

014.39
Informe Final Tomo II
P26pl
II

45770

Plan Estratégico de Turismo – Prov. de Santa Fe

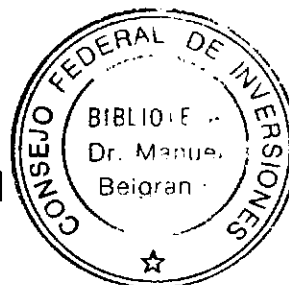
PROVINCIA de SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Título:

**PLAN ESTRATEGICO de TURISMO
2007 - 2016**

Informe: **Informe Final**



Tomo: II (Dos)

Fecha De Presentación: **Mayo de 2007.**

Autor: **Experto Lic. Horacio V. Pozo**

I N D I C E

TOMO: II (DOS)	1
I N D I C E	2
Capítulo 4.....	5
DESARROLLO DE PLANES	5
ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO	5
ESQUEMA DE LOS COMPONENTES DEL PET	6
ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO	6
ACCIONES DE DESARROLLO DE PRODUCTOS	8
DISEÑO DE PRODUCTOS	8
Programa de Desarrollo de Productos	10
Capítulo 5.....	29
A. PLAN DE OFERTA	29
TALLERES PARTICIPATIVOS 2006.....	30
A.2. Programas Específicos	33
ACCIONES.....	33
A.2.1. PROGRAMA: PUESTA EN VALOR DE ATRACTIVOS.....	33
A.2.2. PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	49
A.2.3. PROGRAMA: GESTIÓN AMBIENTAL, DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.....	50
A.2.4. PROGRAMA: FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE SERVICIOS TURÍSTICOS	54
A.2.5. PROGRAMA: REGISTRO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	56
A.2.6. PROGRAMA: EVALUACIÓN Y HABILITACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIONES TURÍSTICAS.....	58
A.2.7. Programa de FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	60

A.2.8. PROGRAMA: MONITOREO DE INFRAESTRUCTURA EQUIPAMIENTO Y EMPRESAS DEL SECTOR.....	65
A.2.9. PROGRAMA: CALIDAD.....	66
CAPITULO 6.....	72
B. PLAN DE DEMANDA	72
B.1. Estrategias:.....	74
B.2. Programas Específicos:	75
A C C I O N E S.....	78
B.2.1. PROGRAMA: MARKETING OPERATIVO	78
Programa B.2.2. Monitoreo Comercial	82
B.2.3. PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	83
CALENDARIO DE ACCIONES PROMOCIONALES	85
Calendario de Ferias y Misiones Internacionales	88
CAPITULO 7.....	94
C- PLAN INSTITUCIONAL.....	94
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS.....	95
C.1. Estrategias.....	95
C.2. Programas Específicos	96
C.2.1. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL A.....	99
C.2.3. PROGRAMA DE FACILITACIÓN.....	100
C.2.4. PROGRAMA DE NORMATIVAS DEL SECTOR	103
PROGRAMAS DE APLICACIÓN TRANSVERSAL.....	106
CAPITULO 8.....	108
PRESUPUESTO.....	108

ANEXOS..... 111

Anexo 1 - Metodología de Evaluación del Turismo en la Provincia de Santa Fe 112

Procedimiento 1. Análisis del Grado de Desarrollo de los Productos y Destinos Turísticos 112

Procedimiento 2. Indicadores de desarrollo Potencial de Productos Turísticos 116

2.1 Atractividad de los productos..... 116

2.2 Potencialidad de los productos 118

Anexo 2 - ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS: 122

Anexo 3 - GLOSARIO PET Santa Fe 128

Anexo 4 - CALENDARIO DE PUBLICACIONES..... 135

Capítulo 4

DESARROLLO DE PLANES

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO

DESARROLLO DE PLANES

Esquema de los componentes del PET



ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE PRODUCTO

En términos ideales, puede asumirse como premisa que todos los productos turísticos alcancen el mayor desarrollo posible. En términos de realidad, deben establecerse prioridades para incentivar el desarrollo de los diferentes productos. Es un desarrollo complejo dado que depende de múltiples factores que deberán trabajarse en forma articulada.

El enfoque metodológico de desarrollo de productos facilita el crecimiento equilibrado y armónico de todos los componentes que conforman la cadena de valor. El hecho de homologar la metodología para el seguimiento de todos los productos

identificados, permite un abordaje uniforme, integral y exhaustivo de cada uno de ellos para la toma de decisiones.

Se entiende por **PRODUCTO TURÍSTICO** al conjunto de recursos naturales, culturales y humanos con capacidad de atracción de visitantes que un área puede ofrecer, complementado por infraestructura y equipamiento de apoyo y promovido por una organización de venta.

El enfoque de diseño de Producto busca:

- Identificar la existencia, potencialidad y estadio de desarrollo de los productos turísticos
- Planificar la generación y crecimiento de nuevos productos turísticos
- Asesorar y acompañar a inversores a fin de realizar emprendimientos con viabilidad técnica, ambiental, económica y financiera que coadyuven a jerarquizar y diversificar la oferta de la Provincia.

Para ello, la Subsecretaría de Turismo realizó un diagnóstico, conforme la metodología detallada en el Anexo 1, que incluye a toda la provincia y que permitió definir la clasificación incluida en el capítulo 2, Situación de los Productos. Con una tabla que contiene todas las modalidades y 44 productos.

En la página Web del Plan Estratégico PET encontrarán todos los detalles del plan con sus “Subprogramas” y periódicamente se incorporarán las actualizaciones y los planes operativos anuales.

Tiene singular importancia la “estrategia de desarrollo de producto”, por considerar la prioridad de los productos para orientar los esfuerzos e inversiones. La visión de largo plazo también contribuye con quienes toman decisiones, permitiendo proyectos por etapas o escalables. Otro aspecto es la integralidad que le da a cada producto previendo todos los aspectos que componen su desarrollo como ser, el diagnóstico del producto en la provincia, las distintas actividades que lo componen, los estándares de calidad que se deben alcanzar, la coordinación y acción que compete a cada municipio, el resguardo del ambiente, el estudio del comportamiento de la demanda, el programa de comunicaciones necesario, el ajuste del sistema de comercialización, y la formación de los recursos humanos.

ACCIONES DE DESARROLLO DE PRODUCTOS

DISEÑO DE PRODUCTOS

Encaramos el desarrollo de producto en el orden provincial, es decir, lo que se hará a nivel global sin referencia a lo local o territorial, que aparecerá en el capítulo de “Plan de Oferta” y que además podrá tener una inclusión en los planes municipales que se formulen. En la columna “Observaciones” encontrarán el subprograma en el que se incluye esta acción, y en las columnas en que se señalan el cronograma de ejecución se rellenarán conforme al presupuesto que se disponga y al plan operativo anual que se vaya determinando, sin olvidar que asimismo el monitoreo de la evolución de la actividad también alimentará la planificación anual.

La metodología de análisis de los atractivos que tiene Santa Fe, su potencialidad y su competitividad nos indica que hay 5 productos prioritarios, Turismo de Negocios, los Congresos y Convenciones, el Turismo Histórico, el Educativo histórico y la Pesca Deportiva. Estos **determinan** que muchas personas viajen a Santa Fe, de allí su importancia.-

El estado tendrá que asumir su papel de conducción del proceso de desarrollo y en ese proceso mostramos en las planillas las acciones y los subprogramas que engloban y reúnen a ellas. La acción promotora, como política de estado debe ser perseverante, constante por años, la inversión turística es de recupero en el largo plazo, pero los datos de los últimos años y los pronósticos indican que es muy importante para generar empleo, que los turistas internacionales dejan divisas como las exportaciones, que diversifica la economía, que al estado le genera recursos por impuestos, que mejora la calidad de vida, que torna rentable la infraestructura social por crecimiento de escala o cantidad de usuarios.-

Por eso el desarrollo de un producto requiere que la autoridad competente realice:

- a) La conceptualización de todas las actividades que componen el producto. Así por ejemplo para ofrecer la pesca es necesario tener caminos de acceso al lugar donde se embarcará el pescador, la bajada de la lancha, servicio de gastronomía, sanitarios, agua potable, energía eléctrica. En el lugar o cerca será

imprescindible alojamiento en cabañas, hostería u hoteles. Las lanchas y sus guarderías y mecánicos y los guías que acompañarán al pescador.-

- b) El estudio de la tendencia del mercado, la cantidad de pescadores, el origen de donde vienen, las tarifas que están dispuestos a pagar y la calidad de servicios que requieren. La cantidad y calidad de los servicios que se ofrecen, los calendarios y la estacionalidad. El cuidado del recurso y el ambiente.-
- c) Coordine y consensúe con el sector privado, que es el prestador de servicios turísticos, las acciones necesarias para el desarrollo del producto cuidando que sea sustentable. Al estado le corresponde la tarea normativa, ejercicio del poder de policía, la construcción de infraestructura vial, energía, agua, cloacas y demás. Al sector privado le corresponde la construcción de alojamiento, prestación de servicio de transporte, gastronomía, recreación, proveer bienes de consumo, recuerdos, artesanías, etc.
- d) Acciones de promoción, aplicando marketing moderno orientado a satisfacer gustos y preferencias de los clientes, cuidando los recursos disponibles, eligiendo bien los segmentos de mercados o nichos donde se dirigen los mensajes. Al estado le corresponde hacer conocer los destinos y productos y a los propietarios publicitar sus servicios.-
- e) La verificación de los sistemas de comercialización del producto. No solo el producto debe ser bueno, y la publicidad hacerlo conocer, sino que también debe haber una organización que lo venda. Empresas y cadenas comerciales existen pero hay que poner los productos en ellas y hacer el seguimiento para ver los resultados. Se trata de una cuestión compleja porque normalmente cualquier producto se comercializa de varias formas en simultaneo.-

Todas estas acciones se realizan en forma simultánea o en secuencia, sin que falten eslabones. Cada actividad tiene un momento y el producto de esta es un insumo para la siguiente. Cada una es imprescindible para el éxito del proceso.-

Santa Fe con este plan estratégico movilizará racionalmente sus recursos, promoverá inversiones, aprovechará los recursos humanos calificados y formados por sus institutos. Esta política de estado impulsará un acelerado proceso de desarrollo turístico.-

Programa de Desarrollo de Productos

Subprograma	Acciones	Observaciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
SOL Y PLAYA	1. Producto Sol y Playa					
	Realización de un diagnóstico del producto Sol y Playa en la Provincia					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Sol y Playa y las distintas modalidades y variantes que existen					
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Coordinar con los Municipios el desarrollo y explotación de este producto	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional				
	Establecer las condiciones de seguridad y Calidad que regularán el Sol y Playa. Certificaciones.	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer los parámetros que permitirán a los prestadores de Sol y Playa calificar como idóneos	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer estándares de calidad de Playas. Promover certificaciones.	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
	Apoyo al sector privado en el desarrollo de la actividad	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Prever normativas de resguardo del ambiente en el cual se desarrollan las actividades	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer las definiciones de los niveles de riesgo de las actividades que se desarrollen Implementar una planilla de estadística mensual, que deberá completar el prestador	Subprograma A.2.8.2. Monitoreo de la Oferta				
	Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el país	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				

	Investigación de las tendencias en promoción, entre otras	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad: Organismos provincial y municipal y privados que representen a prestadores de servicios como hoteleros, transportistas, gastronomía, espectáculos, recreación, otros	Subprograma A 2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo de Aventura	Turismo de Aventura - Todos los Productos					
	Realización de un diagnóstico del producto Turismo de Aventura en la Provincia					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Turismo Aventura y las distintas modalidades y variantes que existen					
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Establecer las condiciones de seguridad que regularán el Turismo de Aventura	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer los parámetros que permitirán a los prestadores de Turismo de Aventura calificar como idóneos	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
	Exigir a los prestadores que demuestren sus conocimientos en las siguientes áreas temáticas teórico - prácticas: Área conceptual y del derecho aplicable; Área del conocimiento del medio; Área de las relaciones humanas; Área de primeros auxilios; Área de ejercicio profesional	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Prever normativas de resguardo del ambiente en el cual se desarrollan las actividades	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				

	Establecer las definiciones de los niveles de riesgo de las actividades que se desarrollen Implementar una planilla de estadística mensual, que deberá completar el prestador	Subprograma A.2.8.2. Monitoreo de la Oferta				
	Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo de Naturaleza Ecoturismo	1. Observación de Fauna y Flora – Ecoturismo					
	Realización de un diagnóstico del producto Observación de fauna y flora en Santa Fe					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el avistaje y ecoturismo y las distintas modalidades y variantes que existen					
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Establecer las condiciones de seguridad que regularán el Eco Turismo y avistajes	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer los parámetros que permitirán a los prestadores de Eco Turismo calificar como idóneos	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
	Formular los Planes de Manejo para cada uno de parques o reservas que se habiliten	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Exigir a los prestadores que demuestren sus conocimientos en las siguientes áreas temáticas teórico - prácticas: Área conceptual y del derecho aplicable; Área del conocimiento del medio; Área de las relaciones humanas; Área de primeros auxilios; Área de ejercicio profesional	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional y Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Prever normativas de resguardo del ambiente en el cual se desarrollan las actividades	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				

	Establecer las definiciones de los niveles de riesgo de las actividades que se desarrollen Implementar una planilla de estadística mensual, que deberá completar el prestador	Subprograma A.2.8.2. Monitoreo de la Oferta				
	Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo de Naturaleza	2. Producto Senderismo					
	Fomentar la comercialización del Turismo de Naturaleza durante todo el año	Subprograma B.2.3.3. Apoyo a las acciones comerciales del sector y Subprograma B.2.3.1. Innovación en la Comercialización				
	Apoyo al sector privado en el desarrollo de la actividad del senderismo	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promuevan el turismo de naturaleza y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	Decreto de Declaración de Interés Turístico Provincial sobre la creación de una red de senderos pedestres en todo el ámbito provincial					
	Recopilación de información relacionada con los senderos pedestres existentes en nuestra Provincia					
	Realización de una prueba piloto en las Áreas de Reserva Jaaukanigás, Isla Rico, Res. Natural Isla del Sol y Res. Ciudad Universitaria en Santa Fe					
	Definición de senderos prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Elaboración de una Propuesta de Desarrollo de carácter holístico en todo el ámbito provincial, fomentando la participación de aquellas personas o instituciones interesadas en el progreso de esta actividad					
	Formación de guías interpretes de paisajismo					

Turismo de Naturaleza	3. Avistaje de Aves		1	2	3	4
	Recopilación de información relacionada con los lugares óptimos en nuestra Provincia para desarrollar esta actividad					
	Elaboración de una Propuesta de Desarrollo de carácter holístico en todo el ámbito provincial, fomentando la participación de aquellas personas o instituciones interesadas en el progreso de esta actividad					
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Convenios con Organismos Nacionales (como Parques Nacionales), CFI, provinciales (como la Dirección de Parques y Reservas Naturales) o privados (como Fundaciones Ornitológicas o Asociaciones relacionadas con la presente temática) para concretar el mejor desarrollo de la actividad	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional				
	Demarcación, diseño y financiación de la infraestructura básica de avistaderos de aves cuando así se requiera	Subprograma A 2.1.2. Puesta en Valor de Atractivos - Turismo de Naturaleza				
	Investigación del comportamiento de la demanda real	Subprograma B.2.2.1 Investigación de Mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo, asociaciones de senderistas, otros	Subprograma B.2.2.2 Investigación de la Competencia				
	Investigación de las tendencias en promoción, entre otras	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad: Organismos públicos y privados que representen a prestadores de servicios como guías, baqueanos, hoteleros, otros	Subprograma A 2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones				
Turismo Rural	Turismo de ESTANCIAS					
	Talleres informativos con productores y referentes municipales, dictando cursos de capacitación	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Capacitación en Gestión de un Emprendimiento de Turismo Rural para productores que ya han iniciado su actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Establecer las condiciones de seguridad que regularán el Turismo Rural	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer los parámetros que permitirán a los prestadores de Turismo Rural calificar como idóneos	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
	Exigir a los prestadores que demuestren sus conocimientos en las siguientes áreas temáticas teórico - prácticas: Área conceptual y del derecho aplicable; Área del conocimiento del medio; Área de las relaciones humanas; Área de primeros auxilios; Área de ejercicio profesional	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Prever normativas de resguardo del ambiente en el cual se desarrollan las actividades	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer las definiciones de los niveles de riesgo de las actividades que se desarrollen Implementar una planilla de estadística mensual, que deberá completar el prestador	Subprograma A.2.8.2. Monitoreo de la Oferta				
	Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				

Relevamiento de establecimientos interesados en realizar la actividad					
Realización de proyectos de cartelería para los establecimientos que formen parte del Registro provincial	Subprograma A.2.1.4. Puesta en Valor de Atractivos - Turismo Rural				
Participación en eventos de promoción y medios de prensa, elaboración de folletería de Turismo Rural	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				
Elaboración de una guía de inversores	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos				
Implementación de encuestas para conocer las características de la demanda	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
Delinear, desde el estado Provincial, aportes financieros para mejoras / nueva infraestructura (alojamiento) de los establecimientos que se consideren viables	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
Desarrollar nuevos productos rurales	Subprograma A.2.1.4. Puesta en Valor de Atractivos - Turismo Rural				
AGROTURISMO					
Realización de un diagnóstico del producto Agroturismo					
Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Agroturismo y las distintas modalidades y variantes que existen					
Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
Establecer las condiciones de seguridad que regularán el Agroturismo	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
Formular los Planes de Manejo para cada uno de parques o reservas que se habiliten	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
Exigir a los prestadores que demuestren sus conocimientos en las siguientes áreas temáticas teórico - prácticas: Área conceptual y del derecho aplicable; Área del conocimiento del medio; Área de las relaciones humanas; Área de primeros auxilios; Área de ejercicio profesional	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional y Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				

	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo de Deportes	1. Producto Pesca					
	Encuesta evaluación de la temporada a prestadores de servicios turísticos en distintos ámbitos de la Provincia	Subprograma B.2.2.1. Investigación de mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Investigar las tendencias en promoción, Planificar y ejecutar campaña integral de promoción	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos				
	Jerarquización y capacitación del cuerpo de guardafaunas (conocimientos generales de la Provincia, Información Turística, primeros auxilios, inglés,)	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Capacitación a Guías de Pesca Deportiva	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Habilitación y matrícula de los guías de pesca de la Provincia de Santa Fe	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Reglamentar la figura del guardafauna honorario	-				
	Participación en la puesta en vigencia del Tratado Regional de Pesca Sustentable y elaboración de las reglamentaciones relacionados con la actividad. Políticas que aseguren la sustentabilidad del recurso.	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional				
	Relevamiento de pesqueros y accesos					
	Participación en la determinación de accesos a áreas de pesca deportiva, comercial y reservas estrictas.	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional				
	Tratar la política de siembra de peces en lagunas y ríos en Acuerdos con la Dirección de Fauna.					
	Gestión para el monitoreo de los efectos que produce la pesca en el ambiente	Subprograma C.2.3.2. Concertación Provincial, Regional. Preservación de recursos naturales				

Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promocionen la pesca deportiva y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
2. Producto Caza Mayor y Menor					
Relevamiento de Prestadores de la actividad en todo el ámbito provincial	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
Encuesta evaluación de la temporada a prestadores de servicios turísticos en distintos ámbitos de la Provincia.	Subprograma B.2.2.1. Investigación de mercado				
Investigación de Mercado Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo					
Gestión con prestadores y propietarios de cotos para blanquear la oferta, reestructurar, actualizar, y Reorganizar					
Apoyo al sector privado para el desarrollo de la actividad	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promocionen la pesca deportiva y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promocionen la pesca deportiva y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
3. Producto Golf					
Relevamiento de Canchas de Golf en todo el ámbito provincial					
Encuesta evaluación de la temporada a clubes y prestadores de servicios en distintos ámbitos de la Provincia.	Subprograma B.2.2.1. Investigación de mercado				
Investigación de Mercado Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
Gestión con prestadores y propietarios de cotos para blanquear la oferta, reestructurar, actualizar, y Reorganizar					
Apoyo al sector privado para el desarrollo del Golf y coordinar circuitos y torneos	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promocionen la pesca deportiva y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

	Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promuevan la pesca deportiva y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
--	--	---	--	--	--	--

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo Contempla- tivo	Excursionismo					
	Investigación para el desarrollo de circuitos y puesta en valor de recursos turísticos					
	Comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Diseño de nuevos Circuitos Turísticos, y Corredores especialmente para la temporada de invierno, aprovechar los Corredores al Norte a Iguazú y el bioceánico	Subprograma A.2.1.5. Puesta en Valor de Atractivos - Turismo Contemplativo				
	Diseño de circuitos fluviales por el Río Paraná	Subprograma A.2.1.5. Puesta en Valor de Atractivos - Turismo Contemplativo				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo Cultural	Turismo HISTORICO					
	Proyecto de desarrollo del Turismo histórico como producto prioritario					
	Realización de un diagnóstico del producto Turismo Histórico en la Provincia					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Turismo histórico y las distintas modalidades y variantes que existen					
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Formular proyectos de puesta en valor de los atractivos, jerarquizarlos, agregar centros de interpretación equipados con películas y audiovisuales y otros recursos					
	Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
	Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Prever normativas de resguardo del patrimonio Histórico tangible e intangible.	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4 Publicidad y Promoción de Ventas				
	Turismo URBANO					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Turismo URBANO y los distintos atractivos y variantes que existen					
	Fortalecer la imagen de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar	Rosario, Santa Fé, Rafaela, Reconquista				
	Formular proyectos de puesta en valor de los atractivos, jerarquizar, y recuperar					
	Coordinar con el Municipio y los prestadores las acciones de desarrollo del destino					

Promover actividades y servicios recreativos, Parques temáticos, culturales, deportivos, Salud, grandes eventos, Musica, tango, idioma					
Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
Asesoramiento y Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
Prever normativas de resguardo del patrimonio Arquitectónico, Histórico, Cultural tangible e intangible.	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
Investigar el comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
Apoyo al sector privado para el desarrollo del Turismo Urbano y coordinar acciones.	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
Plan de comunicaciones integrales: Publicidad, folletería, asistencia a eventos que promocionen las ciudades y visitas de periodistas de revistas especializadas	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
Turismo RELIGIOSO					
Priorizar las fiestas a desarrollar. Asesoramiento en el proceso de desarrollo de las mismas					
Desarrollar la diversidad potencial de la imaginaria y artesanías					
Investigación del comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el país	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
Turismo ÉTNICO					
Priorizar una selección de comunidades de inmigrantes que resulten viables para trabajar. Aprovechar los hermanamientos					
Identificación de ideas fuerza y asesoramiento en el proceso de desarrollo de las mismas					
Apoyo institucional (promoción, recursos económicos) para asegurar la viabilidad de los proyectos	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				

Llevar adelante el programa completo de capacitación en distintas comunidades, que incluye los módulos: introducción al turismo, calidad en la atención, buenas prácticas de manufactura, técnicas de guiado, marketing y comercialización, pautas para el diseño de áreas de acampe, diseño de proyectos de inversión, conservación del patrimonio	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
Comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
Conformación de una Red de Comunidades que conformen un Circuito organizado y un producto atractivo	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional				
Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
Circuitos PRODUCTIVOS y GASTRONOMÍA					
Priorizar los circuitos y rutas productivas identificando actividades y establecimientos dignos de ser vistos. En particular rutas alimentarias y la gastronomía asociada					
Asesoramiento en el proceso de desarrollo de las mismas					
Investigación del comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. I Investigación de Mercado				
Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
Conformación de Redes de Prestadores para el desarrollo de las rutas de gastronomía regional	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional				
Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
FIESTAS POPULARES y ARTESANIAS					
Priorizar y categorizar las fiestas a auspiciar turísticamente. Asesoramiento en el proceso de desarrollo de las mismas					
Desarrollar la diversidad y potencial de las Fiestas populares					
Investigación del comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				

	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el país	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Promover la Artesanía autóctona preservando patrimonio y fortaleciendo la oferta cultural	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Asociar la Artesanía a los demás productos turísticos de la provincia	Convenios				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo Educativo	TURISMO EDUCATIVO					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Turismo Educativo y las distintas modalidades y variantes que existen: Histórico, Tecnológico y de Naturaleza.					
	Definición de lugares prioritarios y potenciales a desarrollar					
	Establecer las condiciones de seguridad que regularán el Turismo Educativo	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				
	Desarrollar el Turismo Educativo en	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	Comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

	Turismo ESTUDIANTEL					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Turismo Estudiantil					
	Apoyo al sector privado para el desarrollo del Estudiantil y coordinar acciones con el Municipio.	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Capacitación de los diferentes actores que participan tanto directa como indirectamente en el desarrollo de la actividad	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	Turismo IDIOMÁTICO					
	Conceptualizar las diferentes actividades que componen el Turismo que busca aprender la lengua española					
	Apoyo al sector privado para el desarrollo del Servicio y coordinar acciones con las instituciones educativas.	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Investigación del comportamiento de la Demanda Real	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y Subprograma B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	Establecer las condiciones de seguridad que regularán la modalidad	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Establecer estándares de calidad	Subprograma B.2.9.4. Diseño de Indicadores de Calidad de los Recursos Turísticos				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo Científico	ARQUEOLOGICO					
	Continuar el Desarrollo de Santa Fe La vieja en Cayastá.					
	Desarrollar todos los Proyectos posibles donde haya patrimonio arqueológico e histórico para recuperar y poner en valor.					
	Proyectos de puesta en valor de los recursos arqueológicos de la provincia					
	Insertar este producto en el excursionismo, el turismo urbano, y el Educativo histórico					
	Capacitación de los prestadores de servicios turísticos y de los guías turísticos y de sitio.	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad.	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
Turismo de Salud	TERMAL Y SALUD					
	Desarrollar Proyectos Turístico Termal en	San Javier y Melincué				
	Desarrollar un Proyecto de Turismo Salud, SPA y relax para todos los Centros turísticos					
	Generar información estadística sobre datos de Demanda actual y Potencial (Cuantitativa y Cualitativa) que sirva como insumo para determinar la importancia relativa de la actividad	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Gestionar Plan integral de marketing: estratégico y operativo	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	Capacitación de los prestadores de servicios a nivel operativo y gerencial					
	Generar normas que reglamenten la actividad Termal	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad.	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

MEDICINA SALUD Y BELLEZA						
Desarrollar un Proyecto de Turismo Salud, SPA y relax para todos los Centros turísticos						
Generar información estadística sobre datos de Demanda actual y Potencial (Cuantitativa y Cualitativa) que sirva como insumo para determinar la importancia relativa de la actividad	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado					
Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia					
Gestionar Plan integral de marketing: estratégico y operativo	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas					
Capacitación de los prestadores de servicios turísticos a nivel operativo y gerencial						
Generar normas que reglamenten la actividad de Servicios de Salud y relax	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales					
Programa de comunicaciones integrales de la actividad.	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas					

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
CONGRESOS Y CONVENCIONES						
	Relevamientos de salones y hoteles en todo el ámbito de la Provincia					
	Idear propuestas para mejorar la Estacionalidad en Rosario, Santa Fe, Rafaela, Reconquista, Firmat y Venado Tuerto.					
	Generar información estadística sobre datos de Demanda Actual y Potencial (Cuantitativa y Cualitativa) que sirva como insumo para determinar la importancia relativa de la actividad	Subprograma B.2.2.1. Investigación de Mercado				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Capacitar a Técnicos de Organismos oficiales y del sector privado para mejorar la capacidad operativa y calidad de servicios.	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Capacitar en Organización de Eventos	Subprograma A.2.7.4. Capacitación por Línea de Producto				
	Apoyo al sector privado para el desarrollo de Centros de convenciones y hoteles, Infraestructura y Servicios.	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				

Turismo de Interés Especial	Generar normas que reglamenten la actividad	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	CRUCEROS POR EL RIO					
	Desarrollo de un proyecto de prestación del servicio de crucero por el río					
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Apoyo al sector privado para la puesta en funcionamiento	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Coordinar con los distintos organismos con jurisdicción en el servicio	Subprograma C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad.	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	TURISMO DE NEGOCIOS					
	Coordinar con el Sector privado la explotación de esta modalidad	Rosario				
	Coordinar con el Sector privado la explotación de la modalidad agronegocios y maquinarias	Firmat, Casilda, Rafaela El Trébol, ... Reconquista				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Apoyo al sector privado para el aprovechamiento turístico del viajero de negocios	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad.	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	TURISMO DE INCENTIVOS Y COMPRAS					
	Coordinar con el Sector privado la explotación de esta modalidad	Rosario				
	Coordinar con el Sector privado la explotación de la modalidad agronegocios y maquinarias	Firmat, Casilda, Rafaela El Trébol, ... Reconquista				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Apoyo al sector privado para el aprovechamiento turístico del viajero de negocios	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				

	Programa de comunicaciones integrales de la actividad.	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	PARQUES TEMÁTICOS					
	Impulsar la construcción de un gran parque temático que exprese la historia, la naturaleza y las etnias y la cultura	Localización a decidir				
	Impulsar la construcción de dos o tres Parques temático que complementen los atractivos de la provincia	Localización a decidir				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Apoyo al sector privado para el aprovechamiento de este recurso turístico.	Subprograma C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial				
	Generar normas que reglamenten la actividad En especial la seguridad	Subprograma C.2.4.1. Creación de Normas Legales				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				
	PARTIDO DE FÚTBOL Y AUTOMOVILISMO					
	Fomentar el aprovechamiento de estos grandes eventos para atraer turistas que vengan por varios días y con buen gasto diario					
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Recopilación de información relacionada con la comercialización de esta actividad en el mundo	Subprograma B.2.2.2. Investigación de la Competencia				
	Coordinar con el Sector privado la explotación de esta modalidad	Rosario, Santa Fe, Rafaela.				
	Programa de comunicaciones integrales de la actividad	Subprograma B.2.1.1. Promoción de Productos y B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas				

Capítulo 5

A. PLAN DE OFERTA

TALLERES PARTICIPATIVOS 2006

El Plan de Oferta fue formulado con Aportes de los participantes de los 5 Talleres realizados en:

1. Santa Fe el 31/10/06,
2. Rosario el 1/11/06,
3. Reconquista el 22/11/06,
4. Melincué el 30/11/06 y
5. Rafaela el 1/12/06

Listas de participantes:

TALLER DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ:

NOMBRE	ENTIDAD	TEL (0342)-	MAIL
Norberto Verde	Presidente Asoc Empresaria		
Carlos Fertonani	Bureau SF		
	Secretario Asoc Empresaria		
Bernardita Zeballos	Dir Tur Municipal- Presidente de SAFETUR		
Esmeralda Ronchi	Asoc de Guias de turismo.		
N. Bustamante	Bureau de Congresos SF		
Analia Lobato	AAVSF Asoc Agt de Viajes		
Juan Gonzalez	Dir Turismo Social		
Jorge Cinquini	Dir Gral de Turismo		
Carlos Scalzotto	Administrador gral de Gobierno		

TALLER DE ROSARIO:

NOMBRE	ENTIDAD	TEL (0341)-	MAIL
Juan Nyffenegger	Presidente ETUR Ente Turismo Rosario		
Lic Maria Ofelia Polito	Asoc Hotelera Gastr. Rosario		
Carolina Soromello	Municipalidad de San Lorenzo		
Hugo Pellegrini	Municipalidad de Puerto Gral San Martin		
Adriana Ercole	PEM Plan Estrat Metropolitano		adrianaercole@yahoo.com.ar
Sra Laura Galitelli	ARAV, Agt Viajes	4262640	
Analia Brarda	Instituto Univ Abierta Interam.		
Diego Carrizo	Municip Granadero Baigorria		
Raul Bertone	Subsecretario		
Carlos Scalzotto	Adm de gobierno		
Jorge Cinquini	Dir Provincial		

TALLER DE RECONQUITA:

NOMBRE	ENTIDAD	TEL (03482)-	MAIL
ROQUE CHAVEZ	Asoc. De Rescate Villa Guillermina	(03482)-15588195	roque@ltoscas.com.ar
PABLO OVANDO	Secretario Cámara de Guías de Pesca Reconquista	(03482)-15596933	pabloovando@yahoo.com.ar
CARLOS TORTOL	Reconquista	1554- 0196	
JORGE CHAVEZ (pwt)	Villa Ocampo	(03482)- 467354	jorgechavez@vocampo.com.ar
CLAUDIA DÍAZ	Las Toscas	(03482)-15541232	claudia_ltoscas@hotmail.com
DOMINGA C. PELOZO	Inter. Pueblos Forestales Biblioteca Popular V. Ana (Villa Ana)	(03482)- 420029/ 15638937	chelapelozo@yahoo.com
LUIS MARTINEZ	Cto. Ind. Y Com. Reconquista	(03482)- 429690/ 429687	che-roga@arnet.com.ar
JOSÉ P. CASTAÑO	Guía Ecoturismo Pro supervivencia en Cia. Fta.	(03482)-15408487	josepecho@arnet
SERGIO LAROSA	Guardaparque APN	(03482)-15408838	Sal5669@hotmail.com
FRANCISCO CORGNALI	ISPI N° 4027 Director	(03482)-480728/ 496025	Francis@trenet.com.ar
MARIA ISABEL LOPEZ	ISPI N° 4027 Doc. Tur.	(03482)- 423187/ 496025	pasadel@trenet.com.ar
RODOLFO VICTOR MARTINEZ	Asoc. De Rescate de la Cultura Forestal	(03482)- 475190/ 15541294	
ADOLFO L. ESPINDOLA			estudios@trenet.com.ar San Martín 1141
JOSÉ C. ODOSSO	Agencia de Turismo	(03482)- 420636	osiap@arnet.com.ar
BRUNO SUPLE		(03482)-15541697	contacto@losbrunos.com.ar
MARIANELA MOSCHÉN	Lic. En Admis. Rural y Agroindustrial	(03482)- 481443	mcmoschen@yahoo.com.ar marianelan@losamores.com.ar
ARQ. RENÉ R. MUCHIUT	Director Turismo Municipalidad de Reconquista		turismo@reconquista.com.ar produccion@reconquista.com.ar

TALLER DE MELINCÚE

NOMBRE	ENTIDAD	TEL	MAIL
Oscar Pernigotti	Intendente Melincué		
Damian Cesare	Melincué		
Jessica Cabrera	Melincué		
Osvaldo Crespi	Melincué		
Claudia Rosenthal	Melincué		
Maria Fernanda Pericich	Elortondo		
Alicia Ledesma	Rosario –Consultora		
Blanca Bellotto	Comuna de Alcorta		
Marina Diaz	Comuna de Alcorta		
Marcelo Lombardo	Venado Tuerto		
Liliana Olivari	Venado Tuerto		
Emilio del Carlo	Venado Tuerto		
Mazna Blues	Venado Tuerto		

TALLER DE RAFAELA

NOMBRE	ENTIDAD	TEL (03482)-	MAIL
Herrero Miguel			miguel@hym.com.ar
Dalmaso Esteban			estebandalmaso@ciudad.com.ar
Dominguez Gladis			ogafa@vilnet.com.ar
Socetti Carlos			casdeporte@hotmail.com
Scala Maria Rosa			mrscale@rafaela.inta.gov.ar
Eduardo Eberhardt			eduardoeberhardt@arnet.com.ar
Gusman Walter			
Zurvera Alcides			Losolivos2@arnet.com.ar
Analía Zapatero			analiazapatero@hotmail.com
Andrea Belinde			turismorafaela@ciudad.com.ar
Mario Charneski			reservas@hotelgcampoalegre.com
Hugo Berardi			reservas@hotelplazabenhur.com.ar
Javier Dellamonica			javierdellamonica@yahoo.com.ar
Monica Garrappa			mgarrappa@rafaela.gov.ar
Ireneo Bolatti			
Mario Rossini			concejalesrafpj@yahoo.com.ar
Fernando Camusso			fcamusso@yahoo.com.ar

A. PLAN DE OFERTA

A.2. Programas Específicos

ACCIONES

A.2.1. PROGRAMA: PUESTA EN VALOR DE ATRACTIVOS

Este programa apunta a poner en valor, es decir a convertir un atractivo en un producto turístico que este disponible y accesible para cualquier turista que desee disfrutarlo, que lo pueda contratar por algún medio comercial. Los atractivos se encuentran en diferente estado, a algunos les falta algún componente o atributo a otros les falta todo. No estamos haciendo la planificación de una ciudad que se construirá en un desierto, sino que estamos proponiendo el plan de acciones que a partir de lo existente mejorará la oferta, y en forma rápida aumentará la cantidad de visitantes que utilizarán la oferta de servicios, o mejorará la rentabilidad. En algunos casos se busca dar nuevos atractivos o productos a un destino, en otros casos se busca mejorar el rendimiento económico de lo que ya existe y en otros casos resolver problemas que constituyen barreras al crecimiento o conflictos.-

Para confeccionar este listado de acciones, se trabajó con los actores en talleres y se analizó cada uno de los productos para cada localidad. No se trata de un listado caprichoso sino que es producto del conocimiento y la experiencia, del sentimiento de lo que aspiran y necesitan y todo coordinado con los ejes estratégicos del plan provincial.-

Por delante queda desarrollar los proyectos correspondientes a cada acción, siendo los niveles habituales: Perfil, Perfil con detalle, Prefactibilidad y Factibilidad.

No se consignaron las cruces representativas del año de ejecución, por indicación de las autoridades dejando supeditado a decisiones posteriores.

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	Años			
			1	2	3	4
A.2.1.1. Turismo de Sol y Playa	Equipamiento de Playa. Boyado y guarda vidas. Parador, gastronomía, sanitarios, sillas. Energía eléctrica, agua potable, Alojamiento, Activ recreativas en playa por edades. Activ. Recreativas de noche. Deportes náuticos					
	Playas del Corredor de la Costa	Darle identidad y diferenciación a cada una e integrarlas en el corredor				
	Playas en Reconquista Terminar el complejo que tiene buen proyecto	Reconquista				
	Mejorar camino de Accesos a playas	Villa Ocampo				
	Playas del Camino Real	Darle identidad y diferenciación a cada una e integrarlas en el corredor				
	Playas de Rosario	Muelles, estacionamiento para micros, sanitarios, seguridad, baños, salud				
	Piletas flotantes. Resuelven el problema de crecientes del río	Santa Fe				
	Playas de Santa Fe de la Vera Cruz	Refulado de arena				
	Playas de Santa Fe Costanera Este y Oeste	Refulado de arena y mejoramiento general				
	Santa Fe Playa Grande mejoramiento					
	Parque acuático en la zona de playa	Santa Fe				
	Embarcación para excursiones con puerto en zona de playa	Santa Fe				
	Vuelo a vela, kitesurfing, Parapente	Santa Fe. Promoverlos				
	Reconstruir la Isla y Playas Costa Sur Equipamiento completo e infraestructura. Tratamiento de efluentes	Laguna Melincué				
	Deportes náuticos y Embarcadero	Laguna Melincué				
	Boyado, mejorar camino acceso a playa. Propuestas de Actividad. Recreativas. Promoción de deportes náuticos.	Villa Ocampo.				
	Parque acuático en Rafaela	Para la región y el Turismo Estudiantil				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.2. Turismo de Aventura	Proyecto de complejo de Tur. aventura Arbolismo, rapel, canotaje	Romang				
	Proyecto de Desarrollo Canotaje y aventura en Arroyo Los Amores	V. Guillermina				
	Escalamiento urbano en Rosario					
	Sendero para bicicletas en	Santa Fe, Rosario Costanera Central Melincué				
	Bicisendas y espacios reservados para city tour en bicicletas	Rosario				
	Proyecto de Desarrollo en Santa Fe	Boteros de Alto Verde				
	Puesta en valor de Islas frente a Santa Fe, Paradores y sanitarios.	Parque temático Paradores y servicios Circuitos con guías baqueanos, Cartas de navegación				
	Puesta en valor de Islas	Isla Rosita frente a San Lorenzo				
	Puesta en valor de Isla San Vicente	Villa Ocampo				
	Puesta en valor de Islas	San Jerónimo y la Fuente, zona de Reconquista				
	Laguna Setúbal (Sta Fe)	Para actividades náuticas				
	Desarrollo Tur aventura de la Ruta de la Costa, cabalgata, trekking, bicicross, canotaje, Cuatriciclos	En Cinco pueblos				
	Desarrollo de Complejo de Tur. Aventura, cabalgata, trekking, bicicross, canotaje, Cuatriciclos	Melincué				
	Crear un complejo Turístico de Aventura, canotaje, cabalgata, bicicros, arbolismo, en Laguna del Hinojo	Venado Tuerto				
	Puesta en valor y preservación de islas De los Flamencos y De los conejos	En Laguna Melincué				
	Señalización en Islas	Santa Fe, V. Ocampo				
	Señalización Corredor de la Costa	En ejecución (SECTUR)				
	Parapente	Venado – Firmat, Alvear, Rosario – Santa Fe, Romang. Rafaela ruta 13. Melincué				
	Planeadores	Rafaela				
	Desarrollo de canotaje	Parana Mini Villa Ocampo				
	Apoyo a travesías de 4x4 y cuatriciclos	V. Ocampo				
	Canotaje en ríos interiores: Cartas de navegación, refugios, paradores, accesos.	Salado, Carcarañá, Coronda., San Javier Lagunas, Riachos del Paraná				
	Canotaje en ríos: Cartas, refugios, paradores, accesos.	Paraná, San Jerónimo y Correntoso. Zona Recong.				
	Sendero de Trekking	Romang, Melincué				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.3. Turismo de Naturaleza- Ecoturismo	Desarrollo de una aldea ecológica en	Isla Ibirá Pitá (Reconqta) y Reserva de la UNL				
	Desarrollo de una granja ecológica	Rafaela				
	Construcción de pasarelas y miradores	Reserva Jaaukanigás				
	Construcción del Museo Jaaukanigás	Reconquista				
	Determinación del plan de manejo y acciones de puesta en valor que faciliten el acceso y que a su vez preserve el patrimonio natural.	Reserva Jaaukanigás				
	Construcción de pasarelas y miradores	En islas y Reserva UNL Rsv ecológica costanera Este –Santa Fe. En pilotes de la Lag Setúbal				
	Profundizar la gestión de creación del Parque Nacional Isla El Rico y promover otros proyectos.-					
	Desarrollo turístico de Área de Islas	Islas frente a Rosario				
	Desarrollo turístico de Área de Islas. Crear circuitos con diversas actividades	Frente a Pto Reconquista				
	Puesta en valor de la zona costera del río Paraná	Rosario				
	Puesta en valor de la Laguna el Hinojo V Tuerto con miradores, pasarelas, instalaciones y equipamiento	Venado Tuerto				
	Programa de Ecoturismo escolar	Santa Fe de la Vera Cruz, Rosario, Rafaela y Melincué				
	Desarrollo turístico del Río Carcarañá	Formular el proyecto integral tomando el río como articulador.-				
	Puesta en valor de comunidades Isleñas	V. Ocampo				
	Planificar utilización turística de la obra Puente Reconquista Goya					
	Puesta en valor de 70.000 hectáreas en islas fiscales del río Paraná	Tomando las que tengan aptitud por paisaje o valor ecoturístico				
	Senderismo					
	Sendero en Reserva Univ N Litoral UNL	Optimizar				
	Sendero de Granja la Esmeralda	Optimizar				
	Sendero de la reserva de Jaaukanigás	Zona de Reconquista o Avellaneda				
	Sendero de Fauna y flora local	Rosario				
	Sendero de Fauna y flora local	Melincué				
	Sendero de Fauna y Flora local Ruta del Tanino Cuña Boscosa	Pueblos Forestales				
	Sendero de Monte nativo (Cuña Boscosa) trekking, cabalgata y carros tradicionales (cachapé)	Pueblos Forestales				

	Sendero Palmeral (Pueblos Forestales)	Villa Guillermina				
	Red de senderos locales y de pequeño recorrido. Consiste en el señalamiento e interpretación de su oferta turística mediante cartelería y resoluciones arquitectónicas varias	Optimizar en Santa Fe Safetur tiene material.- Rosario				
	Sendero Bosquecito "Norberto Besaccia"	Rafaela				
	Avistaje de Aves					
	Proyecto de Avifauna en Áreas Naturales Protegidas convenio con el CFI experto Japonés	En ejecución				
	Producto Avistaje de Aves y Trekking en (señalización de su acceso, cartelería informativa e interpretativa, diseño de distintas obras de equipamiento e instalaciones, material promocional)	Aprovechar los Boteros de Alto Verde				
	Producto Avistaje de Aves Formación de guías de avistaje de aves organizado para todo el norte.	Para el Monte nativo, Bajos submeridionales, Cuña Boscosa (Pueblos Forestales)				
	Producto Avistaje de Aves y Trekking (señalización de su acceso, cartelería informativa e interpretativa, diseño de distintas obras de equipamiento e instalaciones y material promocional)	Corredor de la Costa				
	Contactar con los clubes de Avistadores para orientar el desarrollo de oferta					
	Desarrollar Avistaje de fauna embarcado	Zona Reconquista				
	Construir Mirador de Fauna	Granja la Esmeralda -StaFe Terreno amigos de la costa en San Lorenzo				
	Construir Mirador de Fauna	Avellaneda				
	Construir Mirador de Flamencos y aves	Melincué				
	Producto Avistaje de Aves y fauna en El Camino del Tanino	Montes nativos, Bajos submeridionales, Cuña Boscosa-Pueblos Forestales				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.4. Turismo Rural	Puesta en valor de Estancias del Sur (Señalización homogénea y material promocional), observación de aves, interpretación de fauna y ambiental, visita a establecimientos, cabalgatas, actividades de granjas, otros	Estancia San Miguel de Camino Aldao				
	Puesta en valor de los "Pueblos Rurales"	Matilde, Roca y Estación Roca, Godoy y Morante, Colonia Medici y Arroyo Leyes, Moussy				
	Puesta en valor agroturística de establecimientos para apreciar los sistemas productivos.	Cuenca lechera, Ruta del Queso - Rafaela				
	Puesta en valor agroturística de establecimientos para apreciar los sistemas productivos.	Alfajor Santafesino,				
	Puesta en valor agroturística de establecimientos de la Cuenca lechera Santa Fe - Córdoba lomas grande de Latinoamérica para apreciar los sistemas productivos	Proyecto Regional de la Región Centro.				
	Puesta en valor agroturística	Rosario al Sur y Rosario al Oeste				
	Puesta en valor agroturística de varios establecimientos y lagunas de la microregión Venado, Firmat y Melincué	Venado Tuerto, Firmat y Melincué				
	Puesta en valor del "Circuito Agroturístico" con Señalización homogénea y material promocional), establecimientos para apreciar los sistemas productivos. Corredor de observación de aves, interpretación histórica y ambiental, visitas a lugares de interés, cabalgatas,	Grupos Cambio Rural: Sunchales - Humberto 1º - Ramona - Moisés Ville, Ataliva, Las Palmeras, Palacios, Saguier, Lehrmann, y otros.				
	Puesta en valor "Circuito Agroturístico" de Fabrica de dulces, Ingenio azucarero, papeleras	Villa Ocampo				
	Puesta en valor de las estancias de la zona Forestal					
	Promover la promoción ajustada a los servicios que se prestan.					

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
	PESCA DEPORTIVA					
A.2.1.5. Turismo de Deportes	Protección de los recursos ícticos del Río Paraná y los demás que forman el sistema hidrológico que albergan a la fauna íctica, mediante la legislación, ejercicio del poder de policía para el cumplimiento de las normas con recursos humanos y medios materiales suficientes.					
	Señalización de todos los pesqueros Consiste en la señalización e interpretación de su oferta turística mediante cartelera y resoluciones arquitectónicas varias					
	Equipamiento básico de un pesquero: Bajada de lanchas, guardería con combustible y serv mecánico, Sanitarios, Alojamiento, gastronomía, Camino acceso, Energía eléctrica, agua potable. Preservación ambiental	Mejorar todos los pesqueros existentes				
	Desarrollo turístico Área de pesca con devolución	Reglamentar los riachos del Paraná solo para pesca con devolución				
	Protección de los recursos ícticos	Río Paraná	x			
	Reglamento de Pesca Unificado con todas las provincias del Litoral	Proyecto ya iniciado por el PE.				
	Crear un cuerpo de Guardafaunas para recursos ícticos y demás especies	Para toda la provincia				
	Pileta didáctica para la práctica de niños en pesca y devolución					
	Programa de concientización escolar de preservación de la fauna íctica					
	Puesta en valor de pesqueros	Villa Ocampo, Las Toscas Avellaneda. Reconquista Romang, Alejandra, San Javier, Saladero Cabal, Colonia Macia, Helvecia, Arroyo Leyes, Cayastá, Coronda, Puerto Gaboto, Rosario, V. Constitución.				
	Puesta en valor de pesqueros	Laguna El Hinojo –Venado Tuerto				
	Construcción de Bajada de lanchas	En Santa Fe Costanera Este y la Oeste Completar todo el corredor. Calle Urquiza -San Lorenzo Y en Rosario				
	Promover o construir Cabañas en:	Polideportivo Municipal San Lorenzo. Timbúes. Polidep Puerto Gral San Martín Granadero Baigorria Reconquista, Avellaneda, Paraná Mini V Ocampo, Romang				

A.2.1.5. Turismo de Deportes	Creación de un Acuario de río	En Zona Puerto Deportivo Reconquista y Santa Fe de la Vera Cruz				
	GOLF					
	Abrir al uso de Turistas las Cancha de Golf existentes	Hay en Santa Fe. Reconquista Rosario Rafaela, Venado T y Firmat				
	Promover construcción cancha de golf	Melincué				
	CAZA - Actividad Cinegética					
	Puesta en valor de escenarios para Caza	En las zonas aptas de toda la provincia				
	Promover la organización de Cotos de caza de especies exóticas	En las zonas habilitadas				
	Promover la organización de empresas de caza	En las zonas habilitadas				
	Avanzar en la reglamentación asegurando la sustentabilidad del recurso, infraestructura y servicios.					
	ATLETISMO					
	Aprovechar las ventajas del nivel alcanzado por el atletismo	Santa Fe tiene uno de los 8 IAF del mundo. Reconquista tiene pista				
	Desarrollar un marketing especial	Sinergia deporte- turismo				
	Formar profesionalmente a los organizadores de los eventos					
	DEPORTE					
	Aprovechar las ventajas que proporciona el nivel de sus deportistas a nivel mundial NBA, boxeadores, futbolistas, Automovilistas y Corredores de motos, Golfistas	Tanto para atraer turistas como para promocionar la marca SANTA FE.				
	Puesta en valor del patrimonio intangible que significan sus deportistas	Casas, Museos, Estadios, actividades.				
	Promover Actividades como la marcha a caballo, las travesías y los Saltos Hípicos	Rafaela				
	Puesta en valor de los deportes que se practican Polo, Pelota a Paleta, Atletismo, Básquet, Tenis	Venado Tuerto				
	Recuperar y aprovechar turístico Maratón de Melincué, La Doble Melincué de ciclismo y Regata Internacional	Melincué				
	Aprovechar los espectáculos de fútbol. Es cada vez mas demandado por extranjeros y nacionales.	Rosario, Santa Fe y Rafaela.				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.6. Turismo Contemplativo	Costanera de Santa Fe, Jerarquización, señalamiento y resoluciones arquitectónicas. Con planificación y recuperación del área circundante	Importante				
	Desarrollo turístico de la Costanera de Rosario	Equipamiento, gastronomía, sanitarios, seguridad. Continuar brazo Sur del Paraná y del Saladillo				
	Construir Costanera	Granadero Baigorria, Romang				
	Terminar la obra del Puerto Deportivo Reconquista	El proyecto esta ejecutado a medias				
	Revalorización Paisaje Urbano	Santa Fe – Rosario - Reconquista				
	Puesta en valor para el excursionismo Combate de San Lorenzo	Convento de San Carlos. Campo de la Gloria. Carga de Caballería 3 veces al año, diaria en vacaciones de julio.				
	Puesta en valor de Cepeda y Pavón	Marcar hitos históricos y dotar de servicios				
	Puesta en valor del Camino del Tanino Señalización de todos los pueblos forestales Consiste en la señalización e interpretación de su oferta turística mediante cartelera y resoluciones arquitectónicas varias	Villa Guillermina, V. Ana, Tartagal, La Gallareta,				
	Equipamiento de los pueblos forestales, Alojamiento varias categorías, gastronomía, y servicios mecánico y en gral, Camino acceso, Energía eléctrica, agua potable. Preservación ambiental.	Villa Guillermina, V. Ana, Tartagal, La Gallareta,				
	Puesta en valor de los atractivos y monumentos existentes en los pueblos forestales. Equipar los museos, centros de interpretación, exhibición de películas.	Villa Guillermina, V. Ana, Tartagal, La Gallareta,				
	Puesta en valor de la Ruta 34	Laguna Paiva, Moisés Ville, Tostado, Rafaela				
	Puesta en valor de las Rutas 33 y RN 8	Pueblos del sur. La 8 es de interés de la Región Centro				
	Puesta en valor del Corredor Bioceánico Brasil – Chile. Tiene varios caminos que atraviesan Santa Fe. Proyecto de interés Región Centro.	Túnel, Santa Fe, Santo Tomé, – Córdoba. Rosario – Casilda - Córdoba. Puente Reconquista- Goya. Tostado Jujuy– Jama (Chi)				
	Puesta en Valor del Corredor a Iguazú – Asunción. Proyecto Regional COLITUR	Desde Villa Constitución a Reconquista, Paralelo 38				
	Promover la excursión diaria Santa Fe de la Vera Cruz – Cayastá					
	Promover la excursión diaria Rosario – Melincué					

	Puesta en valor del Mangrullo, Hotel, Museo, Tiro Federal, Molino Fénix, Estación de Tren, Tribunales e Iglesia Costanera, Instalaciones de bombeo, Centro de interpretación de la obra de recuperación	Melincué				
	Tren Turístico "Firmat – Melincué" de 35 km	Es una iniciativa privada				
	Explotación de la navegación en el río Paraná	Proyecto regional Litoral COLITUR				
	Explotación de la navegación en el río Paraná	Balsa y lanchas Reconquista Goya				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.7. Turismo Cultural	TURISMO HISTÓRICO					
	Crear el proyecto de desarrollo del producto Turismo histórico aprovechando todos los atractivos y el valioso patrimonio de la provincia					
	Santa Fe, Puesta en valor del Circuito Patrimonio Histórico Arquitectónico (Carteles interpretativos, señalización de edificios históricos y material promocional)	Prever el mantenimiento				
	Recuperación casa histórica de Sor Josefa Díaz Clucellas	Santa Fe				
	Recuperación casa histórica	Romang				
	Recuperación casa histórica de Cayetano Silva	Venado Tuerto				
	Construir El Parque temático de la Constitución	Santa Fe de la Vera Cruz				
	Rosario, Puesta en valor del Circuito Histórico (Carteles interpretativos, señalización de edificios históricos y material promocional)	Circuito de autoguiado Carteles y Folletos				
	Monumento a la bandera	Espectáculo Luz y Sonido. Servicios y parador				
	Puerto Gaboto, Puesta en valor del lugar. Construir réplica de una carabela. Reconstrucción del Fuerte Sancti Spiritu. Centro de interpretación con elementos tecnológicos. Cine. Recuperación Patrimonio histórico (Carteles interpretativos, señalización de edificios históricos y material promocional)	Puerto Gaboto Falta consensuar con el Municipio				
	ALCORTA, Puesta en valor del Circuito Histórico (Carteles interpretativos, señalización de edificios históricos y material promocional)	Circuito de autoguiado Carteles y Folletos				

A.2.1.7. Turismo Cultural

Reconstruir el Fortín "India Muerta"	Entre Alcorta y M Paz				
Puesta en valor de Cepeda y Pavón					
Promoción MHN Batalla del Quebracho	Puerto Gral San Martín				
Puesta en valor de los Fortines de línea. Reconstruir	Venado Tuerto, y varios lugares más de la provincia.				
Reconstruir el Fortín El Hinojo	Venado Tuerto,				
Parque temático La Vida del Fortinero	Melincué				
Puesta en valor del proceso de la colonización con museos, trenes, establecimientos, edificios, casas.	Restaurar estación del Oeste Santafesino				
Puesta en valor del proceso de la colonización con museos, trenes, establecimientos, edificios, casas.	Rafaela				
Desarrollo de ruta para cabalgatas	Zona costa e islas -Santa Fe, Avellaneda				
Atractivos Jesuíticos	Estancia del Carcarañá				
Desarrollo del circuito histórico-religioso de "La Santa Fe"					
Continuar Gestión ante UNESCO de "Santa Fe la Vieja"	Declaración Patrimonio de la Humanidad.-				
Proyecto Santa Fe La Vieja, consistente en la cooperación de Nación y Provincia para Puesta en valor, recuperación de vestigios jesuíticos, obras de infraestructura y mejoramiento de la competitividad	Construir un Centro de interpretación de las Misiones jesuíticas. Un Centro de atención al turista. Y Albergue estudiantil en Cayastá				
Circuito fluvial del recorrido de la fundación de Santa Fe					
Circuitos biográficos de escritores y artistas santafesinos (J J Saer)					
Circuitos biográficos de escritores, artistas y músicos	Reconquista				
Recuperación del entorno de la plaza 25 de Mayo y circuito histórico Santa Fe	Urgente mantenimiento				
Puesta en valor de los escenarios de la Batalla de San Lorenzo, Campo de la Gloria, Convento San Carlos.	San Lorenzo, Complejo museológico en la manzana histórica Contención de las barrancas. Paseo Costero				
Centro de Interpretación, Microcine	Mejoramiento en Conv. San Carlos.- San Lorenzo				
Centro de Interpretación y Microcine	Avellaneda				
Restauración del M.H.N Convento San Carlos	San Lorenzo				
Museo del Che Guevara en Rosario					
Museo de la Bolsa de Rosario					
Puesta en valor de los museos barriales. Convocar a los historiadores	Museo de la Refinería Rosario, Cine Lumiere				

	Puesta en valor de los escenarios del Grito de Alcorta, Edificio de la Soc Italiana, El Hotel y la Soc Española	Alcorta				
	Creación Museo de la Constitución. Teatralización de la constitución	Santa Fe de la Vera Cruz				
	Museo “Carlos Monzón”, Reutemann, De los Deportistas y otros deportistas	Santa Fe de la Vera Cruz Rafaela				
	Museo de los Autos Antiguos	Rafaela				
	P en valor Museo Ferroviario de Rafaela (FFCC Belgrano)	Rafaela				
	Museo de las 500 Millas en el Autódromo. Tiene 80 años	Rafaela				
	Tren turístico Lag Paiva – Estac Mitre / Belgrano Optimización del Museo ferroviario	Santa Fe de la Vera Cruz				
	Restauración y ampliación Museo De la Ciudad e Histórico					
	Revalorización histórica de plazas en San Lorenzo	Plazas Srgt Cabral y Gral San Martín. Hay proy ganador de un concurso				
	Revalorización de plazas históricas	25 de Mayo y Sarmiento en Rafaela				
	Fortalecer una red de museos históricos	Importante				
	Puesta en valor y preservación y conservación del patrimonio arquitectónico, monumental e histórico de los Pueblos forestales	Villa Guillermina, V. Ana, Tartagal, La Gallareta,				
	Preservación de patrimonio arquitectónico en Rafaela. City tour histórico.	Recova Ripamonti Museo Ferroviario Tren histórico Regional Vieja Usina de electricidad				
A.2.1.7. Turismo Cultural						
	TURISMO URBANO					
	Aprovechar turísticamente el atractivo de las grandes ciudades	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz, Reconquista y Rafaela				
	Plan de marketing de las ciudades	Rafaela				
	Calendario de Eventos musicales					
	Calendario de Eventos deportivos					
	Shopping. Paseo comercial a cielo abierto.	San Lorenzo				
	Servicios de salud, relax, SPA	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz, Reconquista y Rafaela				
	Red de recreación, espectáculos, pub,	Sistema de venta electrónica				
	Gran Parque temático	Estudiar la Localización. Este atractivo será un gran dinamizador del turismo.				
	Red de locales de venta del merchandising local	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz				
	Casinos ley 11998	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz, Melincué				

A.2.1.7. Turismo Cultural

Autorizar un Casino	Reconquista y Rafaela				
TURISMO RELIGIOSO					
Puesta en valor de iglesias turísticas de la Capital, Iluminación interna y externa, señalizar, capacitar guías, Material para circuito autoguiado. Subsidio para mantenimiento.	Santa Fe de la Vera Cruz				
Puesta en valor de iglesias atractivas a turistas, Iluminación interna y externa, señalizar, capacitar guías, Material para circuito autoguiado. Subsidio para mantenimiento	Rosario, Romang, Catedral de Rafaela. Venado Tuerto,				
Puesta en valor de Capillas Antiguas	Avellaneda				
Reordenar, planificar la infraestructura y el equipamiento.					
Integrar el circuito religioso de Santa Fe con las Estancias Jesuíticas	Para mercado internacional				
Restauración y consolidación del edificio del Convento San Carlos (MHN).	San Lorenzo				
Desarrollo del corredor Jesuítico	Aldao, Rosario, Carcarañá				
TURISMO ÉTNICO					
Puesta en valor de lugares, edificios y atractivos que simbolizan el proceso de colonización y el establecimiento de comunidades inmigrantes, señalizar, capacitar guías, Material para circuito autoguiado	Sociedad Alemana Sociedad Japonesa Semana de la italianidad Sociedad Italiana Sociedad Sirio Libanesa Fiesta Suiza –Romang Francesa en Rafaela				
Aprovechamiento de los hermanamientos de ciudades					
Editar y reeditar material impreso, libros, folletos del proceso colonizador, historia, costumbres, familias para promover los viajes y para ilustrar a los visitantes.	Hay Material editado muy valioso y muchos otros sin editar en la provincia				
Red de locales venta del merchandising local, libros, música, pinturas, etc.	Rosario, Santa Fe, Reconquista, Avellaneda, Romang, Venado Tuerto,				
Puesta en valor de las Fiestas Populares					
Generar calendarios de eventos, temporadas					
FIESTAS POPULARES - ARTESANIAS					
Reconvertir las Fiestas para aprovecharlas turisticamente	En toda la provincia				
Plan de marketing	Para cada una y armonizar el conjunto				
Construir instalaciones y Alegorías que mejoren la atraktividad					

A.2.1.7. Turismo Cultural	Generar instalaciones móviles y fijas para jerarquizar las artesanías	Santa Fe, Rafaela, Reconquista, Romang, Melincué				
	Construir Paseo de los Artesanos	San Lorenzo, Avellaneda				
	Concurso de Artesanías para elegir las obras que constituyan un merchandising autóctono	En toda la provincia Melincué, Venado Tuerto,				
	Actualizar el censo de artesanos y mejorar la vinculación					
	Plan especial de Fiestas populares y Artesanías de los Pueblos Forestales	Villa Guillermina, V. Ana, Tartagal, La Gallareta,				
	Circuitos PRODUCTIVOS - GASTRONOMÍA					
	Desarrollar la Ruta del dulce de leche	El Trébol, Sunchales, Rafaela				
	Desarrollar la Vía Láctea	Alfajor Santafesino - Quesos				
	Desarrollo turístico de La ruta del queso	Rafaela				
	Puesta en valor de la Cuenca lechera Santa Fe - Córdoba la mas grande de Latinoamérica para apreciar los sistemas productivos	Proyecto Regional de la Región Centro.				
	Aprovechar el Alfajor santafesino	Santa Fe de la Vera Cruz				
	Aprovechar el Alfajor santafesino	Avellaneda y otras				
	Puesta en valor Producción de Cerveza	Santa Fe de la Vera Cruz, San Carlos				
	Promover las Fiestas Gastronómicas	Una o mas por localidad				
	Puesta en valor de la gastronomía de los pescados	En todos los pueblos costeros				
	Puesta en valor de la Ruta del Jamón y el Salame o de los embutidos artesanales	Rafaela, Rosario, Centro Oeste y los pueblos del sur				
	Puesta en valor de la Ruta de las frutas	Coronda, Malabrigo				
	Llamar a Concurso para determinar "El Menú Santafesino"	Santa Fe de la Vera Cruz				
	Llamar a Concurso para determinar "El Menú Rafaelino"	Rafaela				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.8. Turismo Educativo	Desarrollar el Turismo Educativo tecnológico productivo	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz, Rafaela, Sunchales, Humberto Primo, Roca, Moisés Ville, Ramona, Villa Constitución, Alvear. Reconquista, Avellaneda, Venado Tuerto, Firmat				
	Desarrollar el Turismo Educativo Histórico	Rosario, San Lorenzo, Puerto Gaboto, Santa Fe de la Vera Cruz. Cayastá, Cepeda, Pavón y ciudades del sur. Melincué, Alcorta, Reconquista y Pueblos Forestales				
	Desarrollar el Turismo Educativo de la Naturaleza	Santa Fe, Isla El Rico, Río Paraná, Reservas Provinciales, Jaaukanigás. Pueblos Forestales, Melincué,				
	Desarrollar el Turismo Idiomático. Cursos de 2 a 4 semanas y los de un año para extranjeros que vienen a aprender español.	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz, Rafaela, Venado Tuerto, Reconquista.				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.1.9. Turismo Científico	Desarrollar el Turismo Científico de Arqueología en Santa Fe la Vieja	Cayastá,				
	Armar proyectos de rescate arqueológico	Islas santafesinas, Firmat y Carcarañá.				
	Actualizar Museo de Arqueología Reconquista					
	CERIDE Parque tecnológico	Santa Fe de la Vera Cruz				
	INTI – INTA – UTN	Rafaela				
	Recuperar patrimonio arqueológico	Melincué				

A.2.1.10 Turismo Salud	Desarrollo del área termal	Melincué, San Javier, Santa Fe de la Vera Cruz, Carlos Pellegrini				
	Estudio de prefactibilidad de un complejo Termal	Rafaela				
	Hay varios Proyectos privados de termas en estudio en	Santa Rosa de Calchines, Moisés Ville, Carlos Pellegrini, Santa Fe y Rafaela.-				
	Desarrollar servicios del turismo de Salud	En todos los Centros turísticos				
	SPA	Avellaneda, Romang				
	Equino terapia	Roca				

A.2.1.11 Turismo de Interés Especial	Aprovechar los Congresos y Convenciones	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz y Rafaela, Reconquista y Melincué, Venado Tuerto,				
	Apoyo al Desarrollo del Buró de Congresos y Convenciones	Rosario, Santa Fe de la Vera Cruz,				
	Apoyo a la creación de Buró de Congresos y Convenciones	Rafaela Reconquista				
	Inaugurar urgente Centro de Convenciones y Casino	Santa Fe de la Vera Cruz, Reconquista, Rafaela, Melincué,				
	Participación de turismo en las Ferias y Eventos Internacionales donde participa la provincia	Plan de marketing con sinergia industria - turismo				
	Puesta en valor Turismo de negocios	Reconquista – Avellaneda, Rafaela				
	Construir un “gran parque temático” en la provincia, constituirá un hito fundamental en el desarrollo turístico. La localización de la provincia en el centro de los ejes este- oeste del corredor bioceánico y norte-sur como vínculo de Buenos Aires con toda la región norte, mas la cercanía del gran conglomerado emisor y la potencialidad para el educativo y estudiantil, ponen a Santa Fe en una posición privilegiada. El Parque se debería convertir en un gran atractivo que potencie todas las demás modalidades turísticas.-	Con una localización a decidir, que tenga una fuerte identidad.				

A.2.2. PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Subprograma	Acciones	Localización o detalle				
A.2.2.1. . Señalamiento Turístico Vial	Adoptar la Señalética del PFETS					
	Coordinar acciones con el programa SITA de la SECTUR					
	4 carteles gigantes de ingreso a la provincia de Santa Fe	RN 9, 34, 11, 19				
	24 carteles "Corredor de la Costa" RP N° 1, desde Santa Fe a Reconquista.	2 Carteles de 4 ideogramas por localidad				
	25 carteles "Camino Real" RN N° 11, desde Santo Tomé a Rosario.	2 Carteles de 4 ideogramas por localidad				
	9 carteles en el Corredor					
	22 carteles Rutas de acceso a Melincué					
	Carteles Rutas 33 y RN 8 Microregión Venado Firmat Melincué					
	22 carteles especiales: En Reserva Natural					
	120 carteles indicativos de proximidad 1 Km. a cada localidad turística	Estandarizar				
	50 Carteles en Camino del Tanino – 200 Km.					
	120 carteles indicativos del servicio principal de cada localidad turística					
	Diseñar la señalética homogénea para toda la provincia					
	2 Carteles Bienvenida al Ingreso a ciudades	Reconquista, Avellaneda				
	Coordinar la Señalización con las provincias de la Región CENTRO	Corredores de integración				
	Coordinar la Señalización con las provincias de la Región LITORAL	Corredores de integración				
	Señalización de corredores	Gastronómico y Religioso				
A.2.2.2. Señalización Turístico Urbano	Realizar proyecto de señalización urbana para cada corredor					
	Ejecutar proyecto de señalización de las Rutas gastronómicas y religiosas					
	Ejecutar proyectos de señalización turística urbana					
	Ejecutar proyectos de señalización turística de sitio	Pueblos Forestales				
	Completar la cartelería turística urbana Existente	San Lorenzo, Alcorta				
	Mapas de la ciudad con los principales atractivos, en las vías de acceso					
	Señalización integral urbana	Santa Fe de la Vera Cruz				

A.2.3. PROGRAMA: GESTIÓN AMBIENTAL, DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Subprograma	Acciones	Localización o detalle				
A.2.3.1. Gestión para la Renovación, Diversificación, Dimensionamiento y Localización del Equipamiento e Instalaciones Turísticas	Equipamiento. Alojamiento, Hotel, cabañas y albergues. Gastronomía. Recreación. Atractivo natural y cultural. Recuerdos. Servicios complementarios					
	Implementar la Agenda 21 local con Políticas Ambientales	En todos los municipios turísticos				
	Promover construcción de Hoteles	Romang, Rafaela, Melincué, Venado Tuerto				
	Promover construcción de Hosterías Cabañas	Romang, Rafaela, Melincué,				
	Realizar proyectos de hosterías	Villa Guillermina, La Gallareta, Villa Ana y Tartagal				
	Promover construcción de Hostel	Santa Fe,				
	Realizar proyecto de albergue turístico	Granadero Baigorria Reconquista,				
	Realizar proyectos de áreas de Acampar	Polidep Municip S.Lorenzo En Clubes de rivera				
	Camping	Santa Fe, Melincué,				
	Realizar proyectos de equipamiento En la Reserva Natural Jaaukanigás	Agua potable, tratamiento de residuos				
	Centro de Interpretación y Parque temático,	Area histórica				
	Parque temático,	Reserva de Fundación Habitat Granja la Esmeralda. Jardín Botánico				
	Parque temático (tema a decidir)	Rafaela				
	Parque Del Ferrocarril simii Parque La Madera (Ros)	Rafaela				
	Gran Parque temático	Localización a decidir. Contratar consultora				
	Zoológico con Acuario de río	Santa Fe				
	Centro de Interpretación Museo	Villa Guillermina				
	Complejo turístico en MELINCUE					
	Complejo turístico en Granadero Baigorria para aventura y deportes	Camping Municipal				
	Portales de entrada Multipropósito con cartelería grande		X			
	Portales de entrada a corredores					
	Centro de convenciones Ley 11998 de Casinos	En ejecución Santa Fe, Rosario y Melincué				
	Centro de convenciones	Rafaela, Reconquista, Microregión Venado Firmat Melincué				
	Centro de Atención al visitante	Para Pueblos sin servicios Para Pueblos Forestales				

	Proyecto de Red provincial de Museos locales	Aceptado en todas partes					
	Refuncionalizar terminales de bus agregando Centro de servicios turísticos	Rafaela					
	Complementar Equipamiento donde hay Casino ley 11998	Melincué, Santa Fe y Rosario					
	Realizar el proyecto de Plaza de Artesanos. Desarrollar y controlar	Construir Stanes uniformes Reconquista, Rafaela, Venado Tuerto					
	Reparación y puesta en valor Casa de Sor Josefa Diaz Clucellas	Santa Fe					
	Realizar un espectáculo de Luz y Sonido	Puerto Gaboto, San Lorenzo, Santa Fe la Vieja, Monumento a la Bandera Rafaela					
	Reconversión turística de instalaciones existentes Estación de Trenes	Venado Tuerto					
	Construir Oficina de Informes Turísticos	En lugares estratégicos Granadero Baigorria Reconquista, Rafaela, En Shopping Venado Tto.					
	Centro de atención al Turista	Melincué					
	Paseo de los Artesanos	Santa Fe, Rosario Reordenar en S Lorenzo Rafaela					
	Completar el equipamiento turístico con instalaciones para personas con capacidades diferentes						
	Puesta en Valor Plazas Históricas	Buscar padrinos Plaza Lopez Rosario					
	Paseo Peatonal	Reconquista					
	Anfiteatro,	Granadero Baigorria					

Subprograma	Acciones	Localización o detalle					
A.2.3.2. Gestión para la Renovación, Diversificación, Dimensionamiento y Localización de la Infraestructura Turísticas	Infraestructura: Camino acceso, Energía eléctrica, agua potable, cloacas, Comunicaciones TE Internet, Transporte, terminales aéreas y terrestres.						
	Recuperación del Área Portuaria para usos urbanos	Master Plan Puerto de Santa Fe. Arq Converte y Asoc.					
	Fortalecimiento del Transporte Aéreo.	Mejora de frecuencias					
	Transp. Aéreo. Gestionar Rosario como puerta de entrada internacional LAN – GOL – DELTA- y otras Europeas						
A.2.3.2.	Mejoramiento de los aeropuertos	Sauce Viejo, Rafaela					
	Mejorar Cinta Transp. Equipaje	Aeropuerto Sauce Viejo					
	Fortalecimiento del Transporte terrestre	Melincué, Rosario-Venado Tuerto					

Gestión para la Renovación, Diversificación, Dimensionamiento y Localización de la Infraestructura Turísticas	Fortalecimiento del Transporte terrestre turístico. Facilitar las habilitaciones.-					
	Mejoramiento de las rutas de interés turístico Santa Fe - Córdoba	Proyecto de Interés Región Centro				
	Seguimiento del proyecto del Tren rápido	Buenos Aires Rosario				
	Estación Terminal de Ómnibus Mejorar servicios	Santa Fe Miniterm Parador Tur San Lorenzo. Rafaela				
	Estación Terminal de Ómnibus nueva	Reconquista, Romang				
	Defensa costera	Muy importante Santa Fe San Lorenzo				
	Realizar el proyecto de bicisenda	Granadero Baigorria				
	Construcción del Puente sobre el Arroyo Leyes en la ruta prov N° 1					
	Construcción del Puente Goya – Reconquista	Proyectar su aprovechamiento turístico				
	Gestionar las obras de mejoramiento de rutas y accesos a centros turísticos	V Ocampo al Puerto				
	Reparación de pavimentos	San Lorenzo				
	Gestionar ante Vialidad construir Bicisendas en los tramos cercanos a los pueblos					
	Gestionar la mejora en el servicio de salud pública	Melincué				
	Gestionar mejoras en el servicio de transporte público	Hay pedido en general				
	Gestionar la mejora en las comunicaciones: Internet, servicio telefónico y de telefonía celular	Reclamo en pocos lugares				
	Gestionar la mejora en la provisión de agua potable					
	Construcción Planta Trat Liq Cloacales	Reconquista				
	Gestionar la mejora en la provisión de Cloacas	Melincué				
	Gestionar la mejora en la provisión de Energía eléctrica	Reclamo en pocos lugares				
	OBRAS de Grandes Complejos					
	Puesta en valor del Túnel Subfluvial Santa Fe -Paraná. Obra única	Reeditar los videos, e imágenes históricas				
	Proyectar el aprovechamiento turístico al Puente Reconquista Goya					
	Aprovechar turísticamente el Puente Rosario Victoria					
	Planificar el aprovechamiento de la Autopista Rosario Córdoba					
	Planificar el aprovechamiento del Tren rápido Bs Aires Rosario	Difundir el sistema actual				
	Ampliar proy Tren rápido Bs. Aires Rosario hasta Santa Fe					

	Planificar el aprovechamiento turístico de los puertos cerealeros. Visitas guiadas y educativas	San Lorenzo Puerto Gral San Martín				
	Planificar el aprovechamiento de la Autopista SANTA FE – Córdoba					

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.3.3. Participación en Planes de Manejo	Participar en el Plan de Manejo de la Reserva Natural Jaaukanigás	Indispensable				
	La Subsecretaría de Turismo debe participar en todas las acciones y procesos que tengan que ver con el desarrollo sustentable del turismo y el cuidado del medio ambiente. Tanto en lo normativo, como en ejecución de las políticas públicas, manejo de los recursos y concientización social					
	Gestionar la puesta en vigencia del Tratado Regional de Pesca Sustentable	Indispensable para la sustentabilidad del recurso				
	Exigir Estudio de Impacto Ambiental donde se proyecten emprendimientos turísticos	También para las actividades productivas				
	Participar en la gestión de Declaración de Patrimonio de la Humanidad de Santa Fe La Vieja	Cayastá				
	Instrumentar un Plan de manejo para la cuenca de la Laguna Melincué	Melincué				
	Reglamentar la ley del Humedal	Melincué				
	Exigir EIA -Estudio Impacto Ambiental	para las actividades productivas				
A.2.3.4. Zonificación y Limitación de Usos Turísticos	Realizar una Planificación territorial de usos turísticos en áreas de uso público. Estudiar la capacidad de carga de los recursos					
	Estudiar la capacidad de carga de los recursos	Melincué. Trabaja la Arq. Iturbe de Dir de Municipios				
	Fortalecer la participación de Turismo en las Comisiones de Técnicas de las Regiones CENTRO y COLITUR. Trenes, Transporte, Medio Ambiente, Hidrovía.-					
	Promover ordenanzas municipales para preservar patrimonios y ordenar el crecimiento urbano compatible con el turismo	Rafaela y demás municipios y comunas				

A.2.4. PROGRAMA: FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Subprograma	Acciones	Localización o detalle				
A.2.4.1. Alojamiento	Sancionar una nueva ley que regule la actividad hotelera	Coordinado con el Consejo Federal de Turismo				
	Controlar el cumplimiento de las reglamentaciones vigentes en relación a los establecimientos hoteleros	2 veces al año				
	Crear el Registro de Prestadores turísticos	Registrar a los Prestadores turísticos				
	Reglamentar el alojamiento extrahotelero	Casa de familia, Hostel y Albergues				
	Crear un registro de Alojamiento extrahotelero	Muy útil para eventos				
	Verificar la correcta publicación de los servicios de los establecimientos de alojamientos turísticos					
	Relevar superficies y servicios de establecimientos extrahoteleros aptos para habilitarse y/o en funcionamiento actual	Campings, agroturismo y turismo estancias, Casas de familias				
A.2.4.2. Agencias de Viajes	Controlar el cumplimiento de la Ley Nacional de Agentes de Viajes N° 18.829					
	Promocionar con políticas activas la creación de agencias Receptivas	En las ciudades mas importantes				
	Fortalecer mediante la diferenciación promocional a las Agencias que hacen turismo receptivo					
	Concientizar a los agentes de viaje de la importancia de la fiabilidad de la información publicada					
A.2.4.3. Prestador de Actividades Turística	Relevar las diferentes actividades a ofrecer por los prestadores para clasificarlas de acuerdo al producto turístico del que forman parte					
	Controlar el cumplimiento de las nuevas reglamentaciones en lo que respecta a la realización de las actividades turísticas					
	Instrucción de sumarios ante el presunto incumplimiento de las normas turísticas en vigor, provinciales y nacionales					
	Verificar la correcta publicación de los servicios ofrecidos por parte de todos los prestadores de servicios de actividades turísticas					

	Concientizar a los prestadores de la importancia de la veracidad de la información publicada					
A.2.4.4. Áreas para el Desarrollo de Productos Turísticos	Fiscalizar los servicios e instalaciones ofrecidos					
	Controlar la seguridad de miradores, senderos, señalización, puertos, bajadas de lanchas, instalaciones de turismo aventura y deportes riesgosos, entre otros. Verificar la existencia de equipamiento mínimo requerido (sanitarios, proveedurías, entre otros).					
A.2.4.5. Gastronomía	Relevar superficies y servicios de establecimientos a habilitarse como emprendimientos gastronómicos con servicios al visitante					
	Realizar inspecciones de rutina verificando la calidad del servicio gastronómico prestado					
A.2.4.6. Transporte Turístico	Relevar los servicios prestados por los prestadores de servicios de Transporte Turístico para su futura habilitación por la Subsecretaría de Turismo					
	Realizar inspecciones de rutina con DPT verificando la calidad del servicio					
A.2.4.7. Alquileres de Equipos para las Actividades Turísticas	Relevar los servicios prestados por los prestadores de alquileres de equipos para las actividades turísticas.					
	Concientizar sobre la importancia de la fiabilidad de la información publicada					

A.2.5. PROGRAMA: REGISTRO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Subprograma	Acciones	Localización o detalle				
A.2.5.1. Alojamiento.	Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS. (RPAT)	El Registro RPAT otorgará una licencia que respalde al turista, armonice la competencia y promueva la formación de los recursos humanos. Concensuada con las cámaras sectoriales				
		Mantener actualizado el Registro de Alojamientos Turísticos, distinguiendo las diferentes modalidades existentes de acuerdo a la normativa.				
		Registrar a los prestadores que cumplan con las exigencias establecidas en la modalidad: casa de familia y alojamiento alternativo y/o cama y desayuno, durante el segundo semestre del primer año de gestión.				
		Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el Registro, durante el segundo semestre del primer año de gestión. A cada uno de los diferentes Corredores Turísticos				
A.2.5.2. Agencias de Viajes	Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Cumplir con el convenio firmado con la Secretaría de Turismo de la Nación.				
		Distinguir en el RPAT a las Agencias que desarrollan paquetes turísticos receptivos, a partir del primer semestre del segundo año de gestión.				
		Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el RPAT, a partir del primer semestre del segundo año de gestión				

A.2.5.3. Prestador de Actividades Turística	Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Inscribir y mantener actualizado el Registro de Prestadores de Actividades Turísticas (Guías de pesca, Guías Especializados).				
		Incluir a los Profesionales en Turismo en el Anexo correspondiente del Registro Provincial de Actividades Turísticas, a partir del tercer año de gestión.				
		Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el Registro, durante el segundo y tercer año de gestión. A cada uno de los Corredores Turísticos.				
A.2.5.4. Áreas para el Desarrollo de Productos Turísticos	Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Diferenciar en el RPAT las temáticas desarrolladas en cada área habilitada durante el segundo semestre del segundo año de gestión.				
		Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el RPAT, durante el segundo y tercer año de gestión. A cada uno de los diferentes Corredores				
A.2.5.5. Gastronomía	TURÍSTICAS Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES	Clasificar y ordenar los servicios gastronómicos ofrecidos en un plazo de ocho meses, a partir del tercer año de gestión.				
		Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el RPAT, durante el tercer y cuarto año de gestión. A cada uno de los diferentes Corredores y temporadas.				
A.2.5.6.	Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES	Inscribir a los prestadores de servicios de Transporte Turístico en el RPAT correspondiente.				

Transporte Turístico	TURÍSTICAS	Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el RPAT, durante el tercer y cuarto año de gestión. A cada uno de los diferentes Corredores y temporadas.				
A.2.5.7. Alquileres de Equipos para las Actividades Turísticas	Registrar los Prestadores de Servicios Turísticos en el REGISTRO PROVINCIAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Mantener y adscribir a los prestadores de alquileres de equipos para el servicio turístico en el registro respectivo, a partir del primer año de gestión.				
		Divulgar y concientizar en toda la Provincia acerca de los beneficios y oportunidades que otorga el RPAT, durante el tercer y cuarto año de gestión. A cada uno de los diferentes Corredores y temporadas.				

A.2.6. PROGRAMA: EVALUACIÓN Y HABILITACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIONES TURÍSTICAS

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.6.1. Evaluación de Alojamiento Turístico	Asesorar en forma personalizada a los futuros inversores de alojamientos turísticos sobre los requisitos de la Reglamentación vigente.	Transmitir al inversor la importancia social, cultural, ambiental y económica que implica su proyecto para la provincia.				
	Evaluar la documentación presentada por el inversor y emitir informe técnico sobre los planos a efectos de su encuadre en la clase y categoría indicada por el inversor.	Evaluar los proyectos turísticos en 5 días hábiles.				
	Efectuar sugerencias de corrección al proyecto en el eventual caso de que el mismo no se ajuste a las normativas vigentes.					
	Aplicar el sistema de puntajes una vez efectuado el relevamiento respectivo al establecimiento para determinar la categoría que le corresponde	Analizar los relevamientos de los establecimientos turísticos, carga de puntajes y dictado de la norma legal correspondiente en 10 días hábiles.				

	Dictar los instrumentos administrativos pertinentes a fin de otorgar el marco legal y jurídico a los alojamientos turísticos.	Ordenar la situación legal de los emprendimientos turísticos, según el Programa de Evaluación y Habilitación de Inversiones Turísticas				
A.2.6.2. Evaluación de los servicios turísticos	Asesorar en forma personalizada a los prestadores de servicios turísticos relevados por el cuerpo de inspectores del organismo, sobre los requisitos establecidos en las normativas correspondientes (Prestadores de Agencias de Viajes Receptivas, de Actividades Turísticas, de Servicios Alquiler de Equipos, de Servicios Gastronómicos, de Servicios de Transporte Turístico, de áreas para el desarrollo de productos turísticos).	Motivar a los inversores de servicios turísticos para su incorporación a la oferta turística provincial, informándoles acerca de los beneficios a obtener y obligaciones a cumplir.				
	Evaluar la documentación presentada por el inversor y emitir informe técnico a efectos de su encuadre.	Evaluar los proyectos presentados en 5 días hábiles.				
	Efectuar sugerencias de corrección al proyecto en el eventual caso de que el mismo no se ajuste a las normativas en vigencia.					
	Dictar los instrumentos administrativos pertinentes a fin de otorgar el marco legal y jurídico.	Ordenar la situación legal de los emprendimientos turísticos, según el Programa de Evaluación y Habilitación de Inversiones Turísticas.				

A.2.7. Programa de FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Todo el programa se hará con fuerte participación de institutos de capacitación de Santa Fe. Así lo pidieron. Excepto cuando es por convenios con otras instituciones que cooperan con sus capacitadores o cuando es necesario traer reconocidos docentes, empresarios o experimentados gestores que vienen para aportar sus conocimientos o experiencias. Las cantidades de cursos mencionados son anuales.

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.7.1. Capacitación General en Turismo	Dictar cursos de concientización y Sensibilización turística a la comunidad general	Dictar siete talleres con sede Santa Fe				
		Dictar siete talleres con sede en el corredor de la Costa				
		Dictar once talleres con sedes a definir de acuerdo a diagnóstico de necesidades en El Camino Real				
		Dictar dos talleres con sede en Rafaela Sunchales				
		Dictar tres talleres con sede en Los Pueblos Forestales				
		Dictar siete talleres con sede en El Pago de los Arroyos y la Región del Oeste.				
	Dictar talleres de concientización y sensibilización turística y ambiental dirigidos a personal operativo de unidades productoras de servicios turísticos, Comunicadores sociales.	Dictar veinte talleres con sedes a definir de acuerdo a diagnóstico de necesidades				
	Dictar talleres sobre hospitalidad y atención al turista	Dictar quince talleres con sedes a definir de acuerdo a diagnóstico de necesidades				
	Realizar talleres sobre el aporte del turismo en una comunidad y sus oportunidades para mejorar la calidad de vida	Dictar quince talleres con sedes a definir de acuerdo a diagnóstico de necesidades				
	Realizar la capacitación para informantes turísticos de las Oficinas de Informes	Dictar dos talleres anuales en baja temporada con sedes a definir				
	Idioma Inglés y portugués para informantes y guías de pesca	Dictar curso, taller de conversación en idioma portugués Reconquista, San Javier				
		Dictar curso, taller de conversación en idioma inglés				

	Capacitar a informantes en técnicas de venta y persuasión	Dictar tres cursos en estrategias y técnicas de venta de un destino y persuasión del turista potencial				
	Capacitación de Guías	Iniciar dictado de Curso completo de Guías de pesca en el corredor de la Costa Boteros de Alto Verde				
		Capacitar guías de Ecoturismo para toda la provincia				
		Armar los módulos de la capacitación en un programa de formación continua				
		Dictar cursos para guías de Caza en zonas habilitadas				
		Dictar cursos para guías de Avistaje de aves				
	Dictar cursos de formación en turismo a personal de la Policía Provincial	Dictar un mínimo de diez cursos por año en sedes a determinar con Policía Provincial. Reconquista				
	Asesorar a la Policía Provincial en la incorporación de contenidos en turismo en los programas de la Escuela de Cadetes - 1º año					
	Dictar cursos de formación en turismo orientados a la relación turista / fuerzas de seguridad Gendarmería Nacional, Prefectura y Policía	Dictar dos cursos anuales en sede Santa Fe				
	Dictar Seminario en "Seguridad Turística"	Santa Fe en el mes de Agosto del primer año				
	Asistencia Técnica y Capacitación en la formulación del Plan de Seguridad Turística Provincial	Dictar cuatro talleres con sedes a definir en función de lineamientos del Plan				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.7.1. Capacitación General en Turismo	Introducción de Conceptos Turísticos en el Diseño Curricular de Escuelas Iniciales, Primarias y Secundarias, y nivel terciario	Capacitar y concientizar a la comunidad educativa en una cultura turística				
	Firma de un Convenio marco de cooperación en acciones turísticas con las Universidades,	Firmar Convenio en la primera quincena de abril con protocolos específicos según demandas de las áreas técnicas				
	Capacitación en Marketing. Estratégico y Operativo	Dictar cuatro talleres anuales orientados a prestadores de servicio				

	Contratar expertos para asesorar y capacitar en comercialización y promoción, a técnicos, funcionarios y prestadores de servicios	Realizar un seminario de cuatro días con mesas de trabajo con técnicos del ámbito público y privado y referentes de municipios				
	Capacitación en Gestión Integral del Destino: La Asociatividad como Estrategia	En 15 localidades por año				
A.2.7.2. Capacitación en Gestión	Constitución y funcionamiento de una incubadora de empresa turística					
	Capacitación en Recursos Humanos: liderazgo, protocolo, manejo de reuniones gerenciales administrativa de sistemas (Administración Central) Realizar dos talleres para la gestión de alojamientos y otros prestadores (proveedores de servicios turísticos)	Dictar cinco cursos con sedes a definir dirigido a propietarios, gerentes, administradores, directivos, funcionarios, técnicos de turismo e informantes				
	Capacitación en Planificación Estratégica orientada a la gestión social planificada, multiactoral y participativa para el desarrollo turístico de la Provincia	Dictar un seminario con sede a determinar dirigido a funcionarios y técnicos de organismos de turismo y planificación del ámbito público, técnicos y representantes de cámaras y asociaciones, además de profesionales de turismo				
	Capacitación en Gestión de la Calidad en Empresas de Servicios Turísticos	Realizar cuatro cursos con sedes a definir orientados a prestadores de servicios				
	Capacitación para mandos medios en gestión hotelera y gastronómica	Realizar tres talleres en Rosario, Santa Fe y Rafaela				
	Capacitación en Nuevas Tecnologías, Modernización de la Comercialización, Promoción y Publicidad	Realizar dos talleres para la gestión administrativa de sistemas (Administración Central)				
		Realizar dos talleres para la gestión de alojamientos y otros prestadores (proveedores de servicios turísticos)				
A.2.7.3. Capacitación Operativa	Capacitación en Hotelería y Gastronomía	Dictar cuatro cursos de gobernantas y mucamas				
		Dictar cuatro cursos de Front-desk				
		Dictar cuatro cursos área comedor				
		Dictar cuatro cursos de animación y recreación				

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.7.4. Capacitación por línea de productos	CAPACITACION EN TURISMO RURAL					
	Capacitar en la Gestión de un Emprendimiento de Turismo Rural para productores que ya han iniciado su actividad	Realizar nueve talleres				
	Asesoramiento respecto a los beneficios del asociativismo (formación de una Red Provincial de Turismo Rural)	Realizar 5 talleres anuales				
	TURISMO CULTURAL Y CIENTÍFICO					
	Capacitar a las comunidades locales en concordancia con las acciones a ejecutar a fin de desarrollar el producto	Realizar un taller en cada localidad				
	Capacitar a las comunidades Con las ONG locales	Realizar talleres en, ...				
	Capacitar Guías de sitios a preservar Patrimonio Arquitectónico Histórico y Cultural	Dictar dos cursos en sedes a determinar en función de la preservación del patrimonio				
	Capacitar a las comunidades de pescadores	Dictar dos cursos en sedes a determinar en función del desarrollo del producto				
	Capacitar Guías	Dictar dos cursos en sedes a determinar en función del desarrollo del producto				
	Capacitar en Gastronomía	Buenas prácticas de elaboración de alimentos en diez sedes a determinar en función del desarrollo del producto				
		Identificar y rescatar recetas ancestrales en cinco sedes a definir en función del desarrollo del producto				
	DEPORTES. PESCA DEPORTIVA					
	Capacitar a Guías de Pesca con Mosca	Dictar dos cursos en sedes a determinar en función del desarrollo del producto				
	Capacitar a Guías de Pesca sobre beneficios de la "Devolución" y sustentabilidad	Dictar 5 talleres con sede en Reconquista, Santa Fe, San Javier, Cayastá y Rosario				
	Capacitar al cuerpo de Guardafauna (primeros auxilios, inglés, conocimientos generales de la Provincia, información específica de turismo)	Dictar cuatro talleres con sede en Reconquista, Santa Fe, lugares de tráfico, vinculados a la temática: atención al turista e información general y turística de Santa Fe				

A.2.7.4. Capacitación por línea de productos	Capacitar al cuerpo de Guardafauna (primeros auxilios, inglés, conocimientos generales de la Provincia, información específica de turismo	Analizar y coordinar con el Organismo responsable el dictado de cursos de primeros auxilios, inglés e información específica de turismo				
	TURISMO DE NATURALEZA					
	Capacitar guías intérpretes	Dictar un curso en Reconquista, Santa Fe, Lugares de Caza, Coronda				
	Capacitar Guías de Avistaje de aves	Dictar un curso en Santa Fe				
	Capacitar Guías en Turismo Educativo	Dictar un curso en Rosario				
	TURISMO AVENTURA					
	Capacitar a guías de travesía en piragua	Dictar un curso con sede en Rosario				
	Capacitar a guías de trekking	Dictar dos cursos				
	Capacitar a guías de carreras de aventura	Dictar dos cursos				
	Capacitar a guías y organizadores de 4x4	Dictar dos cursos				
	TURISMO SALUD. TERMA					
	Contratar a experto para asesorar y capacitar en producto termas y turismo salud a funcionarios, técnicos y prestadores de servicios	Realizar Seminario de 3 días en Rosario, Melincué, Venado Tuerto, Santa Fe y con asesoramiento a técnicos encargados del desarrollo del producto. Coordinar con SECTUR				
	TURISMO DE INTERÉS ESPECIAL					
	Capacitar a Técnicos de Organismos oficiales y del sector privado para la puesta en marcha de Centros de Convenciones, operación y gestión	Dictar un curso anual con sede en Rosario, Santa Fe, Rafaela				
	Capacitar en Organización de Eventos	Dictar un curso en Rosario, Santa Fe, Rafaela, Firmat, Reconquista				

A.2.8. PROGRAMA: MONITOREO DE INFRAESTRUCTURA EQUIPAMIENTO Y EMPRESAS DEL SECTOR

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.8.1. Monitoreo de Inversiones Turísticas	Diseñar y actualizar la base de datos para el seguimiento de la Inversión Pública en equipamiento e infraestructura y la base para el seguimiento de la Inversión Privada en equipamiento turístico (alojamiento, gastronomía, comercios de productos regionales, agencias de viajes, entre otras).	Recolección de información de base				
	Asesorar y acompañar a los futuros inversores con proyectos concretados en el ámbito de la Subsecretaría de Turismo	Trabajar en conjunto con las acciones del Programa de Evaluación y Habilitación de Inversiones Turísticas.				
A.2.8.2. Monitoreo de la Oferta Turística	Diseñar y actualizar la base de datos "Empresas Vinculadas Directa e Indirectamente al Sector Turístico"	Diseño y puesta a prueba de la base general, con datos Parciales, en el tercer trimestre 2007				
	Registrar y analizar la evolución de indicadores económicos.					

A.2.9. PROGRAMA: CALIDAD

CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS:

Las tendencias internacionales y los procesos participativos de consenso desarrollados localmente -como el proyecto de Ley Nacional de Turismo y el PFETS- establecieron el posicionamiento de la gestión de la calidad turística como uno de los temas que estará presente en la agenda del sector.

El PFETS determina un campo de actuación específico, también lo hacemos en este PET de Santa Fe, en él se encuentran las estrategias y los programas que guiarán el desarrollo y despliegue de la Gestión de la Calidad. Esto significa fijar como objetivo “Desarrollar una cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en el compromiso de todos los actores y en la renovación de los métodos de gestión y producción, alineándolos a los objetivos estratégicos de la Calidad”.

“La Gestión de la Calidad es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa, asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo comercial mediante la puesta en funcionamiento de procesos y de sistemas que favorecen la excelencia, al tiempo que impiden los errores, y aseguran que todas las metas de las firmas se logren sin despilfarrar esfuerzos”, de acuerdo a la definición que la British Quality Association apuntó en 1989 respecto de las técnicas comprendidas en el paradigma de Total Quality Managmet

El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse prácticamente en sinónimo de **satisfacción del cliente**. Desde la perspectiva vinculada netamente al turismo, la Organización Mundial para el Turismo- indica que “Calidad en el Turismo” incluye una serie de **“factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, autenticidad, la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”**. Estos factores son considerados comunes y esenciales para cualquier turista o usuario y si falla algunos de ellos la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente en otras palabras la calidad turística esta ligada al

destino y por ende a todos los componentes, productos y servicios que se originan en el mismo, ya sea que provengan del sector oficial o del empresariado.

SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es un método de trabajo por el cual se asegura la conformidad de los productos y servicios con los requisitos especificados. Consta de dos partes:

- 1) los aspectos físicos, tales como los locales, las maquinarias, los instrumentos de control, etc.
- 2) los aspectos humanos, tales como el adiestramiento en técnicas de calidad del personal de todos los niveles jerárquicos, a fin de crear un equipo motivado y cooperador cuyas actitudes positivas ayudan a desarrollar el proyecto.

La implementación de SGCalidad consiste en la aplicación de herramientas de gestión modernas, reconocidas internacionalmente, y enfocadas en la satisfacción del cliente y la mejora continua de los procesos que los organismos, las organizaciones y las empresas llevan a cabo en el marco de sus procesos de producción de bienes y servicios.

A fin de aumentar la competitividad, muchas organizaciones han adoptado normativas internacionales como la ISO o nacionales como la IRAM y sus equivalentes, como herramientas para organizar y optimizar sus Sistemas de Gestión de la Calidad.

Durante la última década han surgido iniciativas para crear sellos, etiquetas y certificaciones que muestren a los consumidores las diferencias en los servicios y la calidad de las empresas turísticas. Para balnearios se creó la IRAM 42100, que se puso en práctica en Villa Gesell, Colón y otros lugares. Tiene una serie de ventajas para Santa Fe que tenga su propio sello de certificación para los servicios turísticos, por lo que sería deseable que para el año 2008 haga su lanzamiento.

Es muy importante la IRAM 30400, que sirve para interpretar la ISO 9001, que está referida a servicios turísticos. También hay otras como la de competencia laboral del guía turístico y la del informante. En Ecuador se puso en práctica una para certificar embarcaciones turísticas en escenarios naturales frágiles como Galápagos.

Algunos Ejemplos de Certificaciones

“CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA DE COSTA RICA”.

Este sistema de certificación comenzó a utilizarse con el fin de categorizar y certificar las compañías turísticas que hagan uso sostenible del medio ambiente. Evalúa 4 puntos fundamentales: 1) Parámetros físicos biológicos, interacción entre la compañía y el medio. 2) Infraestructura y servicios. 3) Relación con los clientes. 4) Relación con las comunidades.-

“GREEN GLOBE”. Este sistema se creó después de Río 1992. A partir de las recomendaciones de la Agenda 21.

“AUDUBON COOPERATIVE SANCTUARY SYSTEM”. Es de Canadá. La misión del sistema de Santuario es la de reforzar y proteger la fauna y su hábitat, y conservar los recursos naturales a través de la educación la acción de la mayoría en ayuda a la conservación.

Educa y anima a los propietarios a que se involucren en el cuidado y conservación del medio ambiente.

“PROGRAMA DE ACREDITACION DE ECOTURISMO DE AUSTRALIA”

TIROLEAN ENVIRONMENTAL SEAL OF QUALITY Certifica la calidad del hospedaje

Sistema Austriaco e Italiano, funciona desde 1994.

“COMMITTED TO GREEN” Sistema Europeo promovido desde 1997 para certificar campos de Golf.

“GREEN LEAF” Sistema de Tailandia promovido por autoridades gubernamentales para certificar instalaciones de hospedaje.

“GITES PANDA” Sistema francés desde 1993, por WWF, Gites de Francia y la Fed de Parques Naturales Regionales de Francia para certificar instalaciones de hospedaje en parques.

SEASIDE AWARD Sistema de Gran Bretaña promovido por una ONG desde 1996 para certificar playas.

DISTINTIVO ECOTURISTICO Sistema español promovido por el Ayuntamiento de Alcudia para certificar instalaciones de Hospedajes que se involucren en el cuidado del medio ambiente.

“BLUE FLAG” Sistema europeo desde 1985 para certificar instalaciones marinas y playas.

“ECOTEL” Sistema a nivel internacional por la consultora privada HVS. Para hoteles con alta sensibilidad con el medio ambiente. Se basa en 5 inspecciones: Compromiso Ambiental, Manejo de desechos, uso eficiente de energía, conservación del agua, y Educación ambiental para los trabajadores y participación de la comunidad.-

Los fundamentos principales para la certificación por parte de las organizaciones del sector, son los siguientes:

- El mejoramiento en los Sistemas de Gestión y la eficiencia en el uso de los recursos,
- La preocupación creciente de los consumidores y usuarios por prácticas ambientales responsables,
- El mejor posicionamiento de los destinos turísticos tanto local como internacionalmente.

La Gestión de la Calidad brinda oportunidades significativas para mejorar:

- La realización del servicio,
- La productividad,
- La eficiencia,
- La reducción de los costos,
- La penetración en el mercado,
- El desarrollo de las habilidades y de la capacidad del personal,
- La motivación del personal para mejorar la calidad y satisfacer las expectativas del cliente,
- La calidad de vida,
- La imagen de la organización,
- La satisfacción del cliente, en términos de su propia percepción y requerimientos,
- El compromiso de todos los miembros de la organización.

Las características de la calidad pueden ser muchas, tan variadas como los procesos, los productos y los servicios. En el caso de las empresas turísticas valen tanto la solidez de una construcción como el sabor de una comida o el cuerpo de un vino, tanto la belleza de un diseño de interiores, el cumplimiento en el horario de los servicios de traslado, como la amabilidad de un conserje, la imagen de un hotel, la prontitud en el servicio de un restaurante, entre otros.

ENCUESTA sobre SATISFACCIÓN de TURISTAS de la SECTUR

La ENCUESTA realizada en la última temporada, mostró que el 90 por ciento de los turistas argentinos y extranjeros considera que la calidad de atención y servicios mejoró.

El balance del nivel de satisfacción de los turistas respecto de la calidad de servicios y atención recibida durante la última temporada es altamente favorable. Como consecuencia de esta percepción positiva, el 90 por ciento de los extranjeros tiene grandes expectativas de regresar al país.

El estudio, realizado por la consultora ARESKO de Julio Aurelio, por encargo de la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) -a través de la Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística, relevó las opiniones de 2.835 turistas residentes y 801 extranjeros durante la última temporada estival (2007).

Por otra parte, a la hora de planificar las vacaciones, el principal factor que considera la mitad de los argentinos y dos tercios de los extranjeros es la preferencia por el lugar. Los otros factores evaluados son el precio, la calidad de atención, la habitualidad y la disponibilidad de servicios.

Si bien el precio resulta importante como elemento de evaluación, sólo la cuarta parte de los residentes y el 18 por ciento de los extranjeros manifestaron este ítem como determinante al momento de programar su período vacacional en Argentina.

En cuanto a la relación calidad-precio, el 90 por ciento de los turistas extranjeros manifiesta su conformidad: el 50 por ciento cree que la ecuación es satisfactoria y el 40 por ciento restante considera que los precios son baratos e incluso muy económicos.

Más del 50 por ciento de los turistas argentinos que participó de este relevamiento expresó su conformidad con los precios, un 6 por ciento más que en la medición de la temporada estival 2006.

Los turistas residentes expresan mayor satisfacción con los atractivos turísticos y/o paseos, entretenimientos y actividades culturales y recreativas y alojamiento, en ese orden. En tanto, los turistas extranjeros se muestran muy satisfechos con los atractivos turísticos, entretenimientos y actividades culturales y recreativas y la gastronomía.

INDICADORES DE GESTIÓN:

El PET requiere el diseño de un Sistema de Indicadores de Gestión que permitirá medir la eficiencia en la gestión por cada área operativa, comparando variables críticas versus un estándar de eficiencia o un valor objetivo. Luego del diseño vendrá alimentar con información a esos sistemas estadísticos llamados indicadores. Es además un método moderno que se utiliza en las empresas y los estados bien administrados. Las áreas incluidas son: Calidad del equipamiento, de la infraestructura, de los Recursos humanos, de los productos y de los Destinos turísticos.-

Subprograma	Acciones	Localización o detalle	1	2	3	4
A.2.9.1. Diseño de indicadores de calidad de Equipamiento	Investigar y desarrollar indicadores de calidad que contemplen todos los componentes del equipamiento turístico provincial.	Ajuste empírico, aplicación y recolección de las primeras mediciones durante el primer semestre del tercer año.				
A.2.9.2. Diseño de indicadores de calidad de Infraestructura	Investigar y desarrollar indicadores de calidad que contemplen todos los componentes de la infraestructura turística provincial.	Puesta a prueba y recolección de datos del indicador durante el tercer año de gestión				
A.2.9.3. Diseño de indicadores de calidad de recursos humanos	Investigar y desarrollar indicadores de calidad que contemplen todos los componentes de los recursos humanos del sector turístico provincial.	Puesta a prueba y ajuste del indicador durante el tercer año de gestión				
A.2.9.4. Diseño de indicadores de calidad de Productos turísticos	Investigar y desarrollar indicadores de calidad que contemplen todos los componentes de los productos turísticos provinciales.	Puesta a prueba y ajuste del indicador durante el tercer año de gestión.				
A.2.9.5. Diseño de indicadores de calidad de destinos turísticos	Investigar y desarrollar indicadores de calidad que contemplen todos los componentes de los destinos turísticos provinciales.	Puesta a prueba y ajuste del indicador en 2 municipios turísticos durante el cuarto año de gestión.				

Capítulo 6

B. PLAN DE DEMANDA

B. PLAN DE DEMANDA

E S T R A T E G I A S

B.1.1 Atracción del Mercado Nacional, Regional e Internacional.

B.1.2 Mantenimiento del Mercado Nacional, Regional e Internacional.

B.1.3 Mejoramiento de la Relación “Gasto-Visita” en los Destinos Provinciales.

B.1.4 Monitoreo de los Mercados y la Competencia.

P R O G R A M A S E S P E C Í F I C O S

B.2.1. Marketing Operativo

B.2.2 Monitoreo Comercial

B.2.3 Comercialización

B. PLAN DE DEMANDA

Impulsar la comercialización de los productos turísticos santafesinos en los mercados regional, nacional e internacional, fortaleciendo su posicionamiento y diferenciación para lograr ventajas competitivas.

B.1. Estrategias:

B.1.1. Atracción del mercado nacional, regional e internacional

B.1.2. Mantenimiento del mercado nacional y regional

B.1.3. Mejoramiento de la relación gasto-turista en los destinos provinciales

B.1.4. Monitoreo de los mercados y la competencia

B.1.1. Atracción del mercado nacional, regional e internacional

Se busca desarrollar acciones que estimulen la comercialización de los productos turísticos para incrementar su demanda, utilizando tácticas que promuevan el valor agregado de los mismos, ajustándolas según las expectativas de los turistas de cada mercado objetivo.

Es fundamental determinar prácticas correctas para trabajar sobre los segmentos bien definidos y preparar la difusión de estos productos según la condición de los mercados. De este modo se logra alcanzar una posición más competitiva, la satisfacción y la lealtad de los clientes que se conquisten.

B.1.2. Mantenimiento del mercado nacional y regional

Para SANTA FE, el mercado nacional es uno de los más fuertes, por lo que se deben realizar acciones que definan propuestas innovadoras, que motiven y satisfagan las necesidades recreativas en los destinos ante una creciente y exigente evolución de la demanda.

Se busca actuar sobre el sostenimiento y ampliación de los mercados existentes con acciones de persuasión, que atraigan y consigan la lealtad hacia los productos

turísticos en la provincia. Esto implicará la difusión del esfuerzo en el mejoramiento continuo de los servicios y el permanente control de calidad de los productos que se presentan en la oferta.

B.1.3. Mejoramiento de la relación gasto-turista en los destinos provinciales

Es ineludible asegurar, mediante diversas acciones, el incremento de la estadía en los destinos considerando que la tendencia es el viaje itinerante, así como promover los demás consumos del turista en un destino. Esto es un objetivo predominante en todas las acciones que se emprenden con relación al desarrollo de la actividad turística y a la promoción de servicios. Por ello es necesario estimular y difundir ampliamente las alternativas turísticas que permitan lograr este objetivo.

B.1.4. Monitoreo de los mercados y la competencia

Sistematizar la recolección de información que asegure y fortalezca la correcta toma de decisiones para invertir en campañas de promoción, en los segmentos adecuados en tiempo y forma, logrando un alto nivel de competitividad, en los mercados emisores.

B.2. Programas Específicos:

B.2.1. Marketing Operativo

Según el perfil turístico deseado de la provincia de SANTA FE, se trabaja en el posicionamiento de la marca y submarcas específicas, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

Para ello se utilizan distintas herramientas que proporcionan una propuesta de valor diferencial, adaptada a las necesidades del turista y que permiten el abordaje de la promoción y difusión mediante instrumentos de marketing y financiamientos de Partidas del Presupuesto nacional a través de la SECTUR, el CFI, los programas coparticipados del COLITUR y la Región CENTRO. Las partidas del presupuesto provincial, Información Pública, las partidas de los presupuestos municipales y los entes mixtos o de promoción que existan, como: la Cooperadora de la Dirección Provincial de Turismo, las Cámaras empresarias y los Buró.

El aprovechamiento de las páginas Web como: www.santafe.gov.ar y las que tienen los municipios, organizaciones y empresas; los acuerdos de esfuerzo compartido con el sector privado; así como las acciones de prensa, produciendo material, invitando a “fan press” a periodistas especializados o de medios turísticos. Todas ellas, coordinan y gestionan los recursos necesarios para transmitir un mensaje definido y coherente con el objetivo propuesto, impulsando una campaña anual de comunicaciones integrales que considera entre otros los conceptos especificados en el desarrollo de los productos y al ciclo de vida de los mismos.

Subprogramas

- B.2.1.1. Promoción de productos
- B.2.1.2 Promoción de destinos
- B.2.1.3 Posicionamiento Marca SANTA FE y Submarcas
- B.2.1.4 Asistencia e Informes al Turista
- B.2.1.5 Consolidación de Relaciones Interinstitucionales
- B.2.1.6 Fortalecimiento del Sitio Web

Las acciones de marketing requieren de un monitoreo continuo de las señales del entorno que permitan anticipar situaciones futuras, ya sea para reaccionar o actuar proactivamente frente al contexto. La captura, e interpretación de información son condiciones necesariamente requeridas para el diseño de una estrategia competitiva.

Este programa debe ser concebido como una "interacción informativa" orientada a la definición, ejecución y control de las acciones de marketing.

Se utilizan métodos de investigación y obtención de datos a efectos de monitorear las condiciones del mercado, los diferentes segmentos, fortalezas y debilidades en las condiciones de comercialización de los productos, las nuevas tendencias del mercado y el nivel de discrepancia entre nuestra posición y la de nuestros competidores.

B.2.2 Monitoreo Comercial

Subprogramas

B.2.2.1 Investigación de Mercado.

B.2.2.2 Investigación de la Competencia.

B.2.2.3 Evaluación cuanti-cualitativa de las acciones de marketing.

Teniendo que adecuarse a vertiginosos cambios tecnológicos, tanto desde el punto de vista de los clientes como desde los que ofrecen productos y servicios, es necesario gestionar y actuar sobre los canales de comercialización más atinados a efectos de llegar con los productos, en tiempo y forma.

Se propone facilitar y promover los canales definidos en conjunto entre los sectores privado y público, generando acciones colaborativas para lograr la venta de los productos santafesinos. Para ello se puede crear la Empresa de Promoción Turística o el Fondo Provincial o el Consejo Consultivo integrada en su mayoría por empresarios y gerenciada en forma mixta; que facilita el consenso y lo potencia a través del trabajo en conjunto.

B.2.3 Comercialización

Subprogramas

B.2.3.1 Innovación en la Comercialización

B.2.3.2 Mejoramiento operativo de negocios

B.2.3.3 Apoyo a las acciones comerciales del sector

B.2.3.4 Publicidad y promoción de ventas

B.2.3.5 Fidelización

B.2.3.6 Banco de Imágenes

B.2.3.7 Gestión de Negocios

ACCIONES

B.2.1. PROGRAMA: MARKETING OPERATIVO

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.1.1. Promoción de Productos	Difusión de Congresos y Convenciones Difusión de Turismo de Negocios Difusión Turismo de Pesca Deportiva Difusión de los Casinos Difusión Turismo de Sol y Playa Difusión Turismo de Deportes Difusión Turismo de Naturaleza Difusión del Turismo Histórico Difusión Turismo Aventura Difusión Turismo Rural Difusión Turismo Contemplativo Difusión Turismo Cultural Difusión Turismo Educativo Difusión Turismo Salud Difusión de Fiestas Populares Difusión Turismo de Interés Especial	Diseño de la mezcla promocional para difundir las ventajas, beneficios y satisfacción que ofrece cada producto para el turista. Tendrá una actualización anual.				
	Actualización del Equipamiento y Arquitectura informática	Ampliar y mejorar las tecnologías para el adecuado y oportuno procesamiento de información (programas de diseño y manejo de imágenes e información para la difusión)				
	Mobiliario y equipamiento con tecnología de punta acorde a las exigencias de las operaciones a desarrollar	Adquisición de insumos y equipamiento para stands institucionales de acuerdo a los eventos que se concurra				
	Adquisición de vehículo y elementos de soporte para eventos y exposición de productos y servicios turísticos					

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.1.2. Promoción de Destinos	Asistencia en la difusión y material de apoyo a cada centro turístico	Impulsar las campañas que se determinen realizar con cada centro y por temporada				
	Elaboración de material específico para cada centro turístico	Diseñar e imprimir material para cada localidad con los atractivos y circuitos Turísticos				
	Elaborar un calendario de acciones y publicaciones en función de los destinos, temporadas, ocupación y objetivos.	Calendario anual				
	Evaluar la potencialidad de cada medio accesible, teniendo en cuenta el target al que llega, costo total y costo unitario por impacto.					

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.1.3. Posicionamiento Marca “Santa Fe” y Submarcas	Posicionar la marca mediante diversos soportes y modalidades de acuerdo al segmento de mercado	Diversificar y definir acciones para introducir la marca de forma que genere valor y logre presencia en los distintos mercados seleccionados				
	Disponer de una línea telefónica para mantener contacto directo con los centros turísticos	Agilizar la comunicación con los centros turísticos y otras instituciones relacionadas con el sector y mantener contactos permanentes				
	Instalar y actualizar el equipamiento de soporte para obtener información interactiva de apoyo en tiempo real	Utilización de tecnologías de información que faciliten el manejo interactivo de datos turísticos en oficinas de informes (base de datos)				
	Submarcas	Santa Fe Congresos y Convenciones, Santa Fe Lugar de Encuentros, Santa Fe es Historia, Ciudad de las Convenciones, Rosario Cuna de la Bandera, Rosario Congresos y Convenciones, Turismo Rural, Santa Fe Pesca, Santa Fe Negocios, Cada ciudad ... Negocios, Avistaje de Aves, Ecoturismo, Deportes, Sol y Playa				

	Espacios turísticos	A cada uno de los 11 espacios turísticos es una submarca				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.1.4. Asistencia e informes al turista	Optimizar la atención al público	Ofrecer un servicio telefónico para atención 12, 18 o 24 hs, incluyendo selección de personal, capacitación y entrenamiento.				
	Definición de localización de puestos de informes de recepción en distintos puntos de la provincia	Atención permanente al visitante				
	Coordinar el programa provincial con el SITA de la Secretaría de Turismo de la Nación.					
	Capacitación y entrenamiento intensivo del personal permanente	Es la imagen de la provincia. Capacitado para responder, asesorar, encaminar a quien consulta. El informante no puede ser quien no tiene otro lugar. Al ser la cara visible, quien está representando a la provincia debe sentir el puesto, y tener actitudes apropiadas. Sentir el servicio y tener suficientes conocimientos				X
	Elaboración material promocional específico del área	Difusión de distintos programas que se vinculan con la información al turista en las distintas temporadas				
	Atención personalizada, Viajes de incentivo, Asesoramientos	Coordinar acciones conjuntas con municipios a fin de atraer y atender inversores y personalidades destacadas				X
	Producción de material para informar	Promover la producción por parte de especialistas, escritores, etc. en diferentes soportes, como libros, folletos, CD, afiches, etc.				

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.1.6. Fortalecimiento del Sitio Web	Archivo de noticias, artículos y eventos	Crear una base de datos que contenga las noticias y que forme parte del sitio.				
	Desarrollo de nueva información	Ampliar la información contenida en el sitio incorporando todas las localidades mediante un proceso intensivo de Relevamiento. Mejorar y actualizar periódicamente la información existente.				
	Incorporar traducciones en varios idiomas del contenido.	Hacerlo conforme a los productos y mercados interesados. Inglés, Portugués, mandarín, Italiano, Francés y Alemán.				
	Difusión del sitio en diferentes medios y distintos mercados	Ampliar el acceso a mercados actuales y acceder a mercados nuevos (aumentar la cantidad de visitas al sitio).				
	Convenir la mejor forma de mantener el sitio Web, capacitación para el personal y proveedores de información	Capacitar al personal directa e indirectamente relacionado a la página Web.				
	Crear una red de página de la provincia de interés turístico y convenir con los responsables la actualización y calidad de contenidos					

Programa B.2.2. Monitoreo Comercial

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.2.1. Investigación de Mercados	Monitoreo de la demanda real – Análisis por destino turístico	Diseño de la base de la demanda real por destino				
	Generar un programa permanente y sistemático de relevamiento de la demanda real por temporada de los principales destinos de la provincia	Disponer en el mes de abril de los resultados que permitan una evaluación de la temporada				
	Generar un programa permanente y sistemático de la demanda real anual de los principales pesqueros de la Provincia orientado a la evaluación cuantitativa y cualitativa del producto pesca					
	Monitoreo de la demanda real por Línea de Producto	Pesca, Negocios, Congresos, Histórico, Religioso, Naturaleza, Rural, Salud, Aventura				
	Análisis cuantitativo y cualitativo del producto Pesca Deportiva en bocas de expendio de permisos de pesca, principales sitios de pesca de la provincia y operadores					
	Monitoreo de la demanda real Internacional					
	Investigación de Mercados Potenciales Internacionales	Establecer los contactos y procedimientos necesarios para la obtención / adquisición de la información				
	Diseño y mantenimiento de la base de datos "Mercados Potenciales" a partir del año 2008.					
	Diseño de un sistema muestral para relevar demanda y ocupación en fines de semana largos					
B.2.2.2. Investigación de la competencia	Selección y recopilación de información relacionada con la comercialización de los distintos productos a través de fuentes secundarias (investigaciones, revistas especializadas, entre otras) y fuentes primarias de datos (entrevistas con operadores): Negocios Congresos y Convenciones Pesca deportiva Histórico Cultural Excursionismo Turismo Aventura Turismo Rural					

	Educativo Caza deportiva Otros productos (Fiestas Populares, Avistaje de Aves)					
B.2.2.3. Evaluación cuanti- cualitativa de las acciones de marketing	Obtención de datos de primera mano destinados a evaluar "la respuesta de los mercados" ante las acciones de marketing	Evaluación de las acciones generadas a través de los programas: a) Publicidad y Promoción de Venta b) Asistencia e Informes al turista				

B.2.3. PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
B.2.3.1. Innovación en la comercialización	Determinar una mezcla comercial innovadora de los productos según el mercado meta	Determinar el Plan de Negocios según los segmentos de mercado a atacar				
	Gestionar la implementación del Centro Interactivo Regional de Reservas	Proyecto de Región Centro				
B.2.3.2. Mejoramiento operativo de los negocios	Analizar la competencia	Conocer las ofertas existentes y mejorar la propuesta				
	Fortalecer canales de comercialización en los mercados existentes	Atender adecuadamente las necesidades de los Operadores con material e información adecuada				
	Promover Empresas de Turismo Receptivo	Incentivar para completar el sistema comercial				
B.2.3.3. Apoyo a las acciones comerciales del sector	Generar encuentros entre operadores turísticos en los nuevos mercados	Buscar nuevos puntos de contacto que ayuden a generar negocios entre Prestadores				
	Incrementar los encuentros de negocios	Buscar nuevas modalidades funcionales para el acceso a los mercados				
B.2.3.4. Publicidad y Promoción de Ventas	Giras de negocios	Apoyo logístico y de difusión a la realización de giras de comercialización en el mercado nacional e internacional				
	Participación en eventos específicos del sector como ferias, workshops a nivel regional, nacional e internacional	Asistencia y respaldo a los operadores provinciales en la participación de eventos de difusión y comercialización				

	Instalación de stand de informes, coordinación para contactos con la prensa en eventos locales y provinciales de importancia para la atención del turista	Respaldar la organización y difusión de los eventos locales y provinciales que favorezcan a la actividad turística				
	Exposiciones	Garantizar la integración de la promoción turística con todas las demás acciones de orden social y cultural				
	Concursos	Organizar una serie anual de concursos que apoyen la difusión del turismo y de la marca SANTA FE				
	Conferencias	Organizar y/o auspiciar conferencias que aporten valor agregado al producto y a la marca SANTA FE.				
	Fiestas populares	Instalación de stand de informes turísticos y facilitación de contactos con medios de prensa locales en fiestas locales y provinciales de importancia para la atención del turista.				
B.2.3.5. Fidelización	Desarrollo del programa					
	Coordinar acciones conjuntas con el sector privado y Municipios					
	Auspicios- RRPP					
B.2.3.6. Banco de Imágenes	Ordenamiento y clasificación por actividad, temporada, códigos de búsqueda y propiedad	Gestión, producción y actualización de producciones temáticas. Rendimiento de imágenes digitales				
	Producción de imágenes filmicas y videos	Creación de una biblioteca de iconografía para su utilización en material grafico y virtual				
	Desarrollo de presentaciones de formato multimedia, para promoción institucional y difusión de productos					
	Producción del manual de uso de la Identidad Corporativa, a fin de lograr el efecto de uniformidad orgánica en los diversos usos del material institucional					
	Organizar encuentros de negocios entre inversores turísticos	Impulsar la inversión turística para diversificar la oferta y agregar valor a la misma				

CALENDARIO DE ACCIONES PROMOCIONALES

SUBPROGRAMAS B.2.1.1 PROMOCION DE PRODUCTOS Y

SUBPROGRAMAS B.2.1.2 PROMOCION DE DESTINOS

PERIODOS TURISTICOS ESPECIALES

CAZA

La Resolución 124 de la Subsecretaría de Recursos Naturales y Pesca

HABILITÓ LA TEMPORADA DE CAZA 2007 EN SANTA FE desde el 1º de MAYO

Se fijaron como periodos de caza deportiva para el *PATO CRESTON*, *SIRIRÍ COMÚN* y *SIRIRI PAMPA* desde el 1º de mayo al 12 de agosto; para la *PERDIZ CHICA COMÚN* y *PACAHA* o *GALLINETA COMÚN* desde el 1º de julio al 29 de julio. Sobre estas especies podrá practicarse la caza exclusivamente los días sábados, domingos y feriados.

La *PALOMA TORCAZA*, *COTORRA*, *MORAJU* o *NEGRUCHO*, *VARILLERO* o *CONGO* y la *LIEBRE* podrá practicarse su caza durante todo el año.

PESCA:

Vedas: Noviembre Diciembre y Enero

Torneos reconocidos de Pesca:

- 15 al 18 marzo
- 1ra quincena Mayo
- 7 al 9 Julio
- 2da quincena Septiembre
- 13 al 16 de Octubre
- 1ra quincena Octubre

FERIADOS

Calendario Escolar de Santa Fe y Feriados Nacionales Argentinos

El Ministerio de Educación y Cultura de la Provincia de Santa Fe dio a conocer el calendario escolar para el año 2007.

El 1º de marzo comienzan las clases en el nivel inicial, EGB 1 y 2, es decir de 1º a 6º año, la escuela especial y la EGB para adultos.

El 12 de marzo se inician las clases en la EGB 3, es decir 7º, 8º y 9º años, el Polimodal y Trayectos Técnico-Profesionales y las Escuelas Medias Para Adultos (EMPAS).

El 9 de abril comienza el primer cuatrimestre para alumnos del nivel superior.

Las vacaciones de invierno: serán entre los días 10 y 20 de julio.

Vacaciones de verano: El 7 de diciembre finaliza el ciclo lectivo.

Regidos por la Ley 21.329, excepto el 8 de Diciembre, incorporado por la Ley 24.445.

Feriados Nacionales Argentinos

Feriados Inamovibles

Lunes 1º de Enero: Año Nuevo

Sábado 24 de Marzo: Día Nacional de la Memoria por la Verdad y la Justicia

Lunes 2 de Abril: Día del Veterano y de los Caídos en la Guerra de Malvinas

Viernes 6 de Abril: Viernes Santo Festividad Cristiana

Martes 1º de Mayo: Día del Trabajador

Viernes 25 de Mayo: Primer Gobierno Patrio

Lunes 9 de Julio: Día de la Independencia

Sábado 8 de Diciembre: Inmaculada Concepción de María

Martes 25 de Diciembre: Navidad

Feriados Trasladables

20 de Junio: Paso a la Inmortalidad del Gral Manuel Belgrano. Pasa al Lunes 18 de Junio.

17 de Agosto: Paso a la Inmortalidad del Gral José de San Martín. Pasa al Lunes 20 de Agosto.

12 de Octubre: Día de la Raza. Pasa al Lunes 15 de Octubre.

Días No Laborables Inamovibles

Jueves 5 de Abril: Jueves Santo Festividad Cristiana

Pascuas Judías: Sólo para aquellos que profesan la religión judía. (Ley 26.089). Sancionada el 19 de abril (Los dos primeros días y los dos últimos de la Pascua Judía)

Jueves 13 de Septiembre: Primer Día de Rosh Hashana, Año Nuevo Judío. Sólo para habitantes que profesen la Religión Judía. Dispuesto por la Ley 24.571.

Sábado 22 de Septiembre: Yomkipur (Gran Día del Perdón). Sólo para habitantes que profesen la Religión Judía. Dispuesto por la Ley 24.571.

Lunes 1 de Enero (Fechas aproximadas. Se rigen por el calendario lunar.): Fiesta del Sacrificio. Sólo para los habitantes que profesen la Religión Islámica. Dispuesto por la Ley 24.757.

Sábado 20 de Enero (Fechas aproximadas. Se rigen por el calendario lunar.): Año Nuevo Islámico. Sólo para los habitantes que profesen la Religión Islámica. Dispuesto por la Ley 24.757.

Sábado 13 de Octubre (Fechas aproximadas. Se rigen por el calendario lunar.): Culminación del Ayuno. Sólo para los habitantes que profesen la Religión Islámica. Dispuesto por la Ley 24.757.

Fuente: Ministerio del Interior

Calendario de Ferias y Misiones Internacionales

El siguiente es el Calendario de Ferias y Misiones Internacionales correspondiente al año 2006 desarrollado por la Subsecretaría de Comercio Exterior de la provincia de Santa Fe dependiente del Ministerio de la producción, del que también depende la de Turismo, por lo que además de la racionalidad de aprovechar en forma conjunta el esfuerzo, orgánicamente también están unidas en el mismo objetivo.

Merece varios comentarios este calendario. Queda muy claro que además de las condiciones de la potencialidad de los recursos turísticos la organización de promoción de la producción de Santa Fe, es muy fuerte y extendida, por lo que una vez que se incorpore turismo a la oferta en los eventos internacionales a corto plazo debe dar buenos resultados.

La inversión será mínima en relación a los resultados esperados, ya que los costos fijos ya están incurridos y solo sería necesario el material de promoción, folletos, imágenes, CD y la capacitación de los informantes.

En una segunda etapa después de evaluar los resultados del primer año, habrá que promover con las empresas del sector industrial el turismo de negocios.

Estos son todos los eventos donde concurrió Santa Fe en el 2006:

-ISM 2006

36° Edición Feria Internacional de Golosinas, Confitería e Industria de Helados
29 de Enero al 1 de Febrero de 2006 - Colonia Alemania

-PRODEXPO 2006

13° feria internacional de materia prima, equipos maquinarias y tecnología para la industria de productos alimenticios

13 al 17 de Febrero de 2006 - Moscú, Rusia

-GULFOOD 2006

Feria de Alimentos, Bebidas, Equipamiento y Salón Culinario

19 al 22 de Febrero de 2006 – Dubai

-MISIÓN A ROSARIO SE MUESTRA 2006

Organizada por Región Centro

VII Exposición de Indumentaria y Accesorios para bebés, niños, teens, pret a porter y jeans

1 y 2 de Marzo de 2006 - Rosario, Santa Fe

-ALIMENTARIA BARCELONA 2006

16º Feria de Barcelona

6 al 10 de Marzo

-MISIÓN A FERIAGRO 2006

4º Feria Agroindustrial

8 al 11 de Marzo de 2006 - Tortugas - Amstrong, Santa Fe - Argentina

-EXPOCOMER 2006

Vitrina del Comercio Mundial

8 al 12 de Marzo 2006 - Panamá

-CEBIT 2006

Feria Internacional de Tecnologías de Información, Telecomunicaciones, Software y Servicios

9 al 15 de Marzo de 2006 - Hannover, Alemania

-EXPOACTIVA 2006

Feria del Sector Agropecuario

30 de Marzo al 2 de Abril de 2006 - Mercedes, Uruguay

-MISIÓN COMERCIAL A SUDÁFRICA

Organizada por el CFI y Región Centro

3 al 9 de Abril de 2006

Sector Multisectorial

-MISIÓN INVERSA DE AUTOPARTES

Organizada por Región Centro

Tercera Semana de Abril de 2006 - Rafaela, Santa Fe

-MISIÓN A XXII FERIA INTERNACIONAL DE COCHABAMBA 2006

Feria Multisectorial organizada por FEICOBOL

27 de Abril al 5 de Mayo de 2006 - Cochabamba, Bolivia

-MISIÓN A IHFM 2006

Organizada por CFI

International Home Furnishings Market - HIGH POINT

25 de Abril al 4 de Mayo de 2006 - Carolina del Norte, Estados Unidos

-SITEVI MERCOSUR 2006

3 al 6 de Mayo de 2006

Sector Tecnología Vitivinícola

-RONDA EN FESPAL 2006

Feria y Seminario de Producciones Alternativas

4 al 7 de Mayo - Chabas, Santa Fe

-CIBUS 2006

Organizado por PECER

13º Edición - Salón Internacional de la Alimentación

4 al 7 de Mayo de 2006 - Parma, Italia

-EXPO SANTA RITA 2006

14º Edición - Exposición Agrícola, Ganadera Industrial y de Servicios

5 al 14 de Mayo de 2006 - Santa Rita, Paraguay

-MISIÓN COMERCIAL A URUGUAY

9 y 10 de Mayo de 2006 - Montevideo, Uruguay

Sector Multisectorial

-APAS 2006

22º Edición - Feria Supermercadista de la Asociación Paulista

22 al 26 de Mayo de 2006 - San Pablo, Brasil

-AGRISHOW 2006

13º Feria Internacional de Tecnología Agrícola en acción

15 al 20 de Mayo de 2006 - Ribeirao Preto, Brasil

-EXPOMUEBLES 2006

25º Salón Internacional del Mueble

19 al 28 de Mayo de 2006 - Buenos Aires, Argentina

-MISIÓN COMERCIAL A RUSIA

Organizada por CFI y Región Centro

Primera quincena de Mayo de 2006 - Moscú, Rusia

Sector Multisectorial

-MISIÓN COMERCIAL A MÉJICO

Junio 2006 - México DF

Sector Informática

-MISIÓN COMERCIAL CENTRO AMÉRICA

Organizada por Región Centro

Junio 2006 - Guatemala, Honduras y Santo Domingo

Sector Multisectorial

-EXPOPACK 2006

Feria Internacional de Tecnología para Alimentos

27 al 30 de Junio de 2006 - México DF

-MISIÓN INVERSA DE SERVICIOS

Organizada por Región Centro

Segunda quincena de Junio de 2006 - Córdoba, Argentina

Sector Servicios

-EXPOPARAGUAY 2006

XXIV Feria Internacional de Ganadería, Industria, Agricultura, Comercio y Servicios

9 al 24 de Julio de 2006 - Campo de exposiciones Asociación Rural del Paraguay,
Mariano Roque Alonso, Asunción, Paraguay

-FANCY FOOD SHOW

52º Edición - Delaikatessen, Alimentos Naturales, Kosher y Servicios

10 al 12 de Julio de 2006 - New York, Estados Unidos

-PAACE AUTOMECHANIKA 2006

12 al 14 de Julio de 2006 - México DF

Sector Autopartista

-MISIÓN A EXPORURAL RAFAELA 2006

17 al 21 de Agosto de 2006 - Rafaela, Argentina

Sector Agrícola Ganadero

-FIME 2006

Feria Comercial y Conferencia Médicas Internacionales

22 y 23 de Agosto de 2006 - Miami, Florida

-EXPO PRADO 2006

101º Exposición Internacional de Ganadería y Muestra Internacional Agroindustrial y Comercial

31 de Agosto al 11 de Septiembre de 2006 - Montevideo, Uruguay

-MISIÓN INVERSA TECNOAR 2006

Exposición Nacional de Informática y Tecnología

31 de Agosto al 2 de Septiembre de 2006 - Rosario, Argentina

-MISIÓN COMERCIAL A CHILE

Agosto de 2006 - Córdoba, Argentina

Sector Multisectorial**-SANA 2006**

18º Salón Internacional de la Alimentación Natural, Salud y Medio Ambiente

7 al 10 de Septiembre de 2006 - Bologna, Italia

-GLS 2006

7 al 10 de Septiembre de 2006 - Dusseldorf, Alemania

Sector Calzado y Marroquinería**-AUTOMECHANIKA 2006**

12 al 17 de Septiembre de 2006 - Frankfurt, Alemania

-TECNOFIDTA 2006

8º Exposición Internacional de Tecnología Alimentaria, Aditivos e Ingredientes

19 al 22 de Septiembre de 2006 - Buenos Aires, Argentina

-EXPOCRUZ 2006

31º Feria Internacional Multisectorial

22 de Septiembre al 1 de Octubre de 2006 - Santa Cruz de la Sierra, Bolivia

-EXPO BARINAS 2006

Feria de Maquinarias Agrícolas

Septiembre de 2006 - Barinas, Venezuela

-MISIÓN INVERSA DE ALIMENTOS

Septiembre de 2006 - Córdoba, Argentina

-MERCOPAR 2006

Feria Internacional de Subcontratación e Integración Industrial

Septiembre de 2006 - Caxias do Sul

-EXPOCOMEX 2006

4º Exposición Internacional de Productos y Servicios para el Comercio Exterior

10 al 12 de Octubre de 2006 - La Rural, Buenos Aires, Argentina

-MISIÓN A FECOL 2006

9º Feria Multisectorial

12 al 16 de Octubre de 2006 - Esperanza, Santa Fe, Argentina

-EXPO CIHAC 2006

XVIII Exposición Internacional de Edificación y Vivienda

17 al 21 de Octubre de 2006 - México DF

-SIAL PARIS 2006

Mercado Global de Alimentos y Bebidas

22 al 26 de Octubre de 2006 - París, Francia

-MISIÓN A LA INDIA

Noviembre de 2006

Sector Multisectorial - Organizada por CFI y Región Centro

-SIMO 2006

21º Feria Internacional de Informática, Multimedia y Comunicaciones

7 al 12 de Noviembre de 2006 - Madrid, España

-AUTOMECHANIKA BUENOS AIRES 2006

Exposición Sudamericana Comercial e Internacional desde el Diseño al Mantenimiento y Reciclaje Automotriz

15 al 18 de Noviembre de 2006 - Buenos Aires, Argentina

-MISIÓN COMERCIAL A SANTIAGO DE CHILE

Noviembre de 2006 - Sector Multisectorial

-FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA

25 de Noviembre al 3 de Diciembre de 2006 - Guadalajara, México

-MISIÓN INVERSA SECTOR FRUTAS

"Citrus y Berries"

Concordia, Entre Ríos - Diciembre de 2006

-PRI SHOW 2006

Feria de Autopartes de Competición

14 al 16 de Diciembre de 2006 - Orlando, Estados Unidos

Son 38 Misiones al exterior, cubriendo 4 continentes, y las mas importantes de Argentina.-

También se destacan los países emisores de turistas más importantes, como Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Italia y los Latinoamericanos como Brasil, Chile y Uruguay.

Capítulo 7

C- PLAN INSTITUCIONAL

C- PLAN INSTITUCIONAL

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS

C.1. Estrategias:

- C.1.1. Fortalecimiento Interno
- C.1.2. Fomento de Inversiones
- C.1.3. Integración Regional, Plan Estratégico Región Centro y PFETS
- C.1.4. Alianzas
- C.1.5. Legislación y Normativas del Sector

C.1.1. Fortalecimiento Interno

Esta estrategia apunta a la modernización de la gestión pública en el área de turismo y al desarrollo de procesos basados en resultados y orientados al cliente, con el objeto de contribuir al desarrollo de nuevos paradigmas.

Es necesario contemplar:

- El diseño de la gestión administrativa, en función de las nuevas tecnologías, orientada a las necesidades en términos de beneficios para la comunidad en general y los usuarios de los servicios en particular.
- La modernización tecnológica que incluye todos los proyectos de informatización de la gestión, la mejora de las competencias en los recursos humanos, y el establecimiento de nuevos medios de comunicación por redes abiertas e internas.
- Lograr un cambio en la gestión de la tecnología informática a efectos de dotarla de atemporalidad, sustentabilidad, actualización y soporte a los sistemas en uso y en implementación.

C.1.2. Fomento de Inversiones

Fomentar el crecimiento del turismo a través de la actividad privada, orientando las inversiones identificadas hacia proyectos que permitan lograr un desarrollo sustentable de los productos y destinos turísticos.

C.1.3. Integración Regional, Plan Estratégico Región Centro y PFETS

La gestión turística de la Provincia de Santa Fe establece un modelo participativo, intersectorial y dinámico que asegura la articulación y potenciación de las acciones de los organismos provinciales que tienen incidencia en el sector turístico. Mantendrá una estrategia biregional participando con las regiones Centro y Litoral, manteniendo la asociación estratégica política con Córdoba y Entre Ríos, y además con Litoral como propuso la Secretaría de Turismo de la Nación en el PFETS. Asimismo permite la planificación y ejecución de los distintos planes, programas y proyectos turísticos.

Se busca optimizar los canales institucionales existentes, a la vez que generar unidades de gestión específicas para fines concretos, como son las Redes de Gestión, Plan estratégico de la Región Centro, el COLITUR y la creación del Ente Mixto Regional de promoción (Litoral).

C.1.4. Alianzas

Se promueve la realización de alianzas estratégicas a fin de articular las acciones públicas con las privadas, posibilitando el desarrollo de un proceso sinérgico entre diversas instituciones y/o empresas relacionadas directa o indirectamente con el sector.

C.1.5. Legislación y Normativas del Sector

El adecuado funcionamiento del sistema turístico provincial requiere de un marco jurídico referencial que lo contemple en su integralidad, a partir del cual puedan ser elaboradas y reformuladas normativas que atiendan de manera actualizada aspectos referidos a lo institucional, al ordenamiento, fomento y contralor de las actividades y servicios turísticos, a la protección del patrimonio turístico y a todo hecho o servicio susceptible de ser regulado jurídicamente, en función del desarrollo turístico.

C.2. Programas Específicos

C.2.1. Programa de Fortalecimiento Institucional a Corto Plazo

C.2.2. Programa de Fortalecimiento Institucional a Mediano y Largo Plazo

C.2.3. Programa de Facilitación**C.2.4. Programa de Normativas del Sector****C.2.1. Programa de Fortalecimiento Institucional a Corto Plazo**

Optimiza las capacidades físicas, tecnológicas, intelectuales y actitudinales del Organismo que permiten el desarrollo técnico integral de los programas que se incluyen en el presente documento para activar el sistema turístico provincial.

Subprogramas**C.2.1.1 Equipamiento****C.2.1.2 Infraestructura****C.2.1.3 Tecnología****C.2.1.4 Manuales de procedimientos****C.2.1.5 Recursos humanos****C.2.1.6 Estructura orgánica Departamentos técnicos****C.2.2. Programa de Fortalecimiento Institucional a Mediano y Largo Plazo**

Gestionar la solicitud de un programa de financiamiento internacional para realizar el fortalecimiento institucional que la actividad turística demanda en nuestra Provincia. Se busca un equipo técnico capaz de relevar y disponer de información estadística de la actividad, formular políticas en función de la realidad y de los objetivos que fije la autoridad. Proveer financiamiento suficiente para la inversión futura. Impulsar las normativas que el sector necesite, poder asesorar al sector privado sobre las tendencias nacionales y mundiales en lo que hace a los gustos y modalidades, la evolución tecnológica y garantizando la sustentabilidad de las actividades individuales y del sector en armonía con el medio ambiente.-

C.2.3 Programa de Facilitación

Gestionar acuerdos a nivel provincial, regional, nacional e internacional en los ámbitos públicos y privados que generen condiciones favorables y agilicen el funcionamiento del sistema turístico.

Subprogramas

C.2.3.1 Fortalecimiento Empresarial: Atracción, asesoramiento y facilitación a inversores privados orientando las inversiones a proyectos Identificados.

C.2.3.2 Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional:

Promover la constitución y funcionamiento de mesas de acuerdos en las distintas jurisdicciones con la intención de definir lineamientos concretos para cada ámbito: Concejo Litoral Turístico, Plan Estratégico de la Región Centro, Consejo Federal de Turismo, Cooperadora, Cámaras empresariales Locales, de la Administración de Parques Nacionales, Mesa Intermunicipal (a constituir) entre otros.

C.2.4. Programa de Normativas del Sector

Analiza y elabora normativas legales adecuadas a las nuevas tendencias del turismo, tanto a nivel general como particular, que permitan el desarrollo de la actividad en un marco de seguridad.

Subprogramas

C.2.4.1 Creación de normas legales

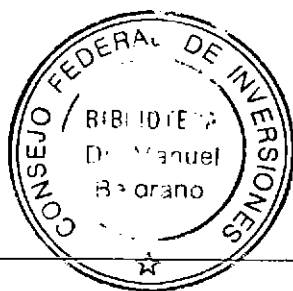
C.2.4.2 Compatibilización y simplificación de normativas locales, provinciales y nacionales públicas y privadas en materia turística y de actividades colaterales.

C.2.1. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL A CORTO PLAZO

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
C.2.1.1. Equipamiento	Adquirir mobiliario adaptado a necesidades Inmediatas					
	Telecomunicaciones, papelería y útiles.					
	Vehiculos	Destinados a facilitar traslados tanto del personal que cumple funciones específicas como para el material logístico de eventos Minibús, Automóvil y Utilitario tipo Cangoo				
C.2.1.3. Tecnología	Adquirir tecnología de punta	Modernización y actualización. Soporte de los sistemas de Información				
	Tecnología para soportar un tablero turístico de monitoreo e información					
C.2.1.4. Manuales de procedimiento	Elaborar manuales de procedimiento					
C.2.1.5. Recursos humanos	Incorporar personal capacitado y entrenado	Organización de acuerdo a las áreas que se definen y otras que se pongan en funcionamiento				
	Capacitación y actualización	De acuerdo a necesidades planteadas en el Plan Estratégico				
C.2.1.6. Estructura Orgánica. Deptos Técnicos	Crear los departamentos técnicos para desarrollar las actividades previstas en el Plan.	Desarrollo de Productos, Monitoreo de la competencia, Estadísticas, Promoción y marketing, Fiscalización				
	Crear un departamento técnico administrativo para el manejo del fondo de Turismo proveniente de la ley de Casinos Nro 11998 que asigna 5% para políticas activas del desarrollo turístico					
	Crear los departamentos técnicos o convenir con otros organismos del estado (IPEC) para desarrollar las actividades previstas en el Plan. Desarrollo de Productos, Monitoreo de la competencia, Estadísticas, Promoción y marketing, Fiscalización.					

C.2.3. PROGRAMA DE FACILITACIÓN

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial	Elaboración de material de base	Creación de un banco de datos de inversores				
		Material de presentación y fotográfico				
		Guía de Inversores				
	Difusión de inversiones turísticas deseadas	Ruedas de Negocios. Convocatoria de inversores en las agregaduras comerciales de las embajadas				
		Promoción de inversiones en otros países				
		Promoción de inversiones en Argentina				
		Licitaciones Públicas de proyectos identificados				
	Creación de incentivos para atraer inversiones	Exenciones impositivas similares a la de la Industria				
		Líneas de crédito				
		Venta de tierras fiscales				
		Banco de datos de proyectos de inversión pública y privada				
		Elaboración de indicadores para inversionistas				
		Análisis de fuentes de financiamiento para proyectos de inversión				
		Análisis de fuentes de financiamiento para evolución comercial				



Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional	Concertar con cada sector las acciones comunes					
	Resolver los problemas de facilitación para cada sector o producto					
	Concertar los reglamentos de cada actividad					

C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional	TUR. DE NEGOCIOS					
	Participar activamente en todas las acciones que surjan con motivo de las concesiones otorgadas y/o nuevas concesiones para la creación de centros de Convenciones y Casinos en el ámbito provincial.	Organismos Provinciales, Concesionarios, Municipios, Bureau y Asociaciones empresarias de productores y de Turismo.				
	Convenios para concretar el mejor desarrollo de la actividad.					
	CONGRESOS Y CONVENCIONES					
	Participar activamente en todas las acciones que surjan con motivo de las concesiones otorgadas y/o nuevas concesiones para la creación de Centros de Convenciones y Casinos en el ámbito provincial.	Organismos Provinciales, Concesionarios, Municipios, Bureau y Asociaciones empresarias.				
	HISTORICO					
	Participar activamente en todas las acciones necesarias para incentivar el desarrollo de este producto	Organismos provinciales, Museos, Municipios, operadores receptivos.				
	EDUCATIVO					
	Participar activamente en todas las acciones necesarias para incentivar el desarrollo de este producto	Organismos provinciales, Ministerio de Educación, Municipios, operadores receptivos. Cámaras empresarias				
	PESCA DEPORTIVA					
	Participación en la elaboración de las reglamentaciones relacionadas con la Actividad. En lo posible de alcance regional	Organismo Provincial y Asociaciones de pescadores, Gobiernos de la región con los que se comparte el recurso, ONG. Prefectura.				
	Hacer conocer los puntos de vista y necesidades del turismo en los organismos regionales de pesca.	COMIP				
	Tratar la política de siembra de peces en Lagunas y ríos, cuidando aspectos biológicos, legales y económicos.	Organismo Provincial y Entidades de pescadores. Acuerdos con la Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable para colaborar en la optimización del control. Organismo Provincial y Municipios del corredor pesquero				
	CAZA DEPORTIVA					

	Gestiones con prestadores y propietarios de cotos para incorporarlos a la oferta.	Organismo Provincial. Asociación de empresarios cinegéticos. Cámara de Empresarios de Caza y pesca deportiva para extranjeros.-				
	SENDERISMO					
	Difusión de la propuesta en todo el ámbito provincial y en otros ámbitos, a fin de fomentar el desarrollo y la interconexión de senderos a nivel nacional e internacional.	Organismo Provincial, Parques Nacionales, Municipalidades y Comisiones de Fomento				
	Convenios para concretar el mejor desarrollo de la actividad.	Organismos Nacionales (como Parques Nacionales), provinciales (como la Dirección General de Áreas Naturales Protegidas) o privados (como Asociaciones de Ong) u otros relacionados con la presente temática.				
	AVISTAJE DE AVES					
	Convenios para concretar el mejor desarrollo de la actividad.	Organismos Nacionales (como Parques Nacionales), provinciales (como la Dirección General de Áreas Naturales Protegidas) o privados (como Fundaciones Ornitológicas) o Asociaciones relacionadas con esta temática.				
	TURISMO DE AVENTURA					
	Esquema de solución frente a las superposiciones de competencia y jurisdicción entre organismos.	Organismos nacionales, provinciales, municipales y privados.				
	TURISMO RURAL					
	Conformación de la Red Provincial de Turismo Rural.	Establecimientos privados y organismos provinciales. INTA				
	TURISMO EN COMUNIDADES INMIGRANTES Y ORIGINARIAS					
	Conformación de una Red de Comunidades que conformen un circuito organizado en Localidades de Pueblos Originarios, Rosario, Helvecia, San Carlos, Reconquista, Moisés Ville, y otros	Comunidades Originarias, Colectividades Europeas y Organismo Provincial.				
	GASTRONOMÍA					
	Conformación de una Red de Prestadores para el desarrollo de las rutas de gastronomía.	Prestadores, Organismos Provincial y Municipios. Colectividades				

C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Internacional	OTROS ACUERDOS DE INTEGRACIÓN					
	Secretaría de Turismo de la Nación, Consejo Litoral Turístico, Consejo Federal de Turismo, Comité Asesor. Mesa Intermunicipal Turística. Comisiones Asesoras Locales.					
	Plan Estratégico de la Región CENTRO					
	Región Litoral en el PFETS					
	Adm. Parques Nacionales					

C.2.4. PROGRAMA DE NORMATIVAS DEL SECTOR

Subprograma	Acciones	Observaciones	1	2	3	4
C.2.4.1. Creación de Normas Legales	Proyectar Reglamento del Alojamiento Turístico para categorizar y promover inversiones acordes a las necesidades y tendencias de la demanda.	Realizar en un plazo de 1 año, trabajando en conjunto con el sector privado y el Consejo Federal de Turismo.				
		Estudiar en un plazo de 6 meses las modificatorias a la Reglamentación de Alojamientos Turísticos de la Provincia Ley de HOTELERIA. Nro 6838. y el Decreto reglamentario 1216/72				
	Redactar proyecto de ley provincial de Turismo	Estudiar en un plazo de 6 meses las modificatorias a la Reglamentación de Alojamientos Turísticos de la Provincia Ley de HOTELERIA. Nro 6838. y el Decreto reglamentario 1216/72				
	Reglamentar las actividades de Turismo Aventura.	Definir condiciones de resguardo al ambiente en el cual se desarrollan las actividades turísticas				
		Definir condiciones de seguridad a cumplir por los prestadores de turismo activo				

	Reglamentar y promover el turismo educativo					
	Reglamentar y promover el turismo estudiantil					
	Reglamentar y promover el turismo de salud					
	Reglamentar los alojamientos extrahoteleros: en casa de familia, alojamiento alternativo y/o cama y desayuno (Bed and breckfast), hosteles y otras modalidades de alojamiento aún no normadas	Promover un Registro de Alojamiento Turístico en casa de familia en cada municipio				
		Crear el Registro de Alojamiento alternativo y/o cama y desayuno (B y B)				
		Investigar acerca de la creación de un Registro de segundas residencias y casas de alquileres administradas por inmobiliarias				
	Reglamentar los productos Caza Deportiva y Pesca Deportiva.	Definir los requisitos a cumplir por los prestadores y guías de Pesca deportiva				
	Reglamentar el Registro de Prestadores	Crear el Registro				
	Ley de Fomento de la Actividad Turística equiparando los beneficios fiscales y crediticios de la Industria	Solucionar problemas estructurales de la actividad y de prestadores de Turismo Activo; mediante instrumentos impositivos, obligaciones fiscales, créditos de fomento o cesión de bienes inmuebles de diversos dominios, entre otros				
	Definir en conjunto las normas y modo de control para las actividades de Turismo Aventura realizadas en el espacio aéreo provincial	Firmar Convenio con Fuerzas Aéreas en un plazo de 6 meses.				
	Investigar y elaborar una reglamentación de servicios de calidad según las normativas internacionales	Elaborar la Ley de Turismo de Calidad que contemple los indicadores analizados en el Programa de Diseño de Indicadores de Calidad - B.2.9.				
	Delinear en conjunto los requisitos necesarios para la mejora de los servicios turísticos y del uso del medio ambiente, con el fin último de definir normas de calidad utilizando las Normas ISO 9000 y las ISO 14.000, teniendo de base a la Agenda 21 y al Código Ético Mundial para el Turismo	Acordar los requisitos y firmar Convenios con cámaras de turismo y afines durante el tercer año de gestión				

		Firmar convenios con municipios turísticos y otros municipios provinciales durante el tercer año de gestión				
--	--	---	--	--	--	--

PROGRAMAS DE APLICACIÓN TRANSVERSAL

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

Este plan de desarrollo de la actividad turística se apoya en el principio de sustentabilidad y esta respeta la preservación y conservación de los recursos naturales, la provincia cuenta con áreas naturales protegidas, y otras de alta jerarquía que deben ser protegidas y pueden ser declaradas reservas e inclusive parques, tanto del territorio como de los ríos. En términos de su importancia turística la conservación de éstas áreas es un elemento central del desarrollo sustentable.

En función de ello, se propicia la coordinación con la gestión del Área de Recursos Naturales a fin de generar un marco jurídico adecuado que permita la puesta en marcha de políticas consistentes y la promoción del desarrollo turístico en dichas áreas.

SEGURIDAD TURÍSTICA

La implementación de acciones y programas tendientes a brindar seguridad a los turistas contribuyen a la consolidación y satisfacción que demandan los turistas nacionales y extranjeros para el disfrute de su estadía en los destinos turísticos de SANTA FE.

Fortalecer de manera conjunta con todos los organismos la marca SANTA FE como “Destino Seguro”.

TABLERO TURÍSTICO

Diseñar y ejecutar un sistema integral de información del sector a efectos de crear un Tablero Turístico que se constituya en una base oportuna, confiable y válida para la formulación, seguimiento y evaluación de las políticas públicas y privadas dirigidas al desarrollo del sector.

En tal sentido se prevé:

- a) Hacer uso de la tecnología de la información
- b) Crear marcos legales con entes públicos y privados vinculados directa e indirectamente con la actividad a fin de propiciar la colaboración en la obtención y suministro sistemático de datos de interés turístico

- INDEC y el Instituto Provincial de Estadísticas y Censo, Cuenta Satélite y otras estadísticas.

- Desarrollo y mantenimiento del Estudio Impacto del Turismo en la economía de la Provincia, en convenio con el CFI.

- Coordinación regional para el tratamiento de información de mercados nacional e internacional.-

c) Impulsar la difusión de dicha información mediante el desarrollo de la mega base SIT (Sistema de Información Turística) a diferentes niveles de acceso:

- Nivel interno difusión de SIT en intranet

- Nivel externo de acceso público y de acceso restringido, difusión de SIT en Internet

Fin del documento del PET

CAPITULO 8

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO

Este Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Santa Fe que requirió de mucho esfuerzo y tiempo de funcionarios y actores del turismo, que resulta un documento complejo, participativo y abarcativo de toda la geografía provincial, de todas las modalidades, también tiene una expresión presupuestaria.

A partir de disponer de los perfiles de cada proyecto que integra el plan se podrá tener una primera aproximación al costo del mismo, si el nivel de elaboración fuera mayor será en este sentido la calidad del presupuesto.

Todas las acciones previstas pueden ser ejecutadas por los diversos niveles de actores, algún organismo del estado provincial, del estado nacional, un municipio, un empresario o un acuerdo de coparticipación en el financiamiento.

Por tanto se confeccionará una planilla de todas las acciones que se realizarán en el año y se asignará el monto que se presupuesta para cada responsable de la ejecución que figuraran en columnas. De esta manera se podrá disponer la información del monto de inversión total del año, la que hará cada organismo, lo que se asignará por modalidad turística, la asignación por cada uno de los planes, oferta, demanda, institucional, por subprograma y por ciudad.

Corresponderá al Ministro del área, decidir anualmente el Presupuesto operativo que autoriza para la ejecución de cada una de las acciones previstas que integran el PET. Estas decisiones estarán en línea con las partidas presupuestarias disponibles, el ritmo de crecimiento de la actividad, las demandas del sector privado que también comprometerán sus inversiones y las urgencias y conveniencias de adelantar o postergar la ejecución de obras o acciones.-

Ejemplo de planilla de presupuesto con diversos organismo responsables de la ejecución de las acciones o proyectos.

Acción	Monto	Organismo Ejecutor o Financiador						
	Inversión Total	Sub Sec Tur	Presupto Prov.	Vialidad	SECTUR	Xx	Munici pio	Empresa
Cartel ruta	100000			100000				
Paseo Arte	5000						5000	
Hotel	500000							500000
Sub totales por Programa								
Parque Tematic	5000000	400000	100000	600000	800000		100000	3000000
Centro Interpret	75000		75000					
Capacitación	100000	40000			30000			30000
Totales								

PRESUPUESTO DE ACCIONES PET 2007 2016 CON EJECUTORES

ACCIONES	Año 1	Presp SF	Sector	L 25996	CFI	Municipios	0	Privado	Imp Otros	Sin Financ
A.2.1. PROGRAMA PUESTA EN VALOR DE ATRACTIVOS	200.000	35.000	165.000	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.1. Turismo Sol y Playa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.2. Turismo de Aventura	200.000	35.000	165.000	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.3. Turismo de Naturaleza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.4. Turismo Rural	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.5. Turismo de Deportes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.6. Turismo Contemplativo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.7. Turismo Cultural	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.8. Turismo EDUCATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.9. Turismo CIENTIFICO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.10. Turismo De SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.1.11. Turismo de Intereses Especiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.2. PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.2.1. Señalamiento Turístico Vial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.2.2. Señalización Turístico Urbano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.3. PROGRAMA GESTION AMBIENTAL, DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.3.1. Gestión para la Renovación, Diversificación, Dimensionamiento y Localización del Equipamiento e Instalaciones Turísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.3.3. Participación en Planes de Manejo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.3.4. Zonificación y Limitación de Usos Turísticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PRESUPUESTO DE ACCIONES PET 2007 2016 CON EJECUTORES

ACCIONES	Año 1	Presp SF	Sectur	L 25996	CFI	Municipios	0	Privado	Imp Otros	Sin Financ
A.2.4. PROGRAMA FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE SERVICIOS TURÍSTICOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.1. Alojamiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.2. Agencias de Viajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.3. Prestador de Actividades Turística	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.4. Áreas para el Desarrollo de Productos Turísticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.5. Gastronomía	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.6. Transporte Turístico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.4.7. Alquileres de Equipos para las Actividades Turísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.7. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.7.1. Capacitación General en Turismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.7.2. Capacitación en Gestión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.7.3. Capacitación Operativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.7.4. Capacitación por línea de productos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.8. PROGRAMA: MONITOREO DE INFRAESTRUCTURA EQUIPAMIENTO Y EMPRESAS DEL SECTOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.8.1. Monitoreo de Inversiones Turísticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.8.2. Monitoreo de la Oferta Turística	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.9. PROGRAMA: CALIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.9.1. Diseño de indicadores de calidad de equipamiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.9.2. Diseño de indicadores de calidad de infraestructura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.9.3. Diseño de indicadores de calidad de recursos humanos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.9.4. Diseño de indicadores de calidad de productos turísticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A.2.9.5. Diseño de indicadores de calidad de destinos turísticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totales A....	200.000	35.000	165.000	0	0	0	0	0	0	0

PRESUPUESTO DE ACCIONES PET 2007 2016 CON EJECUTORES

ACCIONES	Año 1	Presp SF	Sectur	L 25996	CFI	Municipios	0	Privado	Imp Otros	Sin Financ
B.2.1. PROGRAMA: MARKETING OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	20.000	-20.000
B.2.1.1. Promoción de Productos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.1.2. Promoción de Destinos	0	0	0	0	0	0	0	0	20.000	-20.000
B.2.1.3. Posicionamiento Marca SANTA FE y Submarcas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.1.4. Asistencia e informes al turista	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.1.6. Fortalecimiento del Sitio Web	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.2. MONITOREO COMERCIAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.2.1. Investigación de Mercados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.2.2. Investigación de la competencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.2.3. Evaluación cuantitativa de las acciones de marketing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3 PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3.1. Innovación en la comercialización	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3.2. Mejoramiento operativo de los negocios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3.3. Apoyo a las acciones comerciales del sector	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3.4. Publicidad y Promoción de ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3.5. Fidelización	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B.2.3.6 Banco de Imágenes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totales B....	0	0	0	0	0	0	0	0	20.000	-20.000

PRESUPUESTO DE ACCIONES PET 2007 2016 CON EJECUTORES

ACCIONES	Año 1	Presp SF	Sectur	L 25996	CFI	Municipios	0	Privado	Imp Otros	Sin Financ
C.2.1. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL A CORTO PLAZO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.1.1. Equipamiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.1.2. Infraestructura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.1.3. Tecnología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.1.4. Manuales de procedimiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.1.5. Recursos humanos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.1.6 Estructura organica de Depart Tecnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.2. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL A LARGO PLAZO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.2.1. Gestión de Crédito Internacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.2.2. Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.3 PROGRAMA DE FACILITACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.3.1. Fortalecimiento Empresarial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.3.2. Integración y Concertación Provincial, Regional, Nacional e Intern	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.4. PROGRAMA DE NORMATIVAS DEL SECTOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C.2.4.1. Creación de Normas Legales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totales C....	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES DE ACCIONES	200.000	35.000	165.000	0	0	0	0	0	20.000	-20.000

ANEXOS

Anexo 1 - Metodología de Evaluación del Turismo en la Provincia de Santa Fe

De las metodologías que podíamos utilizar para evaluar la realidad del turismo en la provincia y sus potencialidades. Elegimos en función de resultados obtenidos en otras oportunidades y por las características de la provincia, la que se expone a continuación:

Se Utilizan dos procedimientos complementarios:

- 1 Análisis del grado de desarrollo de los productos y destinos turísticos, y
- 2 Análisis del grado de competitividad de los productos turísticos

Procedimiento 1. Análisis del Grado de Desarrollo de los Productos y Destinos Turísticos

En función de generar una implementación adecuada y eficaz de los diferentes programas específicos y transversales de los productos, es imprescindible conocer el grado de desarrollo de los mismos.

Para realizar este análisis, se utiliza como herramienta el estudio y evaluación de indicadores turísticos. Estos indicadores permiten evaluar la información y promover en las distintas instancias, la adopción de decisiones responsables tendientes al desarrollo de un turismo sostenible.

Este análisis permite:

- Identificar y evaluar el grado de desarrollo de cada espacio turístico y sus productos.
- Mostrar la relación general entre espacio turístico / producto en sus niveles de uso de los recursos naturales y culturales, y tendencias del mercado actual.
- Identificar límites y oportunidades dentro de los criterios del turismo sostenible

Selección de los indicadores a utilizar.

El índice es una herramienta para medir atributos que en muchos casos son de índole cualitativa. Asimismo, constituye una medida resumen con la obvia pérdida de información descriptiva y cualitativa que ello implica que permite expresar a

través de un valor las características contenidas en la definición del indicador. Su gran ventaja reside en que posibilita la comparación de características o cualidades que de otro modo sería imposible visualizar.

Para la obtención del grado de desarrollo de los productos se combinaron los siguientes indicadores: atractividad, accesibilidad, equipamiento, demanda y estacionalidad. Estas cuestiones resumen y abarcan las principales condiciones para que el turista se pueda desplazar, permanecer, disfrutar y percibir la calidad del producto a través de la satisfacción de sus expectativas. Tienen que ver con la forma en que los productos se presentan en el mercado: cómo se accede a ese producto, si son satisfactorios los modos de transporte para la demanda, el equipamiento para que el turista pueda permanecer y realizar las actividades turísticas, la afluencia de turistas y la estacionalidad es decir, la época del año en que el producto se desarrolla.

El índice Grado de Desarrollo asume para cada producto un valor que oscila entre 0 y 15 resultante de la sumatoria de los valores obtenidos en cada uno de los indicadores, cuyo rango de variación va de 0 a 3, resultando finalmente las siguientes escalas e interpretaciones:

Escala correspondiente a los Indicadores	Escala del Índice "Grado de Desarrollo"
De 0 a 1 = BAJO	De 0 a 5 = Grado de Desarrollo Bajo
Más de 1 a 2 = MEDIO	Más de 5 a 10 = Grado de Desarrollo Medio
Más de 2 a 3 = ALTO	Más de 10 a 15 = Grado de Desarrollo Alto

A continuación se define la significación de cada atributo. Para evaluar los productos dentro de cada espacio turístico (corredor, región, zona o ciudad).

Atractividad

Evaluación de los atributos del sitio que lo hacen atractivo para el turismo internacional y nacional. El sistema de valoración se realiza en base al criterio adoptado en la Zonificación Turística de la Provincia de Santa Fe para la jerarquización de atractivos.

A saber:

ALTA (valor 3): producto excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual).

MEDIA (valor 2): producto excepcional capaz de motivar una corriente actual de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

BAJA (valor 1): productos con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales.

Accesibilidad

Evaluación de los atributos que permiten llegar al sitio dónde se encuentra el producto: rutas, caminos, senderos, estado de los caminos, aeropuertos, transporte terrestre, estaciones de bus. Accesibilidad al destino desde los mercados emisores o centros de distribución; y medios de transporte públicos.

ALTA (valor 3): existencia de rutas, caminos, aeropuertos, transporte terrestre y estaciones de bus. Buen estado de caminos. El sitio es accesible, posee medios de transportes públicos satisfactorios.

MEDIA (valor 2): existencia de rutas, caminos, transporte terrestre y estaciones de bus. Mantenimiento de los caminos en la temporada invernal. Temporalidad en la accesibilidad por las condiciones rigurosas del clima. Insatisfactorios medios de transporte público.

BAJA (valor 1): existencia de caminos de ripio, ausencia de mantenimiento de caminos por condiciones de clima riguroso. Caminos a campo traviesa. Dificultad de acceso en la mayor parte del año. Ausencia o mínima disponibilidad de transporte público.

Equipamiento

Evaluación de los atributos en relación a la existencia de servicios según los productos a ponderar: alojamiento turístico en todas sus variedades y categorías,

gastronomía, vayas de excursión, servicios de guías, guardaparques, senderos, miradores, servicios públicos.

ALTA (valor 3): presencia de cantidad, diversidad y calidad de servicios para satisfacer la demanda del turista.

MEDIA (valor 2): presencia de cantidad de servicios para que el turista pueda permanecer en el sitio.

BAJA (valor 1): presencia de condiciones y equipamiento mínimo para que el turista pueda permanecer en el sitio.

Demanda

Evaluación de los atributos en relación a los flujos turísticos que demandan el producto, a nivel internacional, nacional o local, ponderada cantidad de visitantes y niveles de ocupación.

ALTA (valor 3): gran porcentaje de demanda que consume el producto.

MEDIA (valor 2): porcentaje medio de demanda que consume el producto.

BAJA (valor 1): bajo porcentaje de demanda que consume el producto.

Estacionalidad

Evaluación de los atributos en relación a los meses de permanencia del producto en el mercado:

ALTA (valor 1): una sola temporada

MEDIA (valor 2): temporadas de invierno y verano

BAJA (valor 3): se puede desarrollar durante todo el año o la mayor parte del año.

Valoración de los indicadores

La valoración de los indicadores se efectúa en términos relativos al desarrollo de todas las actividades de la Provincia de Santa Fe, de acuerdo a la metodología internacional. Así, muestran grados de desarrollo relativos entre sí, y no absolutos. Es decir, que en la medición se toman como parámetro los productos santafesinos, con lo cual el mayor desarrollo factible de alcanzar está dado por el producto de mayor desarrollo de la provincia (y no los niveles de desarrollo mundiales o nacionales).

Se asigna a cada indicador la escala alto, medio y bajo, (A-M-B) con valoración numérica 3, 2 y 1 respectivamente. Estos valores de referencia proporcionan puntos a los indicadores con respecto a los cuales se puede evaluar la tendencia general de

un determinado producto / zona. La estacionalidad constituye una excepción en la escala, donde 1, 2 y 3 es bajo, medio y alto respectivamente.

Una vez aplicada la valoración, en donde los cuatro indicadores/ valores se combinan en forma equitativa (es decir, que ninguno de ellos tiene mayor peso) es posible visualizar el grado relativo de desarrollo a partir de los criterios de clasificación alto, medio y bajo (A-M-B).

Cabe destacar que la valoración de los indicadores puede diferir para los distintos actores públicos / privados (locales o externos) por su diferente percepción de los atributos a valorar.

Procedimiento 2. Indicadores de desarrollo Potencial de Productos Turísticos

2.1 Atractividad de los productos.

Acá trabajamos con un conjunto de preguntas con respuestas cualitativas que igualmente nos permitirán construir un ranking de la potencialidad. Las preguntas fueron las siguientes:

- 1) ¿El tamaño del mercado es importante? ¿Es suficiente? ¿Son muchas las personas que estarían interesadas en consumir este tipo de productos?
- 2) ¿El mercado está creciendo, está estancado o en retroceso?
- 3) ¿Hay mucha competencia para este producto? ¿Esa competencia es importante?
- 4) ¿Esa competencia va a crecer en el futuro?
- 5) ¿Hay otro centro turístico en la zona o en la Argentina que ofrezca un producto igual o similar?
- 6) ¿Cuánto contribuye el producto a desestacionalizar el turismo en Santa Fe? ¿El producto contribuye a que vengan turistas en otras épocas del año que las habituales?
- 7) ¿Posibilita la diversificación de productos?
- 8) ¿Los turistas pertenecientes a este segmento, son gastadores? ¿Los interesados en el producto gastan dinero en la localidad?
- ¿El consumo de este producto asegura un gasto elevado en la localidad y su zona de influencia?
- 9) ¿El producto es compatible, neutro o incompatible con otros productos?

10) ¿La estadía de los turistas de este segmento, es importante?

11) ¿Permitiría prolongar la estadía de los segmentos que ya vienen a Santa Fe por otras razones?

12) ¿Contribuye el producto a dar una buena imagen de Santa Fe?

13) ¿Contribuye a diferenciar a Santa Fe?

14) ¿Cuánto contribuye el producto a la generación de empleo?

Cuadro de los resultados obtenidos de aplicar la metodología

ATRACTIVIDAD PRODUCTOS TURISTICOS														
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Sol y playa	Si	Crece	Si	Si	Si	No	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Trekking	No	Crece	No	N/ S	Si	Si	Si	No	C	No	No	No	No	Poco
Canotaje	Si	Crece	No	N/ S	Si	Si	No	No	C	No	No	Si	Si	Poco
Ciclismo	Si	Crece	No	No	Si	Si	No	No	I	No	No	Si	No	Poco
Overlanding 4 x 4	N/ S	Crece	Si	Si	Si	Si	No	Si	C	No	No	Si	Si	Poco
Cabalgatas	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	No	Si	C	No	No	Si	Si	Poco
Carrera de Aventura	No	Crece	Si	Si	Si	Si	No	Si	I	No	No	Si	No	Poco
Triatlón	No	Estan	Si	Si	Si	Si	No	Si	I	No	No	Si	No	Poco
Observación Fauna y Flora	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	No	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Avistaje de aves	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	No	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Safari fotográfico	Si	N/ S	Si	Si	Si	Si	No	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Actividades Náuticas	Si	Crece	No	Si	Si	Si	No	Si	C	No	No	Si	Si	Poco
Senderismo/ Caminatas	Si	Crece	No	Si	Si	Si	No	No	C	No	No	Si	No	Poco
Campamentismo	No	Estan	No	Si	Si	No	Si	No	C	No	No	Si	No	Nada
Estancias	No	Estan	Si	Si	Si	Si	No	No	C	Si	Si	Si	Si	Poco
Agroturismo	N/ S	N/ S	N/ S	Si	Si	Si	Si	Si	C	No	Si	Si	Si	Mucho
Pesca Deportiva	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	No	Si	I	Si	Si	Si	Si	Mucho
Caza mayor y menor	Si	Crece	Si	Si	Si	No	No	Si	I	Si	Si	Si	Si	Mucho
Golf	N/ S	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	No	Si	Si	Si	Poco
Polo	No	Estan	No	No	Si	No	Si	Si	C	Si	No	Si	Si	Poco
Excursionismo	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	No	Si	Si	Mucho
Histórico	Si	Crece	Si	N/ S	No	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho

Turismo Urbano	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Turismo Religioso	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	No	C	No	Si	Si	Si	Poco
Turismo Étnico	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Poco
Fiestas Populares/ Artesanías	Si	Crece	Si	Si	Si	No	Si	Si	C	No	Si	Si	Si	Mucho
Circuitos Productivos	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	No	Si	Si	Si	Mucho
Turismo Idiomático	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	No	Si	Si	Mucho
Educativo histórico	N/ S	N/ S	N/ S	Si	Si	Si	Si	No	C	Si	No	Si	Si	Mucho
Educativo tecnológico	N/ S	Estan	N/ S	Si	Si	Si	Si	No	C	Si	No	Si	Si	Mucho
Educativo naturaleza	N/ S	Estan	N/ S	Si	Si	Si	Si	No	C	Si	No	Si	Si	Mucho
Estudiantil	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	No	C	Si	No	Si	Si	Mucho
Turismo Arqueológico	Si	Estan	N/ S	N/ S	Si	Si	Si	No	C	No	Si	Si	Si	Poco
Turismo Termal	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	No	Poco
Medicina, Salud y Belleza	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Congresos y Convenciones	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Turismo de Negocios	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Cruceros por el río	Si	Crece	N/ S	N/ S	Si	Si	Si	Si	C	No	No	Si	Si	Poco
Compras	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Trenes Turísticos	Si	Crece	N/ S	N/ S	Si	Si	Si	No	I	No	Si	Si	Si	Poco
Sitios de Patrimonio Mundial	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	No	Si	Si	Si	Poco
Automovilismo	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Turismo Incentivos	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	Si	C	Si	Si	Si	Si	Mucho
Parques Temáticos	Si	Crece	N/ S	Si	Si	Si	Si	Si	C	No	Si	Si	Si	Mucho
Partidos de Fútbol	Si	Crece	Si	Si	Si	Si	Si	No	C	No	Si	Si	Si	Poco

2.2 Potencialidad de los productos

Se trabajó con una metodología similar a la anterior: primero se confeccionó un cuadro general siguiendo las preguntas-guía que fueron traducidas en un cuadro ponderando los resultados según sus posibilidades en ALTO, MEDIO Y BAJO con puntajes equivalentes a 3, 2 y 1 respectivamente. En forma posterior, se elaboró un "ranking" de los productos con mayores posibilidades de desarrollo en Santa Fe.

1- ¿Los recursos que integran el producto tienen alta / media / baja jerarquía?

- 2- ¿Es un producto único o existen otros similares?
- 3- ¿Se tiene acceso directo a las decisiones sobre su gestión o está bajo otras jurisdicciones?
- 4- ¿La accesibilidad física a los recursos que integran el producto, es buena / regular/ mala? ¿Se puede mejorar?
- 5- ¿El producto requiere de recursos humanos especializados para su desarrollo? ¿Existen o se pueden capacitar en la provincia?
- 6- ¿El producto requiere de inversiones importantes para su desarrollo? ¿Son factibles de lograr?
- 7- ¿El producto tiene restricciones legales para su desarrollo?
- 8- ¿El equipamiento está a la altura de lo que se necesita? ¿Se puede mejorar?
- 9- ¿La infraestructura está a la altura de lo que se necesita? ¿Se puede mejorar?
- 10- ¿El producto puede por si solo atraer demanda a Santa Fe o actúa como propuesta complementaria de quienes vienen por otros motivos u atractivos?
- 11- ¿Es un producto conocido o habría que insertarlo en el mercado?
- 12- ¿Su aprovechamiento está muy condicionado por factores externos imponderables?
- 13- ¿Santa Fe tiene ventajas competitivas importantes con respecto a otros destinos para este producto?

POTENCIALIDAD DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS														
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	PT
Turismo de Negocios	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	35
Congresos y Convenciones	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	34
Agroturismo	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	33
Histórico	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	1	3	3	33
Educativo histórico	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	33
Partidos de Fútbol	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	32
Pesca Deportiva	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	31
Turismo Urbano/ Música	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	30
Turismo Incentivos	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	30
Tour Compras	2	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	30
Caza mayor y menor	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	30
Avistaje de aves	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	30
Parques Temáticos	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	30
Sol y playa	2	2	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	29
Excursionismo	2	1	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	1	28
Safari fotográfico	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	28
Observación Fauna y Flora	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	28
Medicina, Salud y Belleza	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	1	3	2	28
Golf	2	1	3	3	3	2	3	2	2	1	1	3	2	28
Estudiantil	2	2	3	3	2	2	3	1	2	3	1	2	2	28
Estancias	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	28
Educativo tecnológico	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	28
Circuitos Productivos/ Gastron	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	1	3	2	28
Automovilismo	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	28
Turismo Étnico	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	2	27
Ciclismo	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	27
Canotaje	2	2	1	3	2	3	3	2	3	1	1	2	2	27
Campamentismo	1	1	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	1	27
Cabalgatas	1	1	3	2	2	3	3	3	1	1	2	2	2	26

Polo	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	26
Turismo Religioso	1	2	2	3	3	2	3	2	1	3	1	2	1	26
Turismo Idiomático	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	26
Triatlón	2	1	2	3	2	3	3	2	3	1	1	2	1	26
Carrera de Aventura	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	26
Turismo Termal	3	2	3	3	2	1	1	1	1	2	2	3	2	26
Overlanding 4 x 4	2	1	2	3	2	3	3	2	2	1	1	2	1	25
Fiestas Populares/ Artesanías	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	1	2	2	25
Educativo naturaleza	2	1	3	3	3	2	3	1	1	2	1	2	1	25
Turismo Arqueológico	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	1	3	1	24
Trekking	1	1	1	3	2	3	3	2	3	1	1	2	1	24
Senderismo/ Caminatas	1	1	3	3	2	3	3	2	1	1	1	2	1	24
Actividades Náuticas	2	2	1	3	3	1	2	2	2	2	1	1	2	24
Cruceros por el río	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	20
Trenes Turísticos	2	2	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	19

Participaron en la evaluación el Subsecretario, el Director provincial de Turismo, el Administrador Gral. de Gobierno, el Director provincial Turismo Social, y demás técnicos del equipo de la Subsecretaría. Para evaluar la atraktividad, potencialidad y competitividad de los productos turísticos. Aprovechando la información disponible acumulada en los talleres anteriores de los últimos 3 años y de los trabajos realizados por el CFI.-

Anexo 2 - ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS:

Toda la información que a continuación se presenta fue extraída del Tercer Informe de la CAT – Cámara Argentina de Turismo: "Importancia de la Industria de Viajes y Turismo (IVT) Como Actividad Económica", correspondiente al mes de Octubre del 2006. Agradecemos a su presidente Marco Palacio, que autorizó la inclusión de esta valiosa información que ilustra sobre la importancia de la actividad. El Informe completo lo encontrarán en la pagina Web de CAT, www.camaraargturismo.com.ar. Otros datos en la de www.turismo.gov.ar

La Industria de Viajes y Turismo en la Argentina 2003- 2005

Concepto	2003	2004	2005
PIB de la Argentina (precios corrientes, millones \$)	375.909	447.643	532.268
PIB o VAB de la IVT (precios corrientes, millones \$)	24.299	28.923	34.425
Participación en el PIB 2005, % (a precios corrientes)	6,91	7,01	7,02
Participación en el PIB 2005, % (a precios constantes 1993)	7,1	7,23	7,33
Generación de empleos, puestos de trabajo	1.040.776	1.095.731	1.135.748
Empleo en % de la PEA	7,7	7,1	7,14
Market Share del Turismo mundial, en %	0,69	0,44	
Arribos de turismo receptivo, en personas	2.995.272	3.352.572	3.891.756
Generación de divisas por exportaciones (millones U\$S)	2.106	2.990	3.819,00
Divisas en % del total de exportaciones (Bienes y Servicios)	6,3	7,6	8,2
Ubicación en el ranking de complejos exportadores	4º	3º	3º
Contribución tributaria, millones \$	4.893,00	6.909,00	8.364,00
En % de la recaudación	5,8	5,9	5,8

Fuente: CAT en base a Mecon. INDEC. AFIP, WTO

Población Ocupada en la IVT, según Rama de Actividad Económica

RAMA	2005	Participación %
ACTIVIDADES PRIMARIAS	27.733	2,40
INDUSTRIA MANUFACTURERA	104.395	9,20
CONSTRUCCIÓN	45.265	4,00
COMERCIO	361.479	31,80
HOTELERÍA	96.841	8,50
GASTRONOMÍA	39.526	3,50
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	200.821	17,70

SERVICIOS FINANCIEROS	8.311	0,70
SERV. INMOBILIARIOS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	98.211	8,60
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	47.882	4,20
ENSEÑANZA	21.994	1,90
SERV. COMUTARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	81.285	7,20
TOTAL	1.135.748,00	100

Fuente: CAT en base a INDEC y M. Economía

La Industria de Viajes y Turismo en la Argentina En 2005

Contribución Económica de Divisas, de Empleo y Fiscal. Comparación con otros sectores

Concepto	IVT	Sector Agropecuario	Minería	Industria Manufacturera	Construcción	Transporte, Almc y Com
Participac en el PIB 2005 % (a precios constan de 1993)	7,33	6,01	1,8	17,9	6,2	10,3
Generación de empleo, 2005 en % de la PEA	7,14	8	0,7	13,1	7,9	6,3
Generación de divisas por exportaciones 2005 (mil u\$s)	3.819, 0	7.915,60	6.990,50	25.107,30	-	-
En % del total de exportaciones (Bienes y Servicios)	8, 2	17, 1	15,1	54,2	-	-
Contribución tributaria 2005 (1)						
En millones de \$	8.364,00	8.157,80	14.425,6	33.034,70	2.894,70	6.547,80
En % de la recaudación	5,8	6,8	12,1	27,7	2,4	5,5

Fuente: CAT en base a Mecon, INDEC y AFIP

El Turismo en América y en Países del Hemisferio Sur. Principales Destinos y Gastos.

País	Arribos de turistas internacionales (miles)		Gastos de turistas internacionales (millones U\$S)		Relación gastos/turistas en dólares
	2002	2004	2002	2004	
Canadá	20.067	19.150	10.691	12.843	670
México	19.667	20.618	8.858	10.753	520
EEUU	43.582	46.077	66.605	74.481	1620
Australia	4.420	4.354	10.318	12.952	2970
Nva. Zelanda	2.136	2.348	3.979	4.951	2110
Sudáfrica	6.548	6.815	5.144	5.648	830
República Dominicana	2.811	3.450	2.763	3.180	920
Puerto Rico	3.067	3.541	2.486	3.024	850
Costa Rica	1.113	1.453	1.078	1.358	930
Argentina	2.820	3.353	1.535	2.563	760
Brasil	3.783	4.725	1.998	3.222	680
Chile	1.412	1.785	1.091	1.091	610
Colombia	567	791	967	1.032	1300
Perú	862	1.203	802	1.078	900

Fuente: O.M.T. Organización Mundial del Turismo mes noviembre 2005

Contribución Económica del Turismo - Comparaciones internacionales

País	Año	PBVT, en % PIB	Método
España	2004	11	CST
México	2001	8,5	CST
Argentina	2005	7,01	Propio- IVT
Australia	1998	4,5	CST
Chile	1996	3,8	CST
Canadá	2000	2,4	CST
E.E.U.U.	1997	2,2	CST

Fuente: CAT en base a O.M.T., Naciones Unidas, Consejo Mundial de Viajes y Turismo.
Instituto Nacional de Estadísticas (España).

Ingresos de Turistas Extranjeros a la Argentina. 2000- 2006

Origen	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Var %	Ver %
								05/ 00	05-abr
Brasil	451.368	333.012	345.038	350.298	361.699	435.662	536.157	-3,5	20,4
Chile	571.334	520.316	749.036	767.758	831.938	938.259	939.344	64,2	12,8
Uruguay	488.037	392.450	362.963	363.107	429.681	479.728	464.700	-1,7	11,6
Resto América Latina	717.027	731.581	809.934	719.100	770.410	876.021	386.015	22,2	13,7
América del Norte	252.384	179.832	152.620	224.472	259.360	320.780	399.869	27,1	23,7
Europa	354.050	370.933	323.729	455.998	555.148	668.737	652.646	88,9	20,5
Asia y Otros	75.268	92.340	76.719	114.598	144.337	172.588	224.304	129,3	19,6
Total	2.909.468	2.620.464	2.820.039	2.995.272	3.352.572	3.891.756	4.073.623	33,8	16,1

Fuente: CAT en base a SECTUR: Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas.

Estimación de la recaudación nacional atribuible a la industria de Viajes y Turismo

En millones de \$

y %

Impuestos	2002		2003		2004		2005	
	Mill \$	(%)	Mill \$	(%)	Mill \$	(%)	Mill \$	(%)
IVA	1.068	7,0	1.588	7,6	2.417	7,8	2.938	8,0
Ganancias	589	6,6	849	5,8	1.343	6,0	1.565	5,6
Créditos y Debit en cta.cte.	330	6,8	410	6,9	590	7,7	702	7,4
Combustibles	257	5,7	285	5,7	308	5,7	345	5,7
DNT (pasajes aéreos)	70	100,0	89	100,0	109	100,0	138	100,0
Monotributo impositivo	22	9,9	28	10,0	50	10,0	76	10,0
Total	2.334	7	3.249	6,9	4.817	7,3	5764	7,1

Fuente: CAT en base a AFIP

Estimación de la recaudación atribuible a la industria de Viajes y Turismo- En millones de \$ y %

Impuestos	2002	2003	2004	2005
IVA	1.066,00	1.589,00	2.417,00	2.938,00
Ganancias	589	817	1.343,00	1.565,00
Créditos y Debitos en cta.cte.	330	410	590	702
Combustibles	257	285	306	345
DNT (pasajes aéreos)	70	89	109	137
Monotributo impositivo	22	28	50	76
TOTAL NACIÓN	2.334,00	3.218,00	4.817,00	5.763,00
Aportes	265	387	476	572
Contribuciones	477	630	749	955
Monotributo provisional	23	29	46	59
TOTAL SEGURIDAD SOCIAL	765	1.046,00	1.271,00	1.586,00
Ingresos Brutos	417	615	803	998
Inmobiliario	11	14	18	17
TOTAL PROVINCIAS	428	629	821	1.015,00
TOTAL RECAUDACIÓN IVT	3.527,00	4.893,00	6.909,00	8.364,00
TOTAL RECAUDAC S/ REC. TOTAL	6	5,8	5,9	5,8
TOTAL RECAUDACIÓN / PIB	1,13	1,3	1,54	1,57

Fuente: CAT en base a Mecon y S. de Hacienda.

Contribución Económica, Divisas, de Empleo y Fiscal. Comparaciones con otros sectores.

Concepto	IVT	Sector Agropecuario	Minería	Industria Manufacturera	Construcción	Transporte, Almacén y Comunic.
Participación en el PIB % (a precios constantes de 1993)	7,33	6,01	1,8	17,9	6,2	10,3
Generación de empleo, 2005 en % de la PEA	7,14	8	0,7	13,1	7,9	6,3
Generación de divisas por exportaciones 2005 (mill US\$)	3.819,00	7.915,00	6.990,50	25.107,30	-	-
En % del Total de export. (Bienes y Servicios)	8,2	17,1	15,1	54,2	-	-
Contribuc. tributaria 2005 (1)						
En millones de \$	8.364,00	8.157,80	14.425,60	33.034,70	2.894,70	6.547,80
En % de recaudación	5,8	6,8	12,1	27,7	2,4	5,5

Fuente: CAT en base a Mecon, INDEC y AFIP.

Nota: (1) Las contribuciones tributarias corresponden a 2005 y se limitan a los conocidos cinco principales impuestos nacionales:

Ganancias de sociedades, Ganancias de empresas, Ganancias mínimas presuntas, IVA, Seguridad Social y Retenciones a las exportaciones.

En cambio, las de IVT corresponden a todos los impuestos nacionales y provinciales.

Exportaciones: El complejo de IVT y los principales complejos exportadores
En millones de dólares

Concepto	1993	1996	2000	2003	2004	2005
Exportaciones totales	17.768,90	28.394,30	31.217,40	33.613,40	39.389,30	46.355,90
Complejo aceitero	3.226,10	5.220,90	5.123,00	8.322,00	8.841,10	9.780,40
Complejo petrolero	1.347,50	1.347,50	4.790,00	5.375,00	6.077,70	6.879,70
Turismo receptivo	2.050,00	2.974,60	3.194,40	2.306,20	2.990,00	3.419,00
Cereales	1.453,00	2.560,00	2.414,20	2.306,70	2.703,70	2.901,40
Material de transporte	719,4	1.641,90	1.954,20	1.432,20	2.068,10	2.813,10
Metales comunes y sus manufacturas	702,5	1.190,30	1.406,60	1.545,60	1.670,50	2.306,80
Productos químicos y sus conexos	558,8	980	1.308,00	1.558,90	2.017,50	2.305,60
Máquinas y aparatos. Mater eléctrico	748,2	1.063,60	789,8	735,4	1.229,30	1.648,10
Pieles y cueros	754,8	961,5	1.097,80	861	1.052,10	1.320,40
Carnes	133	339	516,5	695,9	937,8	1.146,80
Pescados y mariscos sin elaborar	78	118	324	695	802	922
Materias plásticas artificiales	617,8	889,3	831,3	727,3	840,9	839,1

Fuente: CAT en base a INDEC.

Estimación del Producto Bruto de Viajes y Turismo a precios constantes.

Sector de Actividad		1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
	Miliones de pesos constantes 1993													
	ACTIVIDADES PRIMARIAS Y EXTRATIVAS													
1		314	341	369	370	372	392	397	397	405	394	410	413	447
2	INDUSTRIA MANUFACTURERA	2.157	2.254	2.093	2.228	2.431	2.446	2.280	2.193	2.031	1.809	2.098	2.349	2.529
3	CONSTRUCCIÓN	536	567	498	540	629	684	630	571	505	336	452	585	704
4	COMERCIO MAYORISTA Y MINORISTA Y REPARACIÓN	4.063	4.325	3.968	4.267	4.719	4.854	4.496	4.366	4.022	3.279	3.703	4.206	4.623
5	HOTELES	1.180	1.245	1.201	1.318	1.322	1.432	1.527	1.377	1.364	1.403	1.525	1.617	1.718
6	RESTAURANTES	423	464	449	497	571	610	585	583	532	472	497	533	578
7	TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICAC.	3.227	3.559	3.620	3.870	4.304	4.685	4.624	4.704	4.489	4.133	4.473	5.074	5.826
8	INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	279	336	331	377	430	510	512	523	477	383	322	305	357
9	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	1.622	1.800	1.726	1.821	1.964	2.012	1.940	1.936	1.801	1.567	1.698	1.771	1.849
10	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, DEFENSA Y ORGANIZACIÓN	582	568	565	568	563	560	571	575	565	560	566	577	596
11	ENSEÑANZA	200	206	210	218	227	230	238	244	248	247	254	261	272
12	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS	896	943	934	952	1.041	1.077	1.077	1.092	1.082	975	1.021	1.114	1.223
Producto Bruto de Viajes y Turismo		15.476	16.606	15.962	17.026	18.574	19.523	18.876	18.584	17.520	15.559	17.018	18.804	20.723
Participación sobre VAB (%)		7,11	7,21	7,12	7,22	7,31	7,40	7,37	7,30	7,18	7,03	7,10	7,23	7,33
VAB A PRECIOS DE PRODUCTOR		217.796	230.405	224.283	235.857	253.995	263.702	255.976	254.125	244.052	221.317	239.800	260.172	282.832
PB a precios de mercado		236.505	250.308	243.186	256.626	277.441	288.123	278.369	276.173	263.997	235.236	256.023	279.141	304.815

Fuente: CAT en base a Mecon- Dirección de Cuentas Nacionales.

Anexo 3 - GLOSARIO PET Santa Fe

Tomado del PFETS como base y se hicieron algunas modificaciones que adaptan los criterios al plan y las realidades de la provincia.

Actividades turísticas: Viajes de Negocios, Vacaciones, Esparcimiento, Práctica de deportes, Congresos, Razones de salud, Visitas a atractivos naturales y culturales, otras actividades complementarias.

Atractivo Turístico: Son aquellos sitios que tienen la capacidad de atraer un flujo de turistas. Pueden ser áreas naturales, culturales (hechas por el hombre), tradiciones, realizaciones contemporáneas y eventos programados.

Caza Mayor y Menor: Actividad que consiste en la búsqueda, persecución y muerte, a través de medios permitidos, de un ejemplar de fauna silvestre cuyo aprovechamiento haya sido autorizado, con el propósito de obtener una pieza o trofeo.

Centro: Unidad urbana (polo turístico) con su propio radio de influencia.

Circuitos Productivos/ Gastronomía: El desplazamiento de personas hacia un destino turístico puede tener como objeto conocer las distintas producciones regionales y/o degustar la gastronomía típica de la zona, expresión importante del patrimonio cultural de un pueblo.

Circuito: Vía de circulación con retorno al punto de partida.

Comarca: Extensión de territorio que forma parte de una región. Antonio Torrejón aconseja la utilización de esta expresión.

Corredor: Es un espacio homogéneo, por la distancia cercana entre los atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad.

Compras: La adquisición de bienes que respondan a intereses especiales de los turistas (ropa, joyería de diseño, obras de arte, artesanías) o la compra de artículos comunes, puede ser una atracción importante para visitar un destino, especialmente cuando los precios son más convenientes que en los países de origen de los visitantes.

Conflictos (amenazas y debilidades): Incompatibilidades entre la necesidad y la realidad, y/o intereses encontrados.

Congresos y Convenciones: Es el tipo de turismo motivado por el interés de intercambiar y generar conocimientos, incentivando a la reunión de interesados, profesionales y especialistas en un lugar distinto al de su lugar de residencia habitual.

Cruceros por el río Paraná: Esta modalidad conlleva el traslado y alojamiento de los turistas en una embarcación adecuada a tal fin, con el objeto de visitar sitios de interés durante las escalas programadas en el itinerario, o bien procurando el descanso y la diversión.

Ecoturismo: Toda forma de turismo en la cual la principal motivación es la observación e interpretación de la naturaleza, generando mínimos impactos negativos sobre el ambiente natural y cultural donde se desarrolla, contribuyendo a su conservación.

Encuadres Programáticos: Conjunto articulado de objetivos, alcances y proyectos que precisan un área temática o geográfica para llevar adelante esos aspectos de la Idea Fuerza a la que corresponden.

Escenario: Simulación -etapa a etapa- conduciendo un sistema territorial a una situación futura, representada por una imagen de conjunto de éste. Se realiza sobre la base de conocimientos científicos, información ambiental y socio-económica de conjunto (diagnóstico), y evaluación de tipos de tendencias en los procesos territoriales.

Estrategia: Conjunto de decisiones coordinadas que vinculan los objetivos de desarrollo con las acciones necesarias para lograrlos. Especifica los principales problemas que deben ser resueltos y las oportunidades que pueden aprovecharse.

Fiestas Populares: Estas ceremonias y festividades típicas tienen motivaciones cívicas, religiosas, tradiciones, folklóricas, y finales de cosecha. Despiertan especial interés en la zona y algunas a muchos turistas. Puede ser fuente de ingresos para los residentes de la zona.

Idea Fuerza: Acciones motivadoras centrales capaces de generar el cambio, que solucionen los principales conflictos y encaucen las potencialidades detectadas.

Medicina, Salud y Belleza: La principal motivación de este tipo de viajes es el aprovechamiento de los últimos adelantos tecnológicos relacionados con la medicina y la estética, y contempla la realización de tratamientos de rehabilitación, fertilización y belleza, consultas e intervenciones quirúrgicas, entre otros.

Meta: Cuantifica el objetivo y establece un plazo para alcanzarlo. Es concreta y sirve inmediatamente para la acción. Ej: la meta es incrementar las visitas guiadas en la ciudad de Santa Fe de cinco a diez mensuales en los próximos tres (3) años.

Parques Temáticos: Es el turismo que tiene como motivación la visita de algunos destinos que cuentan con atracciones especiales sobre temas concretos -como por ejemplo periodos históricos, pautas culturales, entorno natural, tecnología futura y aventura-, creadas íntegramente por el hombre.

Participación social: Proceso de diálogo creativo para transformar a los actores en autores y conductores del proceso proyectual.

Plan: Un Plan es un proceso integrado de actuaciones, abarcativo de todas las facetas de la materia a planificar (en este caso el turismo), y que orienta el alcance de sus metas tanto en el corto, como en el mediano y el largo plazo.

En tal carácter, desde hace medio siglo, se ha progresado de la idea de Plan estático, fijo, que pretende predefinir todo lo que acontecerá, a la idea de Plan proceso, que en realidad orienta criterios y acciones en el marco de la máxima previsibilidad o certidumbre posible, pero que posee instrumentos de monitoreo, y ajuste permanente (por su propia construcción sistémica) tales que, sin perder sus metas esenciales, pueda adecuar sus actuaciones a las modificaciones del contexto. Se trata entonces de un proceso planificado, que se prepara para incorporar las altas incertidumbres de todo proceso complejo (cambios políticos, económicos, sociales, naturales, etc.), pero que, por esa misma plasticidad no prepotente, puede mantenerse sustentable en un lapso de tiempo mucho mayor.

Potencialidades (fortalezas y oportunidades existentes): Alternativas de utilidad para la solución de los conflictos, o el desarrollo de nuevas posibilidades.

Premisas: Deseabilidad de los distintos actores respecto de la iniciativa a desarrollar en cada campo de actuación.

Producto Fiestas Populares / Artesanías: Las artesanías auténticas, ceremonias y festividades típicas y trajes tradicionales, suelen despertar especial interés en muchos turistas convirtiéndose en una fuente importante de ingresos para los residentes de la zona.

Producto Sol y Playa: Es la modalidad de turismo que aprovechando las ventajas de la naturaleza (litoral costero en mares, ríos y lagos) y las buenas condiciones climáticas, procura actividades turístico-recreativas asociadas al descanso y diversión.

Proyecto: Acción y/o inversión necesaria para concretar los objetivos del programa al que pertenecen.

Puesta en valor: Convertir un atractivo mediante la incorporación de infraestructura, equipamiento y servicios en un producto turístico que este disponible y accesible para cualquier turista que desee disfrutarlo, y que lo pueda contratar por algún medio comercial.

Región: Gran unidad de territorio en la que se divide la provincia.

Ruta o Camino: Eje de circulación que une un origen con un destino turístico.

Sitios de Patrimonio Mundial: Una motivación importante es la visita a los sitios naturales y culturales incorporados a la Lista del Patrimonio Mundial por la UNESCO, los cuales son considerados de valor excepcional para la humanidad. Se trata de formaciones físicas, biológicas y geológicas, y especies de flora y fauna con valor científico o para la conservación. Asimismo, incluye monumentos o grupos de edificios con alto valor histórico, estético, arqueológico, científico, étnico o antropológico.

Sostenible / Sustentable: Es ya una meta incuestionada en el sistema de las Naciones Unidas, que los países deben procurar que su crecimiento económico sea compatible con el aumento de la equidad social y el mantenimiento de sus ecosistemas. A esto se le ha dado en llamar sustentabilidad o sostenibilidad.

Distinguimos claramente sostenible de sustentable (donde este último término es el que se emplea en la más importante literatura internacional). Sostener indica mantener algo, con ayuda externa. Sustentar significa dar auto sustentación a la cosa de que se trate.

Sustentabilidad Técnica y Económica del Proyecto: Desarrollo técnico/científico de la estrategia propuesta y verificación de las condiciones de sustentabilidad autoimpuestas en el proceso participativo.

Trenes Turísticos: Es la modalidad que utiliza el servicio ferroviario que funciona como un atractivo turístico en sí mismo, debido a su valor histórico y/o constructivo, a su recorrido paisajístico.

Turismo Activo: Es una modalidad de turismo cuya motivación principal es la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la protección del patrimonio natural y cultural del sitio visitado.

Turismo Arqueológico: Es la modalidad de turismo que tiene por objeto conocer, interpretar y reflexionar sobre el presente de una zona o región a través de los restos materiales que legaron los habitantes del pasado.

Turismo Científico: Es una modalidad que procura el conocimiento del mundo natural conjugando la ciencia académica y la educación ambiental con el fin de satisfacer necesidades culturales, educativas y recreativas de los turistas. Asimismo, tiene la particularidad de que los turistas comparten el trabajo de investigadores de campo con el propósito de aprender de ellos.

Turismo Cultural: Es aquella modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y/o participación en forma activa de las manifestaciones culturales de los pueblos a través de un contacto directo con sus costumbres, su folklore, su arte, su ideología, su lengua, su modo de ver el mundo y su desarrollo.

Turismo de Aventura: Viaje o excursión con el propósito específico de participar en actividades en un medioambiente natural, para explorar y vivenciar una nueva experiencia, suponiendo generalmente el factor riesgo y cierto grado de destreza o esfuerzo físico asociado a desafíos personales.

Turismo de Deporte: Es la modalidad de turismo cuya principal motivación es la práctica de algún deporte, o la participación en una determinada competencia deportiva, todo en un entorno natural de belleza extraordinaria o particular.

Turismo de Incentivos: Es una de las modalidades de premios con los que son reconocidos los empleados de empresas que alcanzan por propia voluntad determinados objetivos, obteniendo mejores resultados en su trabajo.

Turismo de Interés Especial: Es una amplia categoría que contempla intereses concretos de los turistas e incluye naturaleza, cultura, historia y otros campos de índole diversa ofrecidos en un entorno local. Estos productos pueden contribuir a promover nuevos destinos o disminuir la estacionalidad de aquellos ya maduros.

Turismo de Salud: Es la modalidad de turismo cuya motivación principal es el cuidado del cuerpo, ya sea por motivos de salud o simplemente por el deseo de mejora física, pudiendo estar combinado con otras motivaciones secundarias (animación, descanso, gastronomía, naturaleza).

Turismo Educativo Histórico: Es la modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y/o participación en forma activa de los hechos históricos a través de un contacto directo con los lugares, los documentos, objetos,

ropas y uniformes, edificios, las estrategias, esquemas de desarrollo de las batallas, sus costumbres, arte, su ideología, su lengua, y su modo de ver el mundo.

Turismo Educativo Tecnológico: Es aquella modalidad de turismo que tiene como motivación que estudiantes conozcan los procesos tecnológicos y productivos en empresas, grandes obras civiles e institutos de investigación.

Turismo Educativo de Naturaleza: Es la que tiene como motivación que estudiantes conozcan e interpreten la naturaleza, flora, fauna, ríos, clima, con mínimos impactos negativos sobre el ambiente natural y cultural donde se desarrolla, contribuyendo a su conservación.

Turismo Estudiantil: Es aquella modalidad de turismo que tiene como motivación que estudiantes hagan un viaje de fin de curso generalmente a ciudades que disponen de los atractivos para un programa equilibrado entre excursiones a paisajes, turismo activo, recreación y actividades sociales.

Turismo Emisor: El de los residentes del país que viajan a otro país.

Turismo Étnico: Es el tipo de turismo que tiene por objeto tomar contacto con los pueblos originarios y/o de inmigrantes que habitaron el territorio nacional, con el fin de conocer sus costumbres, tradiciones, creencias, gastronomía, etc. Esta modalidad también comprende la visita a la tierra de los antepasados, buscando vivenciar la cultura de los ancestros.

Turismo Idiomático y Educativo: Los programas de estudio e intercambio cultural encuadran a personas –o pequeños grupos de personas- que tienen interés por visitar otros países, sus instituciones y reunirse con residentes del lugar, con el objeto de ampliar sus conocimientos de cultura general e idiomas.

Turismo Interior: Incluye el turismo interno y el turismo receptor.

Turismo Interno: El de los residentes de la provincia que viajan únicamente dentro de ésta.

Turismo Nacional: Incluye el turismo interno y el turismo emisor.

Turismo Paleontológico: Consiste en conocer, interpretar y reflexionar sobre el pasado de una región geográfica a través de los restos de flora y fauna fosilizada conservados de distintas formas, en museos y en yacimientos fosilíferos (áreas de estudio).

Turismo Receptor: El de los no residentes que viajan dentro de la provincia.

Turismo Religioso: Es el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual con el objeto de visitar lugares santos, centros de peregrinaje,

basílicas, iglesias, catedrales, monasterios y/o asistir a encuentros y festividades religiosas.

Turismo Rural: Modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos de ámbito rural o en sus inmediaciones y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales.

Turismo Termal: Consiste en el desplazamiento de los turistas hacia centros de aguas termales con fines curativos, preventivos o simplemente recuperación de hábitos saludables, ruptura con la rutina y disminución de estrés.

Turismo Urbano: Se desarrolla principalmente en aquellos núcleos urbanos considerados puntos de entrada a las regiones o zonas turísticas, base para las giras o paradas esporádicas. Son lugares de concentración de servicios, cuentan con sus propias atracciones y suelen ser sede de importantes negocios, congresos y convenciones.

Ventajas Comparativas: Factores favorables al crecimiento económico y el desarrollo social de un territorio, en un momento dado: posición geográfica, capacidad ambiental, recursos humanos en el lugar, infraestructuras, etc. Se puede identificar con la calidad geográfica del lugar.

Ventajas Competitivas: Elementos o formas de organización territorial que hacen a la habilidad o capacidad de un país, región o territorio para alcanzar la prosperidad y el progreso en forma sustentable. En este sentido, la competitividad no se limita al crecimiento del producto o del ingreso, sino que incorpora también mejoras en la equidad, entendidas como la reducción de la pobreza, la desigualdad social y la sustentabilidad ambiental.

Zona: Extensión de territorio que forma parte de una región.

Anexo 4 - CALENDARIO DE PUBLICACIONES

PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO - PROV DE SANTA FE
Calendario de Productos

Producto	Periodo de Actividad											
	Enero	Feb	Mar	Abr	Mayo	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Sol y Playa												
Trekking												
Canotaje												
Parapente												
Ciclismo												
Overlanding 4 x 4												
Cabalgatas												
Carrera de Aventura												
Triatlón												
Observación Fauna y flora												
Avistaje de aves												
Safari fotográfico												
Actividades náuticas												
Senderismo y caminatas												
Campamentismo												
Estancias												
Agroturismo												
Pesca Deportiva												
Caza mayor y menor												
Golf												
Excursionismo												
Histórico												
Turismo Urbano/ Música												
Turismo Religioso												
Turismo Étnico												
Fiestas populares / Artesanías												
Circuitos productivos / Gastronomía												
Turismo Idiomático												
Educativo Histórico												
Educativo Tecnológico												
Educativo Naturaleza												
Estudiantil												
Turismo Arqueológico												
Turismo Termal												
Medicina, Salud y Belleza												
Congresos y convenciones												
Cruceros por el Río												
Turismo de Negocios												
Tour de Compras												
Trenes turísticos												
Carreras de Automovilismo												
Turismo de Incentivo												
Parques Temáticos												
Partidos de Fútbol												

REFERENCIAS

Productos Prioritarios		
Periodos de temporadas		

PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO - PROV DE SANTA FE

Calendario de Publicaciones y Acciones Promocionales							
Calendario Turístico				Acciones Promocionales			
Fecha	Atractivo Evento	Destino	Producto	Acciones	Ámbito	Fecha Inicio	Presupuesto
Enero	Fiestas populares		Fiestas Populares	Publicidad			
	Playas de Rosario	Rosario	Sol y Playa	Campaña	Región	Fit y Nov	
	Playas de Santa Fe	Santa Fe	Sol y Playa	Campaña	Región	Fit y Nov	
	Playas Corredor Ruta 1	Varios	Sol y Playa	Campaña	Región	Fit y Nov	
	Fiesta Prov. de la Música	Ceres	Fiestas Populares	Publicidad	Región		
	Fiesta de los Coleccionistas	Piamonte	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Fiesta Prov. de Reinas Nac.	Carlos Pellegrini	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	1ra Quincena	Fiesta Regional del Tablero	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Tradicional Fiesta de la Cerveza	San Carlos Ctro	Fiestas Populares	Prom. sitios especializados	Región		
	Fiesta Prov. del Durazno	Pavón Arriba	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
Febrero	Fiesta Prov. del Río	Aleandra	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Festival Prov. del Pescador	Sauce Viejo	Eventos prog.	Prom. sitios especializados	Local		
	Fiesta Prov. Del Chozo	Ataliva	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	2da Quincena	Fiesta Prov. Del Trigo	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Fiesta Prov. del Queso	Progreso	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Fiesta Prov. del Asado	Emilia	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Fiesta Prov. del Sol	Romang	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Fiesta Arg. Y Prov. de la Cerveza	San Carlos Sud	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Fiesta Nac. y Prov. del Camping	San Guillermo	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Festival Folclórico "Las 3 Lunas"	Cañada de Gómez	Eventos prog.	Promoción	Local		
	Pesca Inicio de temporada post veda	Toda el area	Pesca	Campaña	Nac e Int		
	Festival Folclórico "Teófilo Madrejón"	Aº Leyes	Fiestas Populares	Promoción			
	Fiesta Prov. de los Bañearios	Localidades rotativas	Fiestas Populares	Publicidad			
	03-Feb Aniversario del Combate San Lorenzo	San Lorenzo	Histórico	Promoción	Nacional	25-Ene	
	Playas de Rosario	Rosario	Sol y Playa	Campaña	Región		
	Playas de Santa Fe	Santa Fe	Sol y Playa	Campaña	Región		
	Playas Corredor Ruta 1	Varios	Sol y Playa	Campaña	Región		
	1ra Quincena	Festival Prov. del Chamamé	Fiestas Populares	Promoción	Local		
	Festival Pre-Federal del Chamame	Villa Constitución	Fiestas Populares	Promoción	Local		
	Fiesta Prov. del Carnaval	Sastre	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Festival Folclórico del Agua y Canto	Santa Fe	Fiestas Populares	Publicidad	Local		
	Gdes. Carnavales Sunchalenses	Sunchales	Fiestas Populares	Publicidad	Región		
	Fiesta de las Colectividades	San Carlos Ctro	Fiestas Populares	Publicidad	Región		

2da Quincena	Maratón Acuá. Internac. Río Coronda	Santa Fe- Coronda	Deportivo	Prom. sitios especializados	Región	
	Aniversario Creación de Bandera Nac.	Rosario	Histórico	Promoción		
	Festival de Doma y Folclore	B. de Irigoyen	Fiestas Populares	Promoción	Local	
	Fiesta Prov. Tcta. del Camionero	Sarmiento	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
	Fiesta del Turismo Helveciano	Helvecia	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
Marzo	Triatlón "Río San Jerónimo"	Reconquista	Deportivo	Prom. sitios especializados		
2da Quincena	Fiesta Regional de Miel Norteña	Los Laureles	Fiestas Populares	Publicidad		
	Torneo del Surubi Santaferino	Santa Fe de la V Cruz	Pesca	Publicidad Revistas espec	Region	
Abril						
	Semana Santa		Tur Urbano	Campaña	Bs As	Marzo
	Fiesta Prov. del Cooperativismo Lechero	Humboldt	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
	Fiesta Prov. del Empleado Ccial e Indus.	Galvez	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
	Fiesta del Puerto y Exportación	Pto Gral. S. Martín	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
2da Quincena	Competencia Vuelta de Reconquista	Reconquista	Deportivo	Prom. sitios especializados	Region	
	Inicio temporada Tur Historico			Campaña Publicitaria	Region	Abril
Mayo						
01-May	FSL	Rosario	Tur Urbano			
		Santa Fe	Tur Urbano			
	Torneo Interprov. de Bochas	San Carlos Citro	Deportivo	Promoción	Local	
	Fiesta Regional del Jinete	San Bernardo	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
	Fiesta del Resero	El Trébol	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
	Fiesta Nac y Prov. del Algodón	Avellaneda	Fiestas Populares	Publicidad	Local	
	Temporada de Caza			Prom. sitios especializados	Nac e Inter	
	Fin de Semana largo 25 de Mayo			Campaña	Nacional	
Junio						
20-Jun	Semana y Día de la Bandera	Rosario	Histórico	Promoción	Nacional	
1ra Quincena	Fiesta Nac del Folclore Suizo	S Jerónimo Norte	Fiestas Populares	Publicidad	Prov	
	Fiesta Nac y Prov Olimpiada Cultural	Maggiolo	Fiestas Populares	Publicidad	Prov	
	Fiesta Prov. De Tallarines con salsa	Clucellas (Plaza)	Fiestas Populares	Publicidad	Prov	
2da Quincena	Fiesta Prov de la Yerra	Cavastá	Fiestas Populares	Publicidad	Prov	
	Fiesta Prov del Citrus Expo Agro-Indus	Malabrigo	Fiestas Populares	Publicidad	Prov	
	Fiesta Prov del Inmigrante Italiano	San Agustín	Fiestas Populares	Publicidad	Prov	

