fontana.
La ciudad que alimentó los relatos de Roberto Arlt, Jorge Luis Borges, Adolfo Bioy Casares, Florencio Sánchez, Beatriz Guido, Juan José Saer, Paco Urondo, Raymond Carver, César Aira, Graham Greene, Nicolás Guillén, quienes la recrearon en su literatura.
La ciudad de la música, la de Nebbia, el Gato Barbieri, la Trova Rosarina y los coros. La ciudad de «pobres corazones».
La capital de la poesía.
La ciudad con idioma propio.
La ciudad del humor, cuna de Olmedo, Fontanarrosa y otros tantos.
La ciudad de la cultura y el público crítico
La ciudad de las mujeres más bellas.
La ciudad de la pasión futbolera
La ciudad de todas las arquitecturas, de cúpulas y pasillos. La de los misteriosos túneles.
La ciudad de los barcos que pasaban para que la gente se detuviera a admirarlos en pose hipnótica.
La ciudad de la innovación, la de los creativos, la de los talentosos.
La ciudad inclusiva, respetuosa de la diversidad.
La ciudad de los que venían a quedarse.

El turismo es un fenómeno social, su heterogeneidad requiere enlazar una serie de definiciones referidas al propio acto de desplazarse, a los componentes que lo constituyen y a las personas que lo realizan o lo producen, así como las interrelaciones e impactos que genera.
Como actividad económica, en el ámbito de los servicios, involucra múltiples actividades y sectores siendo una importante fuente de ingreso de divisas, que al producir inversiones, genera empleos y reduce la pobreza, contribuye a la paz y a la tolerancia entre los pueblos, además de ser un derecho humano reconocido y reafirmado a nivel mundial.

En la actualidad Rosario asume su condición de destino turístico y debe fortalecer su accionar, planificando un desarrollo social, económico y ambiental sustentable, acompañando el cambio de paradigma que protagoniza la actividad turística, impulsando un modo de desarrollo que ponga el acento en la responsabilidad y la solidaridad de todos los actores involucrados (visitantes y visitados).
Emprender la construcción de un plan de desarrollo turístico sustentable, guiado por criterios de sostenibilidad ambiental, económica y sociocultural, potenciar su contribución a la conservación, recuperación y protección del patrimonio cultural y natural, en el mediano y largo plazo. Además requiere equilibrar la tarea de satisfacer al visitante, evitando impactos negativos y asegurando el máximo de los beneficios a la comunidad local, dueña del patrimonio.
El Ente de Turismo de Rosario toma como propios los conceptos enunciados en el preámbulo del Código Ético de

Turismo creado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), en Santiago de Chile el 1º de octubre de 1999, los que citamos textualmente: «la función "central y decisiva" que reconoció a la Organización la Asamblea General de las Naciones Unidas en la promoción y en el desarrollo del turismo con el fin de contribuir al crecimiento económico, a la comprensión internacional, a la paz y a la prosperidad de los países, así como al respeto universal y a la observancia de los derechos humanos y de las libertades fundamentales sin distinción de raza, sexo, lengua ni religión, profundamente convencidos de que, gracias al contacto directo, espontáneo e inmediato que permite entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas, el turismo es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos, ateniéndonos a los principios encaminados a conciliar sosteniblemente la protección del medio ambiente, el desarrollo económico y la lucha contra la pobreza, que formularon las Naciones Unidas en la ″Cumbre sobre la Tierra″ de Río de Janeiro en 1992 y que se expresaron en el Programa 21 adoptado en esa ocasión».

El presente plan de gestión de desarrollo turístico de la ciudad tiene como objetivo mejorar la vida de los ciudadanos, dinamizar la economía interna, agregar valor a la reestructuración urbana local y ser una estrategia de marketing urbano. Es una orientación básica para transitar de la situación actual a la deseada para el destino turístico Rosario Metropolitana. Su fortaleza es la planificación activa y participativa de los actores involucrados constituyendo el punto de partida de futuras acciones que lo supere.

Consolidar a Rosario como «Destino Turístico» requiere de un Plan de Desarrollo y del diseño de una política de Estado orientada hacia un horizonte y una estrategia integral.
La tarea de satisfacer al visitante se equilibra al asegurar beneficios para la comunidad anfitriona, evitando impactos negativos sobre el patrimonio cultural, natural, tangible e intangible, así como haciendo sustentable el propio Plan.
El Ente Turístico de Rosario como institución de gestión y desarrollo de la actividad turística de la ciudad asumió el compromiso de orientar el Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable. Iniciar la construcción del mismo ha sido una oportunidad para que los distintos actores de la actividad turística de la ciudad se reúnan por primera vez a debatir, delinear y consensuar los ejes rectores de las políticas para el sector y la actividad en los próximos 10 años.
El abordaje intersectorial y multidisciplinario que requiere el desarrollo turístico receptivo es tarea de todos los actores que conforman directa e indirectamente la cadena de valor del sector. Estos actores trabajaron oportunamente para la formulación del Plan Estratégico Rosario Metropolitana 2008-2018, PERM+10.
Creemos que un plan que se manifieste a la comunidad por escrito, tiene el valor del compromiso público y es una herramienta que orienta la consecución de acciones futuras.

ROSARIO

LA CIUDAD

INTRODUCCIÓN AL PLAN

Antecedentes

La experiencia y continuidad de la planificación estratégica desde 1998 PER[1] , nos permite decir que:
• Rosario es una ciudad que planifica y que gestiona sus proyectos con un alto grado de efectividad (80%) en la implementación. (PER y PERM).
• Ha aprendido a generar una articulación consensuada entre los sectores público y privado, con una amplia participación de la sociedad civil.
Es desde esta experiencia previa —contando con diagnósticos recientes, productos colectivos fruto de la formulación del PERM+10, investigaciones propias de los sectores vinculados al turismo, sumados a otros documentos y fuentes de información— el Ente de Turismo convocó a un conjunto de actores vinculados al sector provenientes de los ámbitos público, privado y académico, conformado para orientar la formulación del Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018, quienes han co-elaborado el presente documento en una dinámica de trabajo relacional, sistémica y sinérgica.

La fase inicial «Diagnóstico» del PERM+10 fue analizada, puesta a discusión y profundizada de cara a la especificidad del turismo y corrió con la ventaja de tener un sólido punto de partida, ya que se contaba con un diagnóstico consensuado de la ciudad.

Es desde esta experiencia previa e investigaciones propias de los sectores vinculados al turismo, que se coordinaron acciones para impulsar la formulación del Plan, obteniendo como resultado del trabajo colectivo el presente documento.

Formulación del Plan

La modalidad participativa de construcción de consensos fue llevada a cabo en cuatro talleres con diferentes técnicas en los que se establecieron:

[1]PER: Plan estratégico Rosario 1998-2008

1. Ajustes sobre el Diagnóstico formulado en el documento base. Definición de un Horizonte.

2. Determinación de líneas estratégicas, con un análisis objetivo de la ciudad y del desarrollo del sector.

3. Proposición de proyectos para direccionar la puesta en marcha del plan.

Alcanzado este nivel de consenso se conformaron comisiones de trabajo en cada uno los programas. Esta elaboración conjunta logró definir:

- Horizonte
- Líneas estratégicas
- Programas
- Proyectos

Diagnóstico

Todo plan de desarrollo requiere de una fase diagnóstica que permita identificar un punto de partida, «momento cero», o situación actual y las brechas existentes entre el «hoy» y la situación deseada.
En el caso del Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable esa situación deseada es «la ciudad que queremos contar», el Horizonte con el que el plan se compromete, lo que convierte a la ciudad de Rosario y su entorno metropolitano, sus actores, recursos tangibles e intangibles y potencialidades en unidad a analizar.

Entre las muchas herramientas existentes se eligió el análisis de matriz FODA, ya que permite conformar un cuadro de la situación actual, obteniendo un diagnóstico preciso a partir del cual tomar decisiones estratégicas acordes con los objetivos y políticas formulados en el PERM + 10 y a formular en el PDTSR.

El término FODA es una sigla constituida por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que se cuenta, lo que brinda una posición privilegiada frente a otros destinos competidores. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.
Oportunidades: son los factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno y/o potenciar, y que permiten obtener ventajas competitivas.
Debilidades: son aquellos componentes que provocan una posición desfavorable frente a otros destinos competidores, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, entre otros.
Amenazas: son las situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar contra el éxito del plan.

El Análisis FODA es un concepto muy simple y claro, si bien detrás de su simpleza residen conceptos fundamentales a tener en cuenta a la hora de su aplicación práctica, particularmente debido a la multidimensionalidad y complejidad que supone el fenómeno turístico.
Como herramienta para la toma de decisiones no es suficiente detallar las cuatro variables mencionadas, sino convertir los datos del universo analizado en información útil.
En términos sistémicos, contamos con un conjunto inicial de datos (universo a analizar), un proceso (análisis FODA) y un producto, que es la información para la toma de decisiones.

Fortalezas / Oportunidades / Debilidades / Amenazas (F.O.D.A)
Fortalezas

1. Ciudad metropolitana con privilegiada posición geográfica, con facilidad de acceso desde el territorio nacional, Mercosur y corredor bioceánico, con dimensión y escala humana, reconocida por su calidad de vida y por la hospitalidad de sus habitantes, en la que se destacan como valores la tolerancia y el respeto por la diversidad, enmarcada en un escenario natural inigualable.
2. Calidad y cantidad de servicios recreativos, culturales, deportivos, con espacios destinados al tiempo libre y la salud (producto de inversiones tanto pública como privada) y una amplia y acreditada oferta hotelera y gastronómica.
3. Cuna de artistas reconocidos y espacios simbólicos donde tuvieron lugar hechos históricos y culturales significativos que la proyectan a nivel internacional.
4. Se destaca por su calidad científica y académica en disciplinas biotecnológicas, médicas, tecnológicas y sociales entre otras, y cuenta con instituciones de capacitación en sistemas complementarios al turismo, atentas a los nuevos requerimientos de desarrollo del sector.
5. Positiva vinculación con el Ministerio de Turismo de la Nación y con la Secretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe.

Oportunidades

1. Consolidar la marca Rosario Turística en el mercado local, nacional e internacional, situándola como uno de los referentes culturales de Latinoamérica y difundiendo el reconocimiento nacional e internacional como una de las mejores ciudades latinoamericanas por su transformación urbana y su calidad de vida.

2. Diversificar la economía desarrollando el sector

terciario de servicios (generar riqueza, empleo directo, calidad de vida para los residentes).

3. Afianzar la voluntad turística y conciencia receptiva del habitante, profundizar y alinear las redes de cooperación entre los distintos sectores de la comunidad.

4. Fomentar la creación de nuevos productos turísticos, circuitos diferenciados y consolidar los existentes atendiendo a sus fortalezas.

5. Acompañar el crecimiento de la modalidad de turismo urbano y promover el salto cualitativo de «ciudad de paso» a «ciudad destino» con la finalidad de incrementar la estadía en la ciudad.

6. Participar de los beneficios de La ley Nacional de Turismo: declaración del gobierno nacional de «Turismo, sector estratégico» y alinear al rediseño de las políticas turísticas a nivel provincial, formando parte de las cadenas de valor propuestas por estas políticas.

Debilidades

1. Insuficiente orientación al turista: puntos de información, idioma, mapas, carencia de un sistema unificado de información que provea indicadores de medición de visitantes y grado de satisfacción de los mismos, escaso desarrollo de infraestructura y servicios destinados al turista, falta de acondicionamiento y adecuación de buena parte de los recursos naturales y culturales.

2. Dificultad para conformar a Rosario como producto turístico, difundirlo e insertarlo en los mercados emisores.

3. Ausencia del concepto de uso sostenible de nuestro patrimonio cultural y natural.

4. Limitada coordinación entre los diversos ámbitos de la administración nacional, provincial y municipal y las empresas turísticas.

5. Ausencia de legislación específica local y provincial que regule el funcionamiento del sector y promueva su desarrollo.

6. Falta de predio ferial acorde al crecimiento de la demanda que se pretende desarrollar.

Amenazas

1. Desarrollo y promoción turística de otros destinos, tanto nacionales como internacionales, con recursos similares y con una amplia oferta de infraestructura y actividades.

2. Cambios de escenarios en las macro y microeconomías.

3. Degradación creciente del medio ambiente y del patrimonio cultural por uso intensivo.

ESTRATÉGIA

Atendiendo a que la herramienta de análisis (FODA) se considera funcional y productiva en tanto el proceso de planificación se oriente a:

1. que las fortalezas sean el punto de partida para la transformación deseada, y a su vez se vean incrementadas,

2. que las debilidades se conviertan en el foco del diseño de acciones para su minimización,

3. que el impacto de las amenazas sea considerado y gestionado oportunamente, y

4. que el aprovechamiento de las oportunidades sea capitalizado mediante la generación de aportes de valor, se concluyó que el Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario a diseñar necesariamente tenía que contemplar:

• El desarrollo con calidad y sustentabilidad del patrimonio natural y cultural y la normativa que la respalde.

• La generación de los mecanismos estructurales y simbólicos que profundicen la orientación articulada hacia el turista por parte de los actores vinculados al sector y que desarrollen la vocación receptiva por parte de los ciudadanos.

• La consolidación del destino Rosario Turística, como producto, desarrollando marca con estrategias de comunicación de destino diferencial.

Horizonte

Rosario, modelo de desarrollo turístico sustentable y competitivo, integrado al área metropolitana y su región, posicionado en los mercados regional, nacional e internacional; cimentado en un modelo de calidad articulado entre el sector público y el

privado, sobre la base de los valores culturales y la diversidad de atracciones tanto para sus habitantes como para quienes la visitan.
Período: 2010-2018.

Objetivo general

Orientar el proceso de gestión consensuada de desarrollo turístico sustentable, basado en la sinergia de los sectores público y privado, potenciando la calidad de vida de la comunidad local y consolidando a Rosario como destino turístico, propiciando una mayor afluencia y permanencia de los turistas en nuestra ciudad a partir de ampliar la oferta de servicios y productos para acceder a nuevos mercados.

Líneas Estratégicas:

1- Consolidación del producto Rosario Metropolitana
Potenciar el turismo receptivo para diversificar la base económica de la ciudad, fortaleciendo los productos turísticos actuales y desarrollando otros no identificados o a crearse.

2- Desarrollo de la cultura de la calidad
Promover el turismo sustentable, legislar la normativa soporte de la actividad, concientizar al ciudadano y a todos los actores del sistema a adoptar una actitud receptiva, asegurando que el desarrollo de esta actividad respete los recursos ambientales y culturales, identitarios de la comunidad local.

3-Fortalecimiento de la identidad. Marca y posicionamiento
Profundizar la presencia de la marca Rosario Turística, en los mercados tradicionales y emergentes.

óptica
TELECOM

Línea estratégica

Consolidación del producto Rosario Metropolitana

Potenciar el turismo receptivo para diversificar la base económica de la ciudad, fortaleciendo los productos turísticos actuales y desarrollando otros no identificados o a crearse.

Línea estratégica
Consolidación del producto Rosario Metropolitana

PRODUCTOS

032 Fundamentación
034 Programa: Desarrollar y Potenciar Productos
035 Valoración del Patrimonio
036 Turismo Cultural
038 Turismo de reuniones
038 Naturaleza Urbana
040 Turismo Deportivo
042 Turismo de Gestión
044 Turismo de Salud
048 Turismo Social
050 Turismo Educativo

Fundamentación

La importante transformación que se ha dado en la ciudad en los últimos años permite que se la piense como destino turístico. El turismo urbano tiene eje en la ciudad porque en ella se pueden desarrollar numerosas actividades para la satisfacción del turista. En ese sentido Rosario ofrece múltiples posibilidades para la actividad turística en toda época del año.

En la actualidad el turismo receptivo, se ha constituido en objeto de atención local por la potencial implicancia que tiene para diversificar la base económica y social de la ciudad.

En este escenario es necesario rediseñar los productos turísticos actuales, haciendo estudios de mercado, identificando nuevos atractivos, ampliando la oferta de servicios, desarrollando circuitos innovadores que muestren el patrimonio histórico y cultural desde una perspectiva sustentable, conscientes del impacto y capacidad de carga de los mismos, relevando y poniendo en valor atractivos tangibles e intangibles y segmentando la oferta según el interés de los visitantes que arriben a nuestra ciudad.

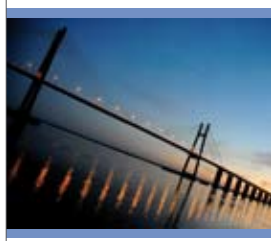
El producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores. Por lo tanto, lo que se vende son satisfacciones.

Esta usina de productos deberá tener en cuenta la percepción del turista y del residente como elemento diferenciador del producto, apoyándose en procesos de calidad y marketing. Además se deberán generar procesos de participación de la población, establecer acuerdos con las instituciones empresariales de turismo y articular con sectores que brindan servicios complementarios para fortalecer la cadena productiva del sector, creando ventajas competitivas que posicionen al destino Rosario y

sus productos turísticos en los mercados nacionales e internacionales.

Son los destinos y su imagen los que atraen a los turistas, motivan la visita y ponen en marcha todo el sistema y, por supuesto, son el punto de consumo de las múltiples actividades que comprende la experiencia turística: la que se vive en el destino.

El producto turístico adquiere primordial relevancia para la gestión del Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018 y en ese sentido se deben articular las acciones con todos los actores que intervienen en la cadena de valor.



PROGRAMA: Desarrollar y potenciar productos

Este programa alienta el reconocimiento de los atractivos turísticos existentes (públicos-privados) en la ciudad y el desarrollo, a partir de los recursos existentes, de productos que abarquen el segmento turismo urbano.
Consolidar a Rosario como el mejor destino para el turismo urbano, incrementando su competitividad, visibilidad y participación en los mercados regional/nacional, regional/internacional e internacional a través de la articulación de los actores públicos-privados que intervienen en esta cadena productiva.

PROYECTO: Valoración del patrimonio

La planificación del turismo requiere partir de un diagnóstico de situación de la ciudad y este proyecto se enfoca en el relevamiento de todos los atractivos posibles de ser ofrecidos al visitante, tanto en el ámbito público como en el privado. Permitirá obtener un insumo básico para delinear las estrategias y priorización para la puesta en valor de los productos turísticos.
Este registro permitirá ordenar los factores físicos, ambientales, sociales y culturales en un conjunto de atractivos, para elaborar productos turísticos en la región.
Existen en la ciudad recursos que no han sido pensados exclusivamente para el desarrollo turístico pero que pueden ser potenciados para ese fin. A su vez, contamos con otros que requieren de la adecuación de las infraestructuras de apoyo para potenciar su uso y valoración.
Estos íconos turísticos por sí solos son un elemento determinante para motivar el viaje al destino y, en combinación con otros, aumentaran la oferta. Para ello es necesario diferenciar recursos físicos y culturales potencialmente beneficiosos para el

turismo de aquellos que puedan ser integrados de inmediato como productos turísticos para generar mayor motivación entre los visitantes.

Objetivos

• Relevar atractivos existentes visualizados o no como tales.

• Promover acciones de gestión ante los organismos correspondientes para viabilizar la puesta en valor de los mismos.

• Sensibilizar a la comunidad para la apropiación de los atractivos tangibles o intangibles.

• Generar circuitos y promoción de nuevas ofertas conforme al relevamiento de demanda y atractivos puestos en valor.

Actividades

• Diseñar una grilla de atractivos para ser completada por las diferentes Secretarías de la Municipalidad de Rosario y/o propietarios de los mismos, donde consten el tipo de atractivo, lugar, dependencia, costo para el usuario, horarios en que se pueden utilizar y otros datos de importancia.

• Realizar un relevamiento de potenciales ofertas turísticas existentes en el ámbito público y privado.

• Trazar un mapa general de atractivos de la ciudad. En una primera etapa un mapa con la oferta turística que dependa de las acciones ya existentes en el municipio. En una segunda instancia se completará el mapa con los atractivos de carácter privado existentes en la ciudad.

• Planificar las estrategias para la puesta en valor de estos atractivos: fuentes de financiación, priorización de tareas y obras.

PROYECTO: Turismo cultural

La vida cultural de Rosario es un hecho distintivo de la ciudad, esto la convierte en uno de los pilares del turismo urbano que crece en interés de la mano de nuevas tendencias en las motivaciones y en las prácticas espaciales de la demanda. Por otro lado, el turismo cultural adquiere un mayor reconocimiento por parte de las administraciones públicas acerca de las posibilidades de uso del turismo como instrumento de dinamización económica y reestructuración urbana local.

Hoy la motivación básica del turista cultural es la búsqueda de nuevas experiencias de vida y conocimiento, además de incurrir en la tradicional visita de sitios históricos y monumentos.

Este cambio significativo en la demanda del segmento del turismo cultural hace que los productos asociados tengan un espectro mucho más amplio. El deseo de conocer y experimentar las formas de vida de la población visitada, ya sea como manifestaciones del pasado o de la cultura contemporánea (entendida esta última como todo lo que la gente piensa, hace y produce), abarca actitudes, creencias, ideas, valores, comportamientos, formas de vida, arquitectura, arte, costumbres, medio ambiente, etc.

En tanto que más personas acceden a la cultura, la educación y los viajes, el turismo cultural comienza a surgir como segmento de mercado y sus productos buscan satisfacer a un público más numeroso y especializado.

Rosario cuenta con numerosos recursos que son potenciales productos. Una característica propia es el cruce de culturas, fruto de su historia inicial como ciudad puerto, receptora de inmigrantes que imprimieron sus huellas. En la actualidad se constituye además como receptora de constante migración interna.
Este origen multiétnico brinda a nuestra ciudad otras características culturales valoradas por quienes la

visitan, como sus bellas mujeres, el fútbol, la música, las religiones que se practican, su diversidad arquitectónica, su variada gastronomía, que entre otras conforman su patrimonio cultural.
Cada uno de estos recursos patrimoniales son productos turísticos potenciales, muchos de ellos de jerarquía internacional, que pueden combinarse con otros segmentos del mercado y direccionar su comercialización a un público general.

Se hace necesario relevar los recursos culturales, accionar su puesta en valor para convertirlos en productos turísticos, posicionarlos y ofrecerlos al mercado.

Objetivos

• Mejorar la calidad de los servicios culturales para la satisfacción del turista.

• Mantener y potenciar el valor cultural en el marco del turismo.

Actividades

• Relevar los recursos culturales.

• Detallar actividades de uso de cada producto.

• Evaluar la capacidad de carga de cada atractivo.

• Clasificar por tipo y jerarquías.

• Estudiar y caracterizar al consumidor de turismo cultural.

• Confeccionar la matriz FODA específica de este segmento.

• Diseñar un plan de puesta en valor.

• Crear los productos turísticos culturales.

• Planificar y gestionar los atractivos culturales

PROYECTO: Turismo de reuniones

El turismo de reuniones es una demanda que incluye el turismo de convenciones, congresos, ferias, exposiciones, encuentros corporativos, de negocios y reuniones de todo tipo. Es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales con diferentes propósitos y magnitudes.
Es uno de los segmentos más importantes del sector de servicios del nuevo milenio y su visibilidad puede presentarse como factor transformador de una sociedad o región. Su notable importancia económica deriva de la contribución a elevar el gasto y la estadía promedio de los visitantes.

Teniendo en cuenta que las reuniones internacionales son importantes atracciones para captar los flujos turísticos mundiales, los destinos compiten cada vez más para ser sedes de eventos.
El turismo de eventos tiene una particularidad muy específica: la interdependencia entre los diversos actores interesados, la amplitud del fenómeno «evento» y su inter, multi y pluri-disciplinariedad, que requiere el conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental dentro de una visión sistémica y de oportunidades.

El desarrollo del turismo de reuniones fomenta a su vez la expansión del turismo de esparcimiento, ya que comparte con este la misma infraestructura y, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), aproximadamente el 40% de los visitantes de reuniones regresan al lugar de destino acompañados de sus familias, amigos o colegas.

El interés de muchos destinos por desarrollar el turismo de reuniones se asocia con los beneficios que genera:
• Promoción localizada que se centraliza en los comités organizadores de eventos.
• El gasto promedio de los visitantes asistentes a re-

uniones es entre dos y tres veces superior al gasto promedio de los visitantes de ocio.
• Promueve una estadía mayor de los visitantes en el destino, con el consecuente incremento del gasto total erogado.
• Propicia y sostiene la infraestructura de la ciudad.
• Colabora en el acceso al conocimiento de los ciudadanos.
• Regula la estacionalidad de la demanda turística.
• Crea empleos, generalmente, calificados.
• Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del eslabonamiento productivo con otras actividades económicas.

La ciudad cuenta con una institución especializada para el turismo de reuniones, el Rosario Convention & Visitors Bureau RC&VB, una herramienta de marketing que integra horizontalmente a los sectores interesados en posicionar a Rosario como sede de convenciones, ferias, viajes de incentivo, negocios y destino de recreación.

Objetivos

• Reconocer la promoción como una herramienta específica para el desarrollo del sector.

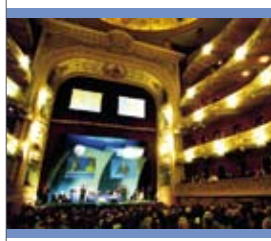
• Incorporar en las acciones de promoción del destino el turismo de ocio, ya que está comprobado que un gran porcentaje de turistas de negocios repiten luego el destino en viajes de placer.

• Generar estadísticas completas.

• Aumentar la valoración del turismo de reuniones como una actividad económica relevante.

• Impulsar el aumento de conectividad aérea nacional e internacional.

• Colaborar en el acceso al conocimiento de los ciudadanos.



Actividades

• Implementar un programa continuo de captación de eventos a través de reuniones con asociaciones y participar de ferias especializadas del sector.
• Apoyar e impulsar el proceso de marketing, ventas, servicios y alianzas estratégicas para el desarrollo y posicionamiento del destino, estado o región.
• Alinear los esfuerzos con otros actores vinculados al sector.
• Sistematizar la logística de apoyo para las candidaturas.
• Evaluar periódicamente el desarrollo de la capacidad instalada y potencial.
• Articular acciones con el Programa Embajadores de la Ciudad: empresarios y profesionales que asistan a ferias internacionales.
Interactuar con otras instituciones de la ciudad para lograr armar un plan estratégico para desarrollar la conectividad aérea.

PROYECTO: Naturaleza urbana

El desarrollo del turismo natural exige visualizar la naturaleza de la ciudad, inmersa en un entorno paisajístico de dimensión local y metropolitana. El encuentro con el paisaje es posible mediante actividades que permita vivirlo, más allá de su simple contemplación.

Agregar valor turístico a dichos recursos es una llave para la integración territorial y la imagen perfecta para ingresar y posicionar a Rosario en el mercado y en las expectativas de los turistas.

El cambio en las motivaciones y conductas del turista, respetuoso del ecosistema, y la población local, hacen que el turismo natural sea uno de los productos que acompañan el crecimiento de la tendencia del turismo ecológico o paisajístico.

El proyecto propone desarrollar todas las variables

que tengan vinculación con los recursos naturales que identifican a la ciudad, tendiendo a la integración del paisaje local con la naturaleza humana.

Ecoturismo o turismo activo sostenible.
Turismo de aventura.
Turismo de camping.
Turismo de complejo hotelero.
Turismo de segundas residencias.
Turismo rural.
Turismo agroecológico.
Turismo de estancias.

Objetivos

• Desarrollar, a partir de los recursos existentes, todos los productos turísticos que abarca el segmento turismo natural.

• Trazar un mapa de recursos naturales en el área metropolitana.

Actividades

• Proponer actividades y servicios recreativos tendientes a favorecer la experiencia turística más allá de la simple observación del paisaje.

• Generar actividades y servicios que integren recursos naturales con recreación.

• Relevar actividades lúdicas, deportivas y/o educativas-culturales y recursos humanos aptos para su realización.

• Clasificar por tipo y jerarquías.

• Puesta en valor de los atractivos

PROYECTO: Turismo deportivo

Los acontecimientos deportivos abren nuevas oportunidades para las economías locales y son una fuente adicional de empleos y de ingresos. Los factores económicos para dimensionar un evento deportivo de tipo turístico están dados por el derrame económico directo generado por el gasto de espectadores, delegaciones deportivas, staff operativo; el derrame económico indirecto expresado en nuevos empleos generados, inversiones realizadas y recaudación de impuestos.

Los eventos deportivos de alta competición, mega eventos, así como los atletas de élite o figuras de cada país, son íconos de difusión y desarrollo global de sus disciplinas. Su actuación posee un inmenso valor como «espectáculo» y como «entretenimiento», por lo que suscitan mayor cobertura de medios de comunicación logrando así promocionar turísticamente el destino sede.

Por otra parte, aquellos deportes no masivos, hacen llegar sus mensajes a pequeños nichos de «mercado» que igualmente suelen brindar beneficios tanto para los organizadores como para los destinos turísticos.

Así como el turismo actual se potencia con el deporte, los acontecimientos deportivos necesitan del apoyo turístico y de un destino adecuado para su práctica y su atractivo.

En este sentido se propone posicionar a Rosario como destino de eventos deportivos, transformarla en sede de torneos, competencias nacionales e internacionales con calendario fijo anual con diversidad de disciplinas.

El propósito del proyecto es consolidar un calendario fijo de actividades deportivas y agenda de eventos especiales, cíclicos y anuales, centralizando la comunicación y agregando valor turístico a la oferta

deportiva al combinarla con los servicios que ofrece la ciudad.

Objetivos

• Posicionar a Rosario como un destino turístico de eventos deportivos en mercados nacionales e internacionales.

• Fomentar el desarrollo de productos turístico-deportivos que observen los parámetros de sustentabilidad que promueve el plan y diversificar la oferta de servicios.

• Favorecer y potenciar el desarrollo de nuevas infraestructuras deportivas.

Actividades

• Establecer las alianzas estratégicas entre Federaciones Deportivas y Cámaras Empresariales para ampliar el calendario de eventos deportivos.

• Articular esfuerzos entre Estado, entidades deportivas y empresarios del deporte y el turismo para lograr una calendarización y difusión anticipada de los eventos que se realicen.

• Relevar infraestructuras e instalaciones deportivas.

• Realizar una oferta de diferentes opciones de productos turísticos dentro de la línea turismo de eventos deportivos.

PROYECTO: Turismo de gestión

Este nuevo producto turístico tiene una demanda sostenida y parte de fortalezas con la que cuenta la ciudad. Los reconocimientos y premiaciones por parte de organismos internacionales dan cuenta de una imagen sostenida por contenidos demostrables en relación directa con su modelo de gestión local.

En este sentido podemos destacar programas como: Descentralización, Rosario Hábitat, Agricultura Urbana, Presupuesto Participativo y otros que poseen contenido propio a los que habrá que formular y proponer como producto para su mayor difusión.

Esta propuesta está dirigida a un público especial y concentrado, bajo en cantidad y alto en influencia, cuyo principal aporte será contribuir al posicionamiento de Rosario como destino.

Se trata de hacer foco en las potencialidades de la gestión municipal para la generación de un innovador producto turístico que aporte nuevos ingresos a los actores vinculados con el mismo.

Objetivos

• Crear un producto turístico cimentado en el modelo de gestión de la Municipalidad de Rosario y en sus realizaciones.

• Promover y satisfacer la demanda de este segmento específico sensibilizando a funcionarios y a la comunidad local para recibir este tipo de turismo.

Actividades

• Reconocer los programas que diferencian el modelo Rosario.

• Listar los atractivos intangibles y tangibles de la gestión.

• Relevar recursos humanos capaces de relatar el proceso de gestión de cada una de las realizaciones en terreno.

• Ofrecer a diferentes organismos públicos, nacionales e internacionales.

• Definir los mecanismos de difusión.

PROYECTO: Turismo de salud

El producto turismo de salud muestra un marcado crecimiento a nivel mundial. Actualmente existen más de 70 países en el mundo, con sus miles de hospitales, que compiten por captar a millones de pacientes que viajan internacionalmente en busca de tratamientos médicos y cirugías.

Rosario cuenta con una oferta de servicios de alta calidad en salud de mediana y alta complejidad, conformada por organismos públicos y/o privados con reconocimiento a nivel nacional e internacional que, sumados a la amplia gama de servicios turísticos existentes y de diversos atractivos, hacen factible crear un producto que complemente ambas ofertas.

La ubicación geográfica estratégica de Rosario la convierte en metrópolis accesible desde distintos puntos del país, dotada de un ambiente urbano favorable para una grata estadía antes, durante y post tratamiento terapéutico.

La creación de este nuevo producto permitirá adherir al programa «Medicina Argentina», que impulsa la Cancillería y la Secretaría de Turismo de la Nación, para incentivar el turismo de salud en el país.

Argentina recibe por año entre unos 6.000 y 8.000 pacientes extranjeros que vienen a realizarse cirugías, tratamientos odontológicos o de fertilización asistida, entre otros. Si se toman en cuenta, además, los tratamientos cosméticos y estéticos de baja complejidad, la cifra es cuatro veces mayor.

Cada paciente que viaja para realizar un tratamiento médico, en general lo hace acompañado y además de atender su salud, si el tratamiento médico se lo permite, hace turismo en su tiempo libre.

Las fortalezas en las que se apoya el producto son:

Hospitales y clínicas con profesionales capacitados a nivel nacional e internacional.
Fuerte inversión de las instituciones médicas, lo que permite ofrecer equipamiento de última generación.
Costos competitivos con referencia a los sistemas de salud de igual calidad de países desarrollados.

El proyecto propone desarrollar un producto diferenciado articulando servicios de salud publico-privados con servicios turísticos.

Objetivos

• Posicionar a Rosario como polo turístico de salud de mediana y alta complejidad; de estética y bienestar.

• Diseñar un producto de alta calidad en salud que se complemente con recursos culturales y naturales disponibles en la ciudad.

• Integrar el turismo de salud a los servicios del turismo urbano.

Actividades

• Relevar los servicios públicos y privados de salud en la ciudad.

• Generar acuerdos entre entidades, cámaras, colegios profesionales, agencias de viajes y prestadores de servicios complementarios (enfermería a domicilio, transportes adaptados, etc.).

• Relevar datos estadísticos de usuarios de los servicios de salud no residentes en la ciudad.

• Evaluar la variedad de prestación y tiempo de permanencia requerida para crear un producto diferenciado.

• Caracterizar la demanda de este producto para direccionar la promoción hacia potenciales destinatarios.

PROYECTO: Turismo social

El turismo sin duda mejora la calidad de vida de las personas, genera recursos y encuentros entre las comunidades. En la actualidad se ha profundizado el estudio de los conceptos turísticos ampliando la visión de los mismos. Es así que hoy el turismo social se ha constituido en el turismo del desarrollo por las transformaciones que genera a favor de la sociedad y su entorno.

En este sentido al hacer efectivo el derecho a vacacionar y promocionar la accesibilidad de todas las personas, el turismo social no solo brinda la oportunidad de disfrutar del ocio, la cultura y el esparcimiento, sino que también genera empleo, inversiones, impulsa el desarrollo económico y social de la comunidad. Además, el turismo social trabaja para reducir o eliminar los obstáculos que impiden a los ciudadanos, que si bien son económicamente activos, tienen recursos escasos o limitados para ejercer su derecho al turismo.

El Ente Turístico Rosario en la convicción de que el turismo debe ser una actividad socialmente responsable e incluyente, propone desarrollar estrategias que faciliten a todos los rosarinos, especialmente a las familias, los jóvenes, los adultos mayores y personas con discapacidad, ejercer el derecho al turismo en condiciones de sostenibilidad, accesibilidad y solidaridad.

Este proyecto prevé una serie de acciones en dos sentidos: por un lado democratizar el territorio impulsando actividades para que todo residente acceda, conozca y disfrute los atractivos de la ciudad, apropiándose del patrimonio histórico, cultural y recreativo; estimulando a su vez la conciencia de buen anfitrión y promotor de la ciudad. Y por otro impulsar acuerdos con instituciones provinciales, nacionales e internacionales para que Rosario se posicione como destino en los diferentes planes de turismo social.

Objetivo

• Fomentar el turismo y el ocio como derechos ciudadanos, adaptando las ofertas para garantizar el uso y disfrute del turismo a todas las personas.

Actividades

• Facilitar el turismo interno.

• Mejorar la accesibilidad a los servicios y atractivos turísticos a personas con discapacidad.

• Promover el respeto por medio ambiente y la no discriminación.

• Contribuir al desarrollo de una oferta de servicios turísticos razonables y a precios justo.

• Fomentar la integración de los empresarios del turismo para captar este mercado potencial.

• Articular con entidades financieras la oferta de créditos blandos.

• Generar nuevos subproductos (Ciudad de las Infancias, Ciudad de la Diversidad Sexual).

• Diseñar folletos de itinerarios auto-guiados para residentes y turistas en sistema Braille y en varios idiomas.

PROYECTO: Turismo educativo

En la ciudad de Rosario el turismo orientado a los estudios y el conocimiento de la lengua se constituye en una importante oportunidad para impulsar la diversificación de productos turísticos. Existe en la actualidad una creciente demanda mundial de estudiantes de diversos países que se movilizan para continuar estudios superiores, aprender un idioma o perfeccionar el español, utilizando canales de comercialización e infraestructura turísticas.

El turismo educativo es una forma de viaje que tiene un alto impacto en la comunidad receptora, por los vínculos que genera en el largo plazo, enriqueciendo los intercambios y beneficiando a todos los sectores de la sociedad, produce un importante impacto en la economía porque se generan relaciones transversales con otras tipologías turísticas , aumenta el consumo de servicios complementarios del turismo: alojamiento, restauración, compra de libros, etc. y mejora la imagen del destino.
Además el turismo educativo es una experiencia vivencial que despierta la motivación por conocer los hábitos cotidianos, inspira y sensibiliza a los estudiantes/turistas sobre el cuidado del medio ambiente, facilita el aprendizaje de contenidos curriculares, logrando de este modo que el visitante pueda sentirse parte del paisaje, la cultura y la historia ciudadana.

En la ciudad la oferta educativa de institutos y universidades, tanto en el ámbito público como el privado, se caracteriza por ofrecer servicios de alta calidad y excelencia académica. Esto sumado a la constante demanda por adquirir nuevos saberes permite a Rosario la oportunidad de transformarse en uno de los polos educativos más importantes del país.
En ese sentido es necesario desarrollar nuevos productos que brinden oportunidades de negocios y fomento del empleo en el sector, tales como: Turismo Educativo, Turismo Idiomático, Turismo Escolar, Turismo Científico, a modo de ofertas de viajes organizados que tienen

como motivación el aprendizaje y se complementan con el interés por la cultura local y los atractivos naturales, transformando a los estudiantes en promotores potenciales del destino.

Este proyecto busca crear una oferta competitiva que permita un reposicionamiento en un mercado turístico voluble y dinámico, en donde cada vez con más rapidez las tendencias cambian y surgen nuevos retos y competidores.

Objetivo

• Posicionar a la ciudad como destino de los estudiantes nacionales e internacionales, desarrollando nuevos productos turísticos para satisfacer la demanda de turismo educativo.

Actividades

• Convocatoria e impulso para la creación de un clúster de promoción de la educación internacional y la enseñanza del español.

• Relevar servicios y equipamiento apto para los demandantes de turismo educativo.

• Desarrollar sitios web y folletos específicos con toda la oferta educativa.

• Participar en ferias educativas internacionales.

• Organizar Misiones inversas educativas para la promoción del destino.

• Establecer acuerdos estratégicos entre Estado, operadores de turismo e instituciones educativas públicas y privadas.

• Confeccionar registro de actividades y servicios culturales y educativos.

Línea estratégica

Desarrollo de la cultura de la calidad

Fortalecer el organismo ETUR para promover el turismo sustentable, legislar la normativa soporte de la actividad, concientizar al ciudadano y a todos los actores del sistema. Incentivar una actitud receptiva, asegurando que el desarrollo de esta actividad respete los recursos ambientales, culturales e identitarios de la comunidad local.

Línea estratégica
Desarrollo de la cultura de la calidad

CALIDAD

058 Fundamentación
059 Programa: Calidad
060 Fortalecimiento del ETUR
062 Marco Regulatorio
064 Calidad del Destino Rosario
066 Tribunales arbitrales de consumo turístico
068 Ciudadanos Anfitriones
070 Programa: Capacitación
071 Instituciones Educativas
072 Formación para la excelencia

Fundamentación

En el marco de un mundo globalizado se han generado condiciones de fuerte competencia que obligan a los destinos turísticos a dar respuesta a los constantes cambios y transformaciones del mercado. Estas acciones deben garantizar el futuro de las propias comunidades, empresas e instituciones, así como la preservación del medio ambiente.

Potenciar a Rosario como destino turístico requiere pensar un desarrollo sustentable para su futuro, siendo evidente la necesidad de disponer de un marco adecuado que facilite su consecución.

El escenario económico en el que los mercados son cada vez más competitivos y los consumidores más exigentes, impulsa a Rosario a mejorar sus sistemas de gestión y la calidad de los servicios ofrecidos. La satisfacción de las expectativas de los clientes y la eficiencia de los servicios están vertebrándose como los ejes sobre los cuales gira la competitividad y el futuro. Esta nueva forma de entender y gestionar, basada en la calidad y en la innovación, está cambiando los cimientos tradicionales sobre los que se apoya toda estrategia del sector.

En este contexto, el marco normativo se vuelve un requisito indispensable ya que la regulación del sector es el punto de partida para la sustentabilidad del destino.

PROGRAMA: Calidad

Este programa tiene como finalidad generar un marco regulatorio acorde a las necesidades actuales del sector que tutele los intereses, tanto de los sectores público y privado involucrados en la actividad, como los de los ciudadanos y turistas en general, garantizando el cuidado del medio ambiente y del patrimonio de la ciudad.

Además propone desarrollar un Sistema Integral de Calidad del Destino Turístico Rosario que defina cuestiones como: marco institucional, marco jurídico, criterios de normalización conforme a mediciones de satisfacción de los actores intervinientes.

PROYECTO: Fortalecimiento ETuR

El turismo como actividad social y multidisciplinaria es relevante para la economía de nuestra Ciudad. Su creciente demanda presenta un doble desafío para llevar adelante la competitividad del sistema turístico, la mejora continua y el desarrollo de producto, bienes y servicios y al mismo tiempo preservar la sustentabilidad social, económica y ambiental.
La política en turismo debe orientar el desarrollo de la comunidad local favoreciendo la protección de su patrimonio cultural y natural, permitiendo que las actividades produzcan beneficios socioeconómicos distribuidos entre todos los actores que la conforman.
El ETUR, orienta un modelo de desarrollo del turismo receptivo que articule las acciones con todos los actores del sector en la construcción de Rosario Destino Turístico, cuya concepción trasciende al territorio como mero enclave de inversiones, para transformarse en una acción concreta que contribuya al fortalecimiento institucional, dé impulso al proceso de búsqueda del pleno empleo y afirme los valores de la identidad regional.
Los cambios del sector turístico mundial, impulsan a mejorar el modelo tradicional de gestión turística para dar respuesta a nuevas tendencias en la demanda, incorporando innovación tecnológica, mayor participación de la comunidad residente y un desarrollo basado en principios de sustentabilidad para el logro de un destino competitivo.
El Plan de desarrollo de turismo sustentable es el resultado del trabajo de un equipo de coordinación que junto a representantes de organismos públicos, privados, gubernamentales y del sector académico, diseñó líneas estratégicas y proyectos que se estructuran a partir de un horizonte para posibilitar que un modelo de gestión basado en la promoción se supere pasando a un modelo de promoción, planificación estratégica y sustentabilidad del destino.
Para acompañar la implementación del plan y dar un salto de calidad es necesario modernizar la estructura del organismo, diseñar un plan operativo y dotarlo de recursos económicos, financieros, humanos y tecnológicos que nos permitan arribar a

los objetivos planteados y a su vez transformar al ETUR en una herramienta eficiente de promoción, planificación y desarrollo del turismo sustentable, acorde al proceso de crecimiento que el sector protagoniza en la Ciudad.

Objetivos

• Fortalecer al ETUR como organismo de promoción y desarrollo turístico de la ciudad para la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable.

• Articular acciones con los actores públicos y privados involucrados en el proceso turístico.

• Orientar normativas y soporte para su cumplimiento.

• Promover y desarrollar políticas de calidad en el ámbito público y privado.

• Implementar un sistema de información para la gestión turística.

• Mejorar la competitividad del sistema turístico.

• Generar nuevos recursos económicos necesarios para la implementación del Plan.

Actividades

• Dotar al organismo de los recursos humanos, técnicos y financieros necesarios para ejecutar los programas y proyectos del Plan.

• Capacitar en calidad a los recursos humanos del organismo.

• Diseñar un organigrama de funciones acordes a los desafíos presentes y futuros para potenciar y posicionar el destino turístico Rosario Metropolitano.

• Difundir y promocionar los principios del turismo sustentable.

PROYECTO: Marco regulatorio

El crecimiento exponencial de la actividad turística que Rosario y su región proyectan para los próximos años implica revisar y actualizar las normas tendientes a proteger los derechos y obligaciones de turistas, prestadores de servicios y habitantes, de modo que garanticen la preservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural de la ciudad, en vistas a lograr que el desarrollo del turismo sea sustentable.

El proyecto propone revisar las normas existentes e impulsar nuevas, complementarias o superadoras, en función de los requerimientos actuales de los mercados turísticos en general y del desarrollo turístico de Rosario en particular.

La normativa resultante deberá estar enmarcada en la Ley Nacional 25.997 y otras creadas o a crearse y perseguirá:

• Facilitar, con la cooperación de los distintos sectores de la sociedad civil, la articulación de la normativa existente para evitar superposiciones.
• Propiciar el desarrollo social, económico y cultural del turismo como derecho que contribuye al crecimiento integral de la comunidad.
• Garantizar el desarrollo sustentable en armonía con los recursos naturales, culturales y económicos, como legado a las generaciones futuras.
• Promover la cultura de la calidad del destino, incluyendo a todos los actores vinculados directa o indirectamente a la actividad turística para satisfacer la demanda.
• Estimular la competitividad del destino garantizando las condiciones necesarias para el desarrollo a través de un producto turístico que estimule inversiones.
• Impulsar la accesibilidad eliminando barreras que impidan el disfrute de la actividad turística, equiparando igualdad de oportunidades.

Objetivos

• Promover seguridad jurídica en derechos y obligaciones al destino, a los prestadores de servicios, a los ciudadanos y a los turistas.

• Adherir al sistema de leyes provinciales y nacionales.

• Actualizar la normativa local existente.

• Proponer un conjunto de leyes marco que orienten el desarrollo del turismo.

Actividades

• Definir los derechos y obligaciones del turista.

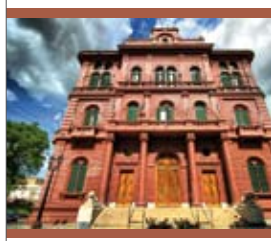
• Precisar los derechos y obligaciones del prestador de servicios turísticos.

• Realizar estudios comparados con normativas vigentes de otros destinos referenciales en turismo urbano.

• Relevar las normativas existentes.

• Modificar las ordenanzas acorde al escenario actual y el desarrollo futuro del sector turístico.

• Gestionar que la normativa incluya la preservación de patrimonio turístico, cultural y medio ambiental.



PROYECTO: Calidad del destino Rosario

El desarrollo de un Sistema Integral de calidad del destino parte de un proceso de sensibilización y maduración de todos los actores que forman parte de la compleja red de prestadores directos e indirectos del sector turismo.

El Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018 es en sí mismo una apuesta a la cultura de la calidad del destino turístico Rosario, orientado a mejorar la vida de los residentes y la satisfacción del visitante.

Objetivos

• Definir marco institucional, marco jurídico, criterios de normalización, conforme a mediciones de satisfacción de los actores intervinientes.

• Impulsar el respeto y la aplicación de los parámetros básicos de calidad vigentes para cada una de las prestaciones.

• Propiciar la apuesta a la calidad impulsando un sistema de cualificación de servicios orientado a promover y sostener emprendimientos turísticos y lograr competitividad en la satisfacción del cliente.

• Consolidar la cultura de la calidad a través de intervenciones culturales que privilegien la identidad del destino como uno de los pilares de la experiencia turística.

• Recoger información, medir y evaluar la satisfacción de todos los actores del destino tanto los responsables de proporcionar la mejor experiencia turística como la de los beneficiarios finales, a fin de crear un mecanismo de retroalimentación como herramienta para adaptar sus actuaciones.

Actividades

• Generar los proyectos de normativa que cimienten el desarrollo turístico local sostenible: promoción, incentivos, fomento, declaración de sector estratégico, etc.

• Promover la regulación del conjunto de actividades, servicios y profesiones que contribuyan a la operatividad del sistema turístico (medioambiental, laboral, inversión pública-privada, educación, seguridad pública, salud e higiene).

• Establecer un registro de valoración del turista a partir de la calidad de los prestadores y de todos los servicios. Determinando previamente los parámetros para la primera medición de percepción de calidad orientados a la mejora continua.

• Impulsar la aplicación de diferentes herramientas institucionales de un Sistema Integral de Calidad Turística para el destino Rosario.

• Relevar programas de subvenciones económicas orientadas a la calidad en las actividades turísticas (provinciales, nacionales e internacionales).

PROYECTO: Tribunales arbitrales de consumo turístico (TACT)

El creciente aumento de la actividad turística en Rosario, genera a veces, situaciones no deseadas entre la oferta y la demanda de servicios dentro del sistema de turismo, en tal sentido es necesario generar un dispositivo rápido y eficaz para la protección del turista y sus derechos.

Este proyecto propone crear el Tribunal Arbitral de Consumo Turístico en el ámbito de la Oficina Municipal de Defensa del Consumidor como un servicio diferencial de calidad para atender la demanda generada por eventuales conflictos dentro del mercado turístico, brindando un espacio amigable donde el usuario-turista podrá recurrir buscando una solución rápida.

Resolverá situaciones conflictivas que pudiera sufrir el turista durante su visita en la ciudad como consecuencia de incumplimientos de contratos celebrados en la prestación de servicios, requerirá una mediación rápida ya que deberá ser resuelta dentro del periodo de duración de la estadía.

El Tribunal arbitral de consumo turístico ofrecerá una instancia de acercamiento entre las partes en un proceso simple que no requerirá patrocinio letrado, no tendrá costo para el consumidor ni para las empresas y garantizará la confidencialidad de las partes involucradas. Al mismo tiempo evitará largos procesos judiciales, pues el conflicto se resolverá en una audiencia dentro de las 72 horas y la decisión del árbitro será inapelable.

La puesta en función de los Tribunales Arbitrales de Consumo Turístico se articulara con una campaña de información, difusión y capacitación de los derechos de los consumidores-turistas y de las buenas prácticas comerciales de las empresas de servicios turísticos.

Objetivos

• Garantizar una rápida resolución a los conflictos surgidos por el incumplimiento de servicios turísticos contratados en la ciudad.

• Ofrecer accesibilidad y defensa de los derechos del consumidor/turista.

• Promover la transparencia en las relaciones de consumo turístico.

• Brindar a las empresas prestadoras una herramienta de calidad que las posicione competitivamente en el mercado.

• Facilitar una instancia amigable de resolución del conflicto en un plazo breve, evitando una posible instancia administrativa o judicial en el futuro.

• Estimular la adhesión voluntaria y gratuita al sistema.

Actividades

• Firmar convenio marco con Ministerio de Turismo de la Nación.

• Incorporar TACT a la estructura de la Oficina Municipal de Defensa del Consumidor.

• Generar acuerdos entre los actores involucrados.

PROYECTO: Ciudadanos anfitriones

Difundir y acercar el valor de los recursos turísticos de Rosario al ciudadano para que cada rosarino se transforme en anfitrión.
Consolidar en la comunidad la conciencia de ciudad turística reafirmando la propia identidad, mejorando su calidad de vida e impulsando creatividad, innovación y sustentabilidad en los servicios ofrecidos.

La auténtica experiencia turística tiene lugar una vez que el visitante está en el destino e interactúa con y en él: llega, se desplaza a su alojamiento, obtiene información, consume en bares y restaurantes, disfruta del río, compra recuerdos, participa en actividades deportivas, culturales o de ocio, visita monumentos, se moviliza a otros destinos cercanos, pasea por los centros urbanos, etc.

En términos amplios puede decirse que además de la oferta turística en sí, es la gente en estas múltiples interacciones la que va a marcar una diferencia en la experiencia que supone el destino Rosario.

Desarrollar hábitos y conciencia de receptividad al turista por parte del ciudadano es uno de los hilos conductores hacia la valoración del producto turístico consumido. Estos hábitos se generarán a partir de la propia pertenencia al proyecto, la pertinencia y conocimiento del producto y, finalmente, a partir del involucramiento de los actores, lo que garantizará el cuidado del patrimonio, la apropiación de identidad local y la apertura al aprendizaje que supondrá el contacto e intercambio con el turista.

Mirar y admirar a Rosario Con Ojos De Turista, permitirá revalorizar a la ciudad desde la experiencia de enriquecimiento cultural que imprime el turismo y, por sobre todas las cosas, reforzará la identidad como rosarinos en el involucramiento y compromiso.

Este proyecto se enfoca en diseñar actividades,

recorridos, caminatas y city tours para los ciudadanos, con el explícito propósito de observar, conocer, apreciar y admirar la ciudad Con Ojos de Turista. Con ello se pretende minimizar la percepción de los impactos negativos de la actividad que puedan tener los ciudadanos, brindando herramientas para la apropiación de sus impactos positivos.

Objetivos

• Sensibilizar a la comunidad local en la apropiación de Rosario como ciudad turística y en el cuidado de la misma fortaleciendo la identidad.

• Involucrar a la comunidad en los beneficios de una ciudad turística.

• Fomentar la receptividad, cordialidad y hospitalidad hacia el turista.

Actividades

• Realizar campañas de difusión de las ventajas y beneficios del turismo.

• Crear espacios de sensibilización y co-construcción en los que las propuestas sean generadas, analizadas y enriquecidas por los ciudadanos.

• Definir y priorizar circuitos por áreas de interés.

• Plantear los circuitos a ofrecer al ciudadano.

PROGRAMA: Entrenamiento y capacitación

El programa promueve capacitar y profesionalizar los recursos humanos del sector conforme a parámetros de calidad que se fijen para la medición en la prestación de servicios vinculados al turismo.
Incorporar los principios de sustentabilidad ambiental, social y económica en la formación de los actores del sector proveedor de servicios turísticos y en la comunidad local.

PROYECTO: Instituciones educativas

El recurso humano constituye un factor esencial en la cadena de valor de los servicios turísticos y, fundamentalmente, como productor del servicio en tanto que de él depende la percepción por parte del cliente del nivel de calidad.

La profesionalización del sector es uno de los requisitos fundamentales a la hora de generar competitividad y es el espacio propicio para la internalización de la cultura de la calidad definida como eje transversal del presente plan.

Objetivos

• Actualizar permanentemente los programas de estudio de cada institución e incentivar la formación de docentes en competencias técnicas y genéricas en materia de gestión integral de calidad y sustentabilidad en el servicio turístico.

• Lograr que los futuros profesionales incorporen la formación y actualización continua en temáticas estratégicas para el sector.

• Fomentar el desarrollo articulado entre las distintas instituciones educativas y el programa de calidad.

• Promover que las entidades educativas puedan acceder a la propuesta de reconocimiento del programa Calidad.

Actividades

• Relevar e invitar a las instituciones educativas del sector a conocer y participar del proyecto.

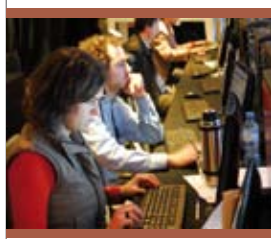
• Investigar acerca de prácticas similares exitosas en otros destinos para adaptarlas, incorporarlas y difundirlas.

• Gestionar la asistencia de entidades públicas o privadas, nacionales e internacionales de especialistas en la materia para la formulación de planes para docentes y alumnos.

• Gestionar acuerdo con las entidades formadoras para brindar la capacitación a sus docentes en estas competencias.

• Gestionar con el Ministerio de Educación de la Provincia de Santa Fe la inserción de los contenidos a la currícula oficial.

• Definir criterios y acuerdos equitativos para la oferta de becas de estudio a jóvenes



PROYECTO: Formación para la excelencia

La capacitación de los recursos humanos vinculados al desarrollo turístico es estratégica al momento de planificar y desarrollar el sector en forma responsable con el entorno del destino. El presente proyecto propone desarrollar entrenamiento y capacitación para los prestadores de servicios al turista, promoviendo la calidad y sustentabilidad.

Los empresarios del sistema turístico, junto con los trabajadores, son sujetos claves y artífices de un cambio en los modelos de producción/prestación de servicios, consumo e inversión. La demanda y crecimiento del mercado del turismo en la ciudad, requiere además que los actores involucrados fomenten la identidad cultural, la conservación del ambiente, las cadenas de valor y la comercialización de productos de calidad competitiva.

Los programas de capacitación y formación se articularán con los responsables del programa Calidad y el proyecto de instituciones educativas vinculadas al sector, de manera de aunar criterios académicos y profesionales que consoliden a Rosario como un destino sustentable.

Objetivos

• Obtener un diferencial de competitividad basado en la calidad y sustentabilidad del servicio.

• Generar un punto de partida tendiente a la mejora continua.
• Promover la responsabilidad social con el destino y la comunidad.

• Propiciar el crecimiento del empleo local.

Actividades

• Identificar las necesidades formativas de capacitación

y profesionalización orientadas a la calidad dentro del sector.

• Establecer qué competencias técnicas (aptitudes) son necesarias para cada actor a los efectos de mantener e incrementar la calidad.

• Definir parámetros de mínima respecto de la calidad de los servicios (punto de partida) y de máxima (meta a lograr) en los programas de capacitación.

• Formular programas específicos de formación y capacitación en los principios de sustentabilidad ambiental, sociocultural y económica.

Línea estratégica

Fortalecimiento de la identidad, marca y posicionamiento

En la actualidad, cuando los entornos son cada vez más competitivos y cambiantes, se torna imprescindible la generación de una marca para nuestra ciudad.

Línea estratégica
Fortalecimiento de la identidad, marca y posicionamiento

MARCA ROSARIO

080 Fundamentación
081 Programa: Marca Rosario Turística
082 Identidad del destino Rosario
084 Estadísticas e Indicadores
088 Plan de Marketing

Fundamentación

Las marcas son un importante instrumento diferenciador, hoy no sólo son aplicables a productos comerciales, sino también a los destinos, influyen en el modo de ver el mundo y en las decisiones de invertir o visitar un sitio en lugar de otro.

Las ciudades necesitan posicionarse a partir de una identificación clara con sus principales características y atributos, elementos que la hacen única ante los ojos de quienes las visitan y viven en ella.

Trabajar en la proyección y posicionamiento de Rosario es fundamental, siempre teniendo en cuenta la identificación que de ella tengan tanto los turistas como los no turistas y los ciudadanos, ya que serán ellos en definitiva quienes transmitan los valores y diferenciales.

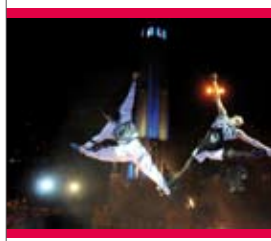
El análisis del entorno se transforma entonces en un factor clave a la hora de definir una marca turística y la estrategia para su implementación.

La estrategia se desarrollará a partir de la investigación y estará basada en aspectos con los que la mayoría de la población se identifique y se sienta especialmente representado.

PROGRAMA: Marca Rosario Turística

La finalidad del programa es definir la identidad de Rosario como destino para lograr el desarrollo innovador del turismo local. Para ello es vital contar con un sistema de estadísticas e indicadores como punto de partida para la sistematización de datos claves y su consecuente seguimiento para la toma de decisiones. Dicho sistema de indicadores estará alineado con el Plan Federal Estratégico de Turismo de la Nación y la Organización Mundial de Turismo.

Asimismo es imprescindible el desarrollo de un plan de marketing que se sostenga en los conceptos de producto, calidad y marca.



PROYECTO: Identidad del destino

El desarrollo de un sistema integral de calidad del destino parte de un proceso de sensibilización y maduración de todos los actores que forman parte de la compleja red de prestadores directos e indirectos del sector turístico. En ese sentido es necesario crear condiciones y normativas que garanticen el cumplimiento de parámetros básicos de calidad para cada una de las prestaciones.

Se debe considerar que el visitante percibe la calidad en forma integral, a través de cada servicio consumido, por tanto los prestadores del sector deben involucrarse en la mejora continua de la actividad, con el fin de satisfacer al visitante, y tener presente que es el turista quien en última instancia fija los parámetros para definir la calidad que dará competitividad al destino.

El Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018 es en sí mismo una apuesta a la cultura de la calidad del destino turístico Rosario, orientado a mejorar la vida de los residentes y la satisfacción del visitante.

Objetivo

• Promover a Rosario como destino turístico competitivo diferenciándose en la calidad, que garantice un crecimiento y desarrollo sostenido de la actividad.

Actividades

• Generar normativa que cimiente el desarrollo turístico local sostenible: promoción, incentivos, fomento, declaración de sector estratégico, etc.

• Promover la regulación del conjunto de actividades, servicios y profesiones que contribuyan a la operatividad del sistema turístico (medioambiental, laboral, inversión pública-privada, educación,

seguridad pública, salud e higiene).

• Establecer un registro de valoración del turista.

• Impulsar la aplicación de diferentes herramientas institucionales de un Sistema Integral de Calidad Turística para el destino Rosario.

• Relevar programas de subvenciones económicas orientadas a la calidad en las actividades turísticas (provinciales, nacionales e internacionales).

PROYECTO: Estadísticas e indicadores

Para convertir a Rosario en un destino turístico sustentable, con visibilidad nacional e internacional, se requiere contar con información que permita comparar este destino con otros ya reconocidos.

Se propone desarrollar un sistema de indicadores para utilizar como insumo en la planificación estratégica.

Este sistema deberá ser compartido con organizaciones públicas y privadas, en un proceso participativo para la toma de decisiones con la mirada puesta en la planificación estratégica y el desarrollo sustentable. En tal sentido, proveerá datos para:

- El diagnóstico.
- La intervención en el territorio mediante la gestión de gobierno, mejorando la toma de decisiones y profundizando las políticas efectivas.
- El monitoreo, evaluación de los cambios y del impacto de los programas y las actividades de gestión.
- La inserción de Rosario como destino turístico en el mercado nacional e internacional.

Del análisis e interpretación de la información se obtendrá:

- Seguimiento de la gestión realizada y verificación del rumbo definido.
- Evaluación del desempeño de áreas y procesos.
- Resultados de los planes de acción.
- Comparación de los resultados con otros destinos competidores.
- Impacto en el destino y en la organización de los cambios de contexto externo e interno.

• Metas que debieran ser replanteadas o reformuladas.

Objetivos

• Generar y sostener un sistema de estadísticas e indicadores como punto de partida en la sistematización de datos claves y su consecuente seguimiento para la toma de decisiones.
Este sistema de indicadores estará alineado con el Plan Federal Estratégico de Turismo de la Nación y la Organización Mundial de Turismo.

• Definir un número adecuado de indicadores, los que deberán:
a.Permitir la medición de aspectos sociales y económicos para atender la complejidad inherente a la actividad turística, insertando a la misma en indicadores macroeconómicos.
b. Facilitar la evaluación del impacto ambiental de la actividad.
c. Evaluar el impacto de la gestión turística, posibilitando adoptar o readaptar medidas.
d. Cuantificar el estado de situación de cada producto turístico: factores de riesgo, capacidad de carga, fortalezas, debilidades y posicionamiento respecto a competidores.

• Aportar precisión en el enunciado de objetivos y metas para poder cuantificarlas.
a. Brindar conocimientos respecto a los nexos entre el turismo y las problemáticas ambientales, económicas, socio-culturales y político-institucionales.
b. Mejorar la toma de decisiones.
c. Favorecer la mejora continua como resultado del monitoreo sistemático.
d. Posibilitar la elaboración de un Mapa de Sustentabilidad Turística de Rosario y un Diagnóstico de Competitividad Relativa de Destinos.

Actividades

• Dimensionar adecuadamente el sistema para conectarlo al Sistema Estadístico del Ministerio de Turismo de la Nación, incorporando los niveles espaciales de análisis.

• Coordinar con profesionales de estadística y del ETUR el flujo continuo de la información para todos los niveles espaciales de análisis.

• Establecer los valores de los indicadores seleccionados para todas las escalas de análisis.

• Obtener las matrices de correlación para los distintos niveles espaciales de análisis.

• Cartografiar los cruces de variables que pudieran resultar más útiles conforme a los fines del Plan Federal de Turismo Sustentable.

• Iniciar un proceso cíclico y continuo de medición-interpretación-intervención-impacto.

• Proyectar los indicadores ampliando el horizonte temporal.

PROYECTO: Plan de marketing

Por tratarse el turismo de un sector vinculado a la prestación de servicios, es importante que tomemos en cuenta algunas de sus características al momento de elaborar el Plan de Marketing Rosario Turística.

Existen particularidades en la prestación de los servicios que los hacen diferentes de los productos tangibles. Los productos son intangibles, variables. La calidad del servicio dependerá de quién lo proporcione, cómo y cuándo, por ello es difícil estandarizar su producción y separarla de las personas que la brindan. De modo que resulta necesario abordar este concepto, no sólo desde una tradicional óptica objetiva, sino también desde un enfoque subjetivo.

En el caso de Rosario como destino turístico surge la necesidad de desarrollar un conjunto de políticas y estrategias de marketing coordinadas que le permita ser realmente competitivo en el escenario regional, nacional e internacional; lograr un adecuado posicionamiento en sus mercados objetivos y diferenciarse de los destinos competidores para generar así una mayor capacidad de atracción.

La ciudad debe ofrecer una experiencia integral basada en la calidad y la diferenciación, aportando mayores niveles de satisfacción y valor emocional a los cada vez más exigentes turistas.

Para lograr este desafío se realizará una revisión de la «Imagen de Rosario» como destino turístico. Es en función de estas consideraciones que se vuelve imprescindible la elaboración de un plan de marketing. Plan que integrará los resultados provenientes de los distintos proyectos.

Objetivos

- Obtener información de la percepción actual de

Rosario como destino turístico.

• Definir las brechas entre la percepción actual y la percepción deseada.

• Delinear las estrategias y acciones de posicionamiento de Rosario como destino turístico.

• Lograr la satisfacción del consumidor brindando máximos beneficios a la comunidad local.

Actividades

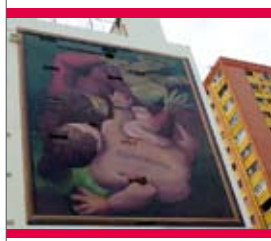
• Analizar estadísticas e indicadores.

• Tomar decisiones sobre estrategia de producto.

• Diseñar un plan operativo de marketing, presupuesto económico, de recursos humanos, técnicos y de tiempos, para cumplir con los objetivos y líneas de acción.

• Generar acciones promocionales direccionadas a mercados y segmentos.

• Recavar nueva información, analizar y corregir acciones.



Organización del **Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018**

El Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable Rosario 2010-2018 propone una organización horizontal del conjunto de instituciones y actores vinculados al sector. Ellos sumaron su experiencia, conocimientos y perfil emprendedor e innovador, comprometidos con el desarrollo sustentable del destino Rosario. Su colaboración tuvo un rol destacado en lo social, lo político y lo económico.

Consejo Directivo Etur
Presidente:
Sr. Héctor L. De Benedictis

Coordinadora General:
Lic. Bibiana Bocca

Directora Técnica:
Sra. Adriana Giromini

Representantes del Ejecutivo Municipal:
Lic. Bibiana Bocca
Lic. Adriana Ercole
Lic. Julia Gutiérrez Oshman

Representantes Concejo Municipal:
Dra. C.P. Clara García
Sr. Alfredo Curi
Sra. Laura Bertotto

Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y afines a Rosario
Sr. Rodrigo Pastor

Asociación Empresaria de Rosario:
Sra. María Eva Orlando

Asociación Argentina de Agentes de Viaje:
Sr. Oscar Vázquez

Federación Gremial de Industria y Comercio:
C. P. Ricardo Lorenzo

La Fundación de la Ciudad Rosario:
C.P. Carlos Cristini

Rosario Convention & Visitors Bureau:
Sra. Graciana Chiesa

ENTE TURISTICO ROSARIO ARGENTINA

MR

MUNICIPALIDAD DE ROSARIO

Instituciones representadas

Aerolíneas Argentinas
Aeropuerto Internacional Rosario
AMMA
Asociación de Amigos de la Peatonal Córdoba
Asociación Empleados de Comercio
Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Afines
Asociación Rosarina de Agentes de Viaje
Asociación Rosarina de Guías de Turismo
Banco Municipal de Rosario
Cámara Hostels Rosario
Centro Cultural Bernardino Rivadavia
Colegio de Abogados
Ente Turístico Rosario
Estación Terminal de Ómnibus
Federación Gremial de Industria y Comercio
Instituto de Desarrollo Turístico
Instituto Gral. Belgrano
Instituto Leloir
Instituto Superior de Hotelería
Instituto Superior Pago de los Arroyos
Instituto Tecnológico Autónomo del Litoral
La Fundación de la Ciudad de Rosario
Museo de Arte Contemporáneo Rosario - MACRO
Monumento Nacional a la Bandera
Museo Municipal de Bellas Artes J.B. Castagnino
Museo Municipal de la Ciudad
Museo de Arte Decorativo Firma y Odilo Estévez
Rosario Convention & Visitors Bureau
Skal Club
Unión Trabajadores Hotelería y Gastronomía
Universidad Abierta Interamericana
Universidad del Centro Educativo Latinoamericano
Universidad Nacional de Rosario

En las distintas instancias participativas han colaborado las siguientes personas:

Abalos, Mari
Abrahan, Norma
Acuña, Sergio
Adamo, Diana
Alonso, Daniel
Angeloni, Gladys
Angiulli, Alfredo
Artale, Diego
Auber, Francisca
Bach, María Candela
Balparda, Carolina
Barboza, Marisa
Barrios, Sergio
Benvenuto, Carlos
Bianchi, Raúl
Bocca, Bibiana
Bocca, José Luis
Boretto, Carolina
Bosetti, Marcela
Brarda, Analía
Carnovale, Natalia
Campos, Ma. de los Ángeles
Carbone, Pablo
Cardozo, Norma
Cardú, Florencia
Ceratto, Fernando
Cereijo, Ramón
Chiesa, Graciana
Cingolani, Luis
Cripezzi, Gladys
Cristini, Carlos
Croppi, Alejandro
Dal Lago, Rolando
Damelio, Raúl
De Benedictis, Héctor
De Jesús, Vanina
De Vito, Diana Maria
Dezorzi, Susana
Díaz Zayas, Liliana
Donadío, Emilio
Ércole, Adriana
Fei, Gastón
Fernández, Gustavo
Fernández, María Laura
Ferreyra, José
Gagliano, Erica
Gamarra, Edgardo
García, Clara
Garo, Raúl
Gaudino, Marcelo
Gayol, Hilda
Gindin, Daniel
Giromini, Adriana
Godoy Pérez, Gabriel
Gómez, Daniela
Greppi, Graciela
Grimblat, Luciano
Guida Brida, Eduardo
Gutiérrez Oshman, Julia
Hernández, Analía
Herrera, Luis
Lanza, Paulo
Lifschitz, Miguel

López Espinosa, Emilio
Lorenzo, Ricardo
Loureiro, Luis
Luna, Miguel
Macat, Graciela
Magnani, Ezequiel
Manasseri, Edelmis
Martín, Bibiana
Martínez, Elbio
Mejías, Alicia
Mori, Gisella
Moscato, Diego
Naranjo, Marina
Nyffenegger, Juan
Orlando, Gina
Pascual, Patricia
Pendino, Luciana
Petrich, Rody
Picatto, Daniela
Pontoni, Silvina
Quiroga, Josefa
Ragazzo, Cristina
Rath, Verónica
Rayón, Julio
Reggiani, Gustavo
Ripari, Eduardo
Risso, Nicolás
Rodríguez, Jorge Raúl
Rodríguez, Miguel
Romero, Gonzalo
Rufanacht, Walter
Sabella, Jesica
Santángelo, Alejandra
Santos, Mariel
Savoretti, Luciana
Scagliola, Mónica
Siryi, Miguel
Stella, Sergio
Stoisa, Mariela
Suárez, Carla Luján
Suiffet, Ana
Tomasini, Georgina
Torcetta, Mariángel
Vannucci, Carlos
Vázquez, Oscar
Viani, Leandro
Villa De Moros, Ángela
Vivas, Pedro León
Werkalec, Daniela
Yadanza, Leandro

Coordinación Técnica del ETuR
Juan Nyffenegger (hasta febrero de 2011)
Héctor De Benedictis (desde febrero de 2011)
Lic. Bibiana Bocca
Lic. Adriana Ercole
Lic. Diana De Vito
Ps. Daniela Picatto
Prof. Marcela Bosetti
Téc. Alejandro Croppi

Colaboradores:
Lic. Norma Abrahan
Lic. Natalia Carnovale
Lic. Leandro Viani

Coordinación de edición
Héctor De Benedictis

Redacción
Lic. Adriana Ercole
Lic. Diana de Vito
Ps. Daniela Picatto
Héctor De Benedictis

Corrección y revisión de textos:
Pablo Makovsky

Fotografías
Silvio Moriconi
Guillermo Turín
Marcelo Beltrame
Daniel Dapari
Franco Trovato
Héctor Rio
Gustavo Fritegotto

Coordinación general de diseño
Silvia Armentano

Diseño gráfico
La pleca estudio - Ileana Bianchi / Juan Leal

Agradecemos especialmente a
Dirección General de Comunicación Social de la Municipalidad de Rosario