

Fortalecimiento Institucional del Turismo de Reuniones en Entre Ríos.

2022





ÍNDICE

1 Relevamiento Institucional y de Entorno

- 1.1 Introducción
- 1.2Paraná Destino de Valor
- 1.3 Cronograma de eventos y tipos de eventos
- 1.4 Antecedentes
- 1.5 Paraná Bureau

2 Entrevistas y análisis

- 2.1 Entrevistas Opinión Experta
- 2.2 Análisis de Información FODA - CAME
- 2.3 Priorización de Oportunidades
- 2.4 Conclusiones

3 Elaboración de Futuras Políticas

- 3.1 Introducción
- 3.2 Metodologías
- 3.3 Cronograma
- 3.4 Participantes
- 3.5 Desarrollo de Talleres
- 3.6 Prototipado de guía

4 Conclusiones

5 Anexos

- Hoteles y alojamientos
- Salones
- Museos
- Informes



PARANÁ BUREAU
Congresos y Convenciones

GRUPO
COMUNICAR
SERVICIOS PROFESIONALES

Relevamiento Institucional y de Entorno



Relevamiento Institucional y de Entorno

1.1 Introducción

El turismo se ha convertido en los últimos años en un sector fundamental para la Provincia de Entre Ríos. Además de movilizar la economía local, es un sector que permite a las ciudades posicionarse con sus atractivos naturales, una de las tendencias en los gustos y preferencias del turista actual.

Las características únicas de la Provincia, como su naturaleza, su cultura, sus deportes, los complejos, la incipiente infraestructura, la geolocalización y otras, la ubican como una excelente alternativa turística en la región.

En particular, el Turismo de Reuniones es protagonista y toma fuerza, como uno de los subsectores de mayor crecimiento, que apoyado en ventajas competitivas claves como la cercanía a los principales centros urbanos del país, se posiciona en distintas localidades de la Provincia como Destinos Sede de eventos nacionales e internacionales.

Según el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR Argentina), al 2019, Entre Ríos contabilizaba 1690 eventos distribuidos entre:

Congresos y Convenciones: Educación 307; Medicina y Derecho 194, agricultura 181, turismo gastronomía 86, ecología y medio ambiente 547 arte 46, Economía 41, Ciencias sociales 56 de Psicología 54, Industria 40, Managment 34, entre otros como Moda, Comercio, Seguridad, Arquitectura, Literatura, Religión, Comunicaciones, etc.

Eventos deportivos: Maratón 8, Básquet 4, entre otros como Rugby, handball, softbol, etc.

Ferias y Exposiciones: Agrícola Ganadera 85 y Ciencia y Educación 45, Cultura 42, Industria y tecnología 10, entre otros como Moda, Diseño y Arte 17.

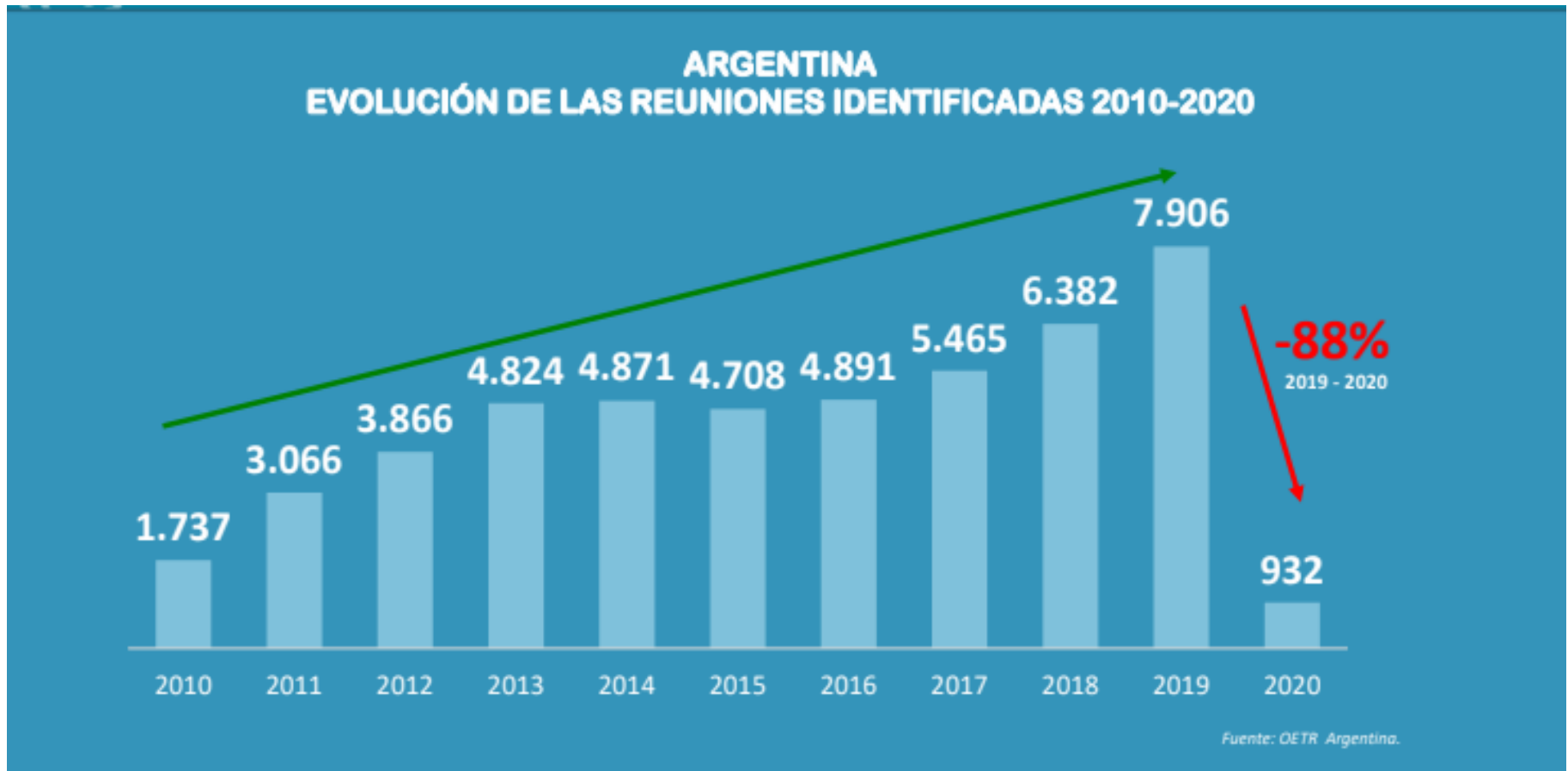
Además, Argentina se posiciona como uno de los países sede de congresos, convenciones, ferias, eventos deportivos y viajes de incentivos más destacados del mundo y es la 3º economía más grande de Latinoamérica, el 2º PBI más alto per cápita y el 4º país con más habitantes.

En este marco, la sinergia de las organizaciones que integran el sector es fundamental para consolidarse de manera competitiva y estar mejor preparados para atraer un mayor número de reuniones a la Provincia y fortalecer el sector a través del trabajo con las organizaciones que integran la entidad Paraná Bureau y otras similares que se encuentran en la provincia.



En el siguientes gráficos se observa la evolución del sector en Argentina hasta el quiebre en pandemia.

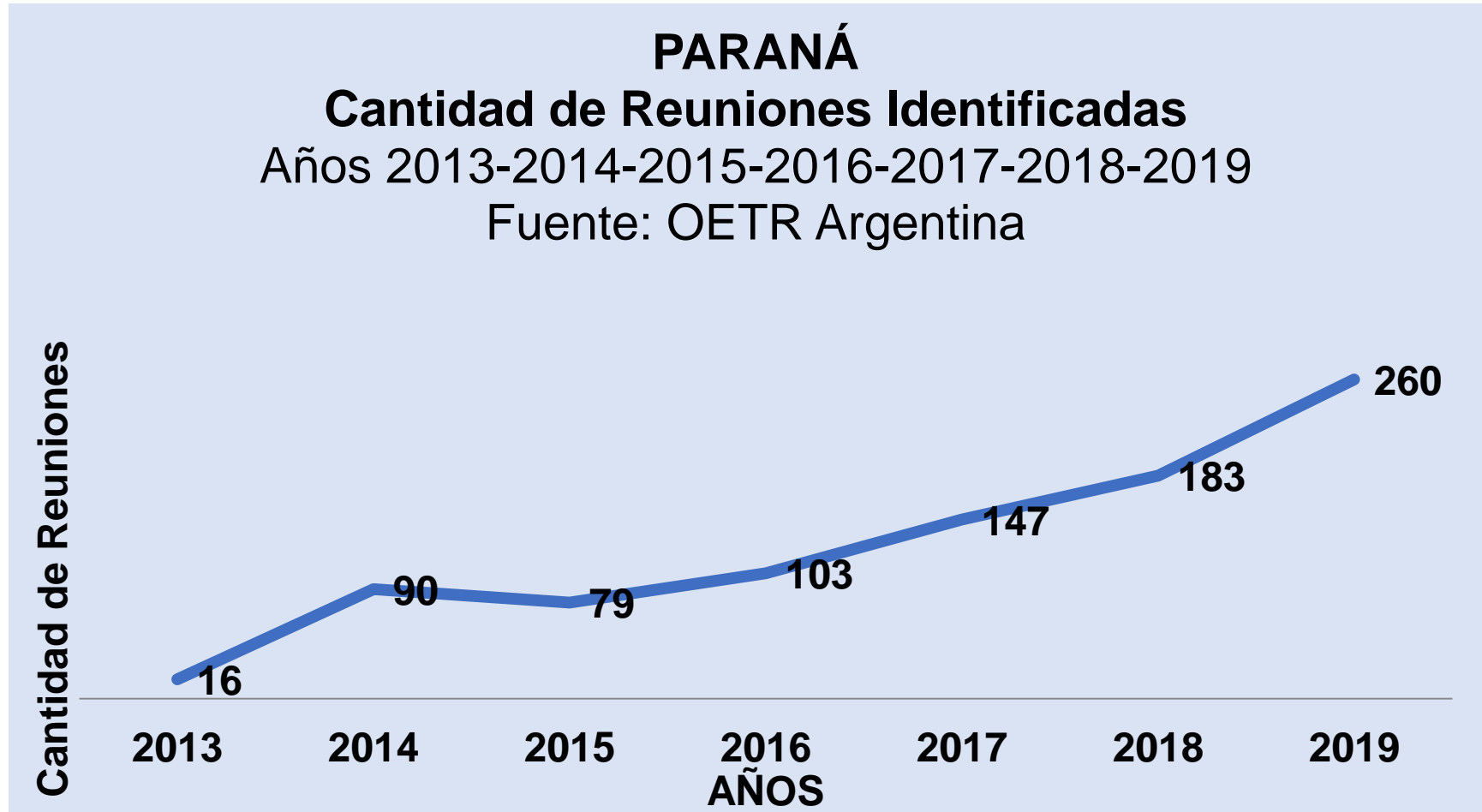
Fuente: OETR Argentina





En el siguiente grafico, vemos la evolución de la ciudad de Paraná desde 2013 hasta 2019 en Turismo de Reuniones.

Fuente: OETR Argentina

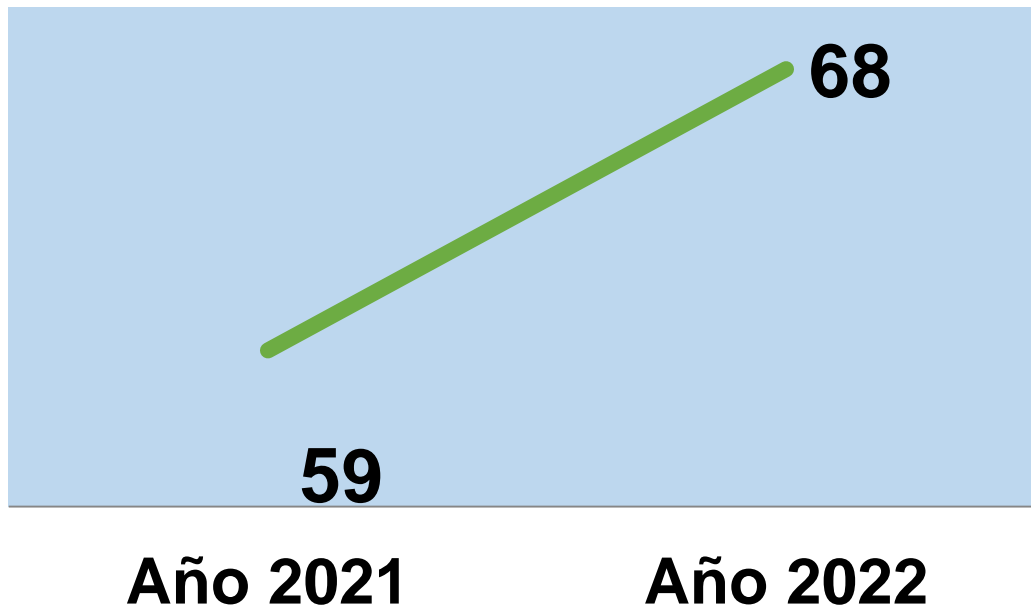




En lo que va del año 2022 en la Ciudad de Paraná se registran ya 68 eventos de los cuales 32 han sido eventos deportivos.

Fuente: Subsecretaría de Turismo Municipal de la ciudad de Paraná.

Reuniones Identificadas en los años 2021 y 2022 (Junio 2022)



Solo en 2022 se han identificado 32 eventos Deportivos Nacionales.

Información registrada hasta Junio 2022-Fuente: Subsecretaría de Turismo Municipal.



1.2 Paraná Destino de Valor

Paraná es capital de la Provincia de Entre Ríos, geográficamente localizada al margen oeste de la misma sobre las costas del río Paraná. Naturalmente atractiva por estar emplazada de cara al Río, cuenta con el Parque Urquiza, diseñado sobre 44 hectáreas de barranca de magnitud y belleza única por el paisajista y arquitecto Francés "Carlos Thays".

Tiene el beneficio de estar conectada de manera terrestre con las principales ciudades de la región centro (Rosario, Santa Fe, Córdoba, Buenos Aires).

Buenos Aires 470 Km
Córdoba 390 Km
Rosario 199 Km
Santa Fe 31 km.

Esta cercanía y conectividad la sitúa estratégicamente para poder alcanzar un mercado de más de 20 millones de personas.

La ciudad de Paraná ha experimentado un crecimiento en la última década y se ha desarrollado conectándose con el Gran Paraná (San Benito, Colonia Avellaneda, Oro Verde), próximos a ser censados en la actualidad se estima una población de más de 300.000 habitantes.

La ciudad se convierte de a poco en un destino de turismo de reuniones con una propuesta por más atractiva que debe seguir consolidándose.





Alojamientos

Finalizado el mes de mayo el equipo de Bureau Turismo de Reuniones y la Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Paraná cerraron un relevamiento conjunto con el objetivo de actualizar la situación alojamientos en la ciudad. La misma cuenta con descripción, plazas, categoría, N de registro, datos de ubicación y datos digitales.

Las categorías relevadas incluyeron Hoteles en sus variedades de estrellas, cabañas y bungalows, hostel, albergues y campings.

Se llegaron a contabilizar 3727 plazas.

Sin embargo, la propuesta alternativa de alojamientos crece en plataformas como Airbnb , Booking, Tripadvisor siendo muchas de estas enmarcadas como competencia desleal por gente del sector.

Fuente: Grupo Comunicar SRL. Ver Anexo

Sedes

Existe una variada oferta de espacios para eventos, siendo muy diversa la calidad ofrecida y las prestaciones.

Como oferta de valor principal la ciudad cuenta con un Centro Provincial de Convenciones de Paraná (CPC). Este emprendimiento de gran envergadura llegó para convertir a la provincia de Entre Ríos en el epicentro del Turismo de Reuniones de la Mesopotamia Argentina. Con la barranca como emplazamiento natural, el edificio de categoría y gran capacidad ofrece vistas únicas al río Paraná. Contando con una capacidad para 2200 personas sentadas en auditorio, con una sala plenaria para 1800 personas en planta alta, divisible en tres salones de 600 personas cada uno y 2 salones en planta baja para 200 personas cada uno que a su vez se pueden dividir en dos salones para 100 personas respectivamente. La oferta del CPC cuenta con la versatilidad como característica indiscutible. A su vez a escasos metros se une con el complejo Centro Cultural la Vieja Usina que suma 2 salones más con capacidad para 450 y 250 personas respectivamente.

Otras ofertas de valor suman capacidad a la ciudad para terminar de conformar un ecosistema para presentaciones, congresos, seminarios y eventos de diferente envergadura. Entre los cuales se presentan algunos como referencia:

Sala Mayo complejo multieventos.

Howard Johnson Mayorazgo, salón Terrazas al Río.

Auditorio UCA Paraná

Salones de Maran Suites & Towers

Centro Mariápolis Paraná

Auditorio del Círculo Médico Paraná.

Salón de la Bolsa de Cereales.

Sala Cultural Manuel Antequeda.

La casa de la cultura.

Fuente: Grupo Comunicar SRL.



Centro Provincial de Convenciones de Paraná (CPC)



Sedes Deportivas

Automovilismo

Sede: Autódromo Ciudad de Paraná
Longitud de la pista: 4219 m
Contacto: 0343 497-9195
Página Web: www.facebook.com/ClubDeVolantesEntrerrianos/

Basquetbol

Sede: Atlético Echagüe Club - Estadio "Luis Butta"
Cantidad de Canchas: 3
Capacidad: 3500
Contacto: prensaaec@gmail.com
Página web: www.atleticoechagueclub.com.ar

Sede: Juventud Sionista
Cantidad de Canchas: 3
Capacidad: 3500
Contacto: consultas@sionista-ligaa.com.ar
Página web: www.sionista-ligaa.com.a

Buceo

Zona de Buceo: Club Náutico Paraná Entidad de Buceo N°402
Profundidad Máxima: 15 mts
Contacto: 0343 4331785
Página web: <http://www.clubnauticoparana.com.ar/sub-buceo>

Ciclismo

Sede: VELÓDROMO Arnoldo Sabino Pucheta -Miguel David s/n
Capacidad: 1500 (700 mts.)
Contacto: 0343 456-9798
Página web: www.facebook.com/Escuela-Municipal-de-Ciclismo-Parana

Fútbol

Sede: Estadio Presbítero B. Grella
Capacidad: 23.500
Contacto: 0343 424-3766
Página web: www.facebook.com/EstadioPresbiteroBartolomeGrella/

Golf

Sede: Club Atlético Estudiantes
Cantidad de hoyos: 18(73)
Yardas: 9898
Contacto: 0343 4331341 claudioomarrodriguez@gmail.com
Página web: <https://golfcaeparana.com.ar/el-golf/>

Sede: Campo de Golf Las Colinas
Cantidad de hoyos: 9 (72)
Yardas: 6012
Contacto: 343 4172131
Página web: <https://www.facebook.com/lascalinasclubdecampo>

Hockey

Sede: Club Atlético Estudiantes
Cantidad de canchas: 2
Tipo de cancha: Sintético: 1 Césped: 1
Contacto: caehockeyoficial@gmail.com
Página web: www.caeparana.com.ar

Sede: Paraná Rowing Club
Cantidad de canchas: 2
Tipo de cancha: Sintético: 1 Césped: 1
Contacto: paranarowingclub@hotmail.com
Pagina web: www.paranarowingclub.com.ar



Natación

Sede: Club Atlético Estudiantes

Cantidad de piscinas: 2

Cantidad de andariveles (de 25 metros): 2(8)

Cantidad de andariveles (de 50 metros): -

Contacto: 343 4222484

Página web: www.caeparana.com.ar

Remo y Canotaje

Sede: Paraná Rowing Club

Contacto: 343 4312048

Página web: www.paranarowingclub.com.ar/remo-noticia-109

Contacto: 343 4331785

Página web: www.clubnauticoparana.com.ar/escuela-canotaje

Rugby

Sede: Paraná Rowing Club

Cantidad de canchas: 1

Contacto: 343 4312048

Página web: www.paranarowingclub.com.ar/remo-noticia-109

Sede: Club Atlético Estudiantes

Cantidad de Canchas: 1

Contacto: 343 4222484

Página web: www.instagram.com/elrugbydelcae

Sede: Tilcara Rugby Club

Cantidad de Canchas: 4

Contacto: 343 429-5937

Página web: www.clubtilcara.com.ar

Sede: Capibá Rugby

Cantidad de Canchas: 2

Contacto: 343 429-5937

Página web: www.clubtilcara.com.ar

Tenis

Sede: Paraná Rowing Club

Cantidad de canchas:

Cubiertas: -

Aire Libre: Polvo de Ladrillo: 3, Césped: 0,

Cemento: 2 (en construcción)

Contacto: 343 4312048

Página web: www.paranarowingclub.com.ar/tenis

Sede: Club Atlético Estudiantes

Cantidad de Canchas: 19

Cubiertas: -

Aire Libre: Polvo de Ladrillo: 19, Césped: 0, Cemento: 0

Contacto: 343 4222484

Página web: www.caeparana.com.ar/disciplinas.asp?id_seccion=35

Volleyball

Sede: Parque Berduc

Cantidad de Canchas: 2

Capacidad: 1500

Contacto: 343 431642

Sede: Centro de Juventud Sionista

Cantidad de Canchas: 1

Capacidad: 2150

Contacto: 343 4312103

Página web: tcjsionista@gmail.com



Softbol

Estadio Mundialista “Ing. Nafaldo Cargnel”
Juan Ambrosetti 295

Estadio Oro Verde Softbol
Los Tordos 381

Billar

Sede: Club Progreso
Mesas de billar: 6 (5 quillas)
Contacto: 343 4692363

Fuente:

- *Relevamiento Subsecretaría de Turismo de Paraná, Paraná Bureau. Marzo 2022*
- *Relevamiento propio Grupo Comunicar SRL*

Museos

Paraná posee una propuesta vinculada a museos amplia. La misma se encuentra situada en su mayoría en el radio céntrico lo que permite realizarla a pie y conocer el casco histórico

La propuesta incluye
Históricos
Ciencias Naturales y Antropológicas
Bellas Artes
De la Ciudad
Interactivo de Ciencias
Artesanías
Fuente Propia Consultora Comunicar SRL





1.3 Cronograma de eventos

El siguiente cronograma representa las fechas bloqueadas por CPC para eventos confeccionada a abril de 2022.

3/1/2022	3/11/2022
3/15/2022	3/15/2022
3/16/2022	3/18/2022
3/17/2022	3/17/2022
3/26/2022	3/26/2022
3/28/2022	3/28/2022
3/29/2022	3/29/2022
3/30/2022	3/30/2022
3/31/2022	3/31/2022
4/22/2022	4/22/2022
4/28/2022	4/30/2022
5/10/2022	5/13/2022
5/15/2022	5/15/2022
5/24/2022	5/24/2022
5/28/2022	5/28/2022
6/2/2022	6/3/2022
6/8/2022	6/11/2022
6/7/2022	6/9/2022
8/19/2022	8/19/2022
5/09/2022	9/9/2022
9/16/2022	9/16/2022
10/5/2022	10/7/2022
10/14/2022	10/14/2022
10/20/2022	10/22/2022

Fuente: Gustavo Bedia, Coordinador del Centro Provincial de Convenciones Paraná





1.3 Evolución por tipo de eventos en la ciudad de Paraná

Tipo de Evento		Periodo observado Ciudad de Paraná									
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Congreso y Convención	Jornada					77	99				
	Encuentro					23	24				
	Congreso					19	16		P		
	Seminario					15	21		A		32
	Foro	16	90	79	103	4	4	260	N	59	
	Simposio					3	2		D		
	Conferencia					1	3		E		
Ferias y Exposiciones	Feria					4	10		M		
	Exposicion					1	3		I		
Evento Deportivo	EDI						1		A		22
Total		16	90	79	103	147	183	260		59	68

Fuente: Construcción Grupo Comunicar



1.4 Antecedentes

Existen antecedentes de trabajos vinculados al fortalecimiento de la industria del sector turístico en la provincia y la ciudad. En este informe abordaremos un resumen de dos trabajos destacados: uno propiciado por la Municipalidad de Paraná y otro por EMPATUR.



1. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN INTEGRAL DE “MARCA CIUDAD DE PARANÁ 2022”

Objetivos

- Promocionar y posicionar la ciudad de Paraná
- Recuperar la alegría, orgullo, identidad paranaense
- Fomentar el consumo de la oferta local en la región y en el país
- Incrementar el flujo turístico hacia Paraná
- Difundir la cultura y la historia de la ciudad
- Traccionar la radicación de inversiones productivas
- Potenciar las competencias deportivas
- Fortalecer a Paraná como destino académico
- Revalorizar la idiosincrasia de lo que nos define como paranaenses

Visión

1. Paraná Ciudad Turística

El objetivo es modificar la matriz productiva de la ciudad. Desarrollar la industria del turismo, sobre la base de los recursos paisajísticos y el patrimonio histórico – cultural, como dinamizador de la economía y la producción local.

Cultura ribereña / Infraestructura urbana y turística / Parque industrial / Centros comerciales a cielo abierto

0. Paraná Ciudad Sostenible

Fortalecer las políticas ambientales y las políticas de inclusión social.

Gestión integral de RSU / Arbolado y espacios verdes / Áreas protegidas y humedales / Saneamiento / Inserción laboral / Inclusión Alimentaria / Accesibilidad tecnológica.

0. Paraná Ciudad Inteligente

Modernizar la ciudad a través de la tecnología, para mejorar la experiencia y calidad de vida cotidiana, sobre la base de la escala y la ubicación estratégica de Paraná.

Distrito del conocimiento / Gobierno abierto/ Descentralización / Conectividad



2. PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARANÁ 2021-2022

EMPATUR Dedicado a la promoción y difusión integral y competitiva de la ciudad, con sus productos y servicios turísticos en los mercados regionales, nacionales e internacionales, a través de un trabajo conjunto que coordine, potencie y multiplique los esfuerzos de los actores de la actividad turística buscando la colaboración entre el sector público y privado, elabora un documento que tiene como finalidad una estrategia de marketing turístico y un plan operativo con 5 programas y 23 acciones.



Según este plan, los Propósitos generales (aspectos cualitativos)

1. Paraná, un destino seguro.
2. Paraná, destino de belleza natural y paisajística.
3. Paraná, un destino para descubrir.
4. Paraná, una ciudad pujante, con calidad de vida y espacios verdes.
5. Paraná, historia y cultura de Entre Ríos.
6. Paraná, destino de reuniones del litoral.
7. Paraná, gastronomía del litoral.
8. Paraná, un destino franco.
9. Paraná, un destino para volver.
10. Paraná, la ciudad de los atardeceres inolvidables.

Posicionamiento buscado

Paraná, como destino turístico referente del Litoral argentino durante todo el año, que se ocupa de la seguridad sanitaria de sus visitantes, ideal para los que buscan un equilibrio entre el descanso y la realización de actividades en una ciudad de gran belleza paisajística natural, escala humana y rico acervo histórico cultural; base para experiencias con distintos grados de involucramiento en el biocorredor del Paraná, para el público tanto de los grandes centros urbanos argentinos como de Entre Ríos.

Públicos objetivos y segmentos priorizados

- Buenos Aires, ciudad y provincia
- Provincia de Córdoba
- Provincia de Entre Ríos
- Resto de región Litoral

Por su parte, los segmentos priorizados son:

- Parejas (específicamente parejas millennials 30 años en adelante, y generación x)
- Familias
- Mayores de 65 TARGET ABC
- LGBTQ+
- REUNIONES
- DEPORTISTAS (running y ciclismo principalmente)

Propósito y Objetivos

El siguiente informe tiene como finalidad formar parte de un trabajo de fortalecimiento y articulación de las organizaciones y sectores que integran el Paraná Bureau para dar sinergia y robustecer las ventajas competitivas de la ciudad en las postulaciones a eventos nacionales e internacionales.

Específicos

- Elaborar un resumen del estado de situación actual Bureau de Paraná.
- Recopilar informes y trabajos que busquen posicionar a Paraná como Ciudad receptiva de turismo.
- Caracterizar la ciudad de Paraná y su oferta de valor para el Turismo de Reuniones.
- Armar un cronograma de agenda de eventos 2022.
- Entrevistar informantes claves que aporten su mirada sobre Turismo de Reuniones.
- Armar en base a las entrevistas una matriz FODA-CAME para el lineamiento de estrategias que sean insumo para la realización de talleres estratégicos.



1.5 Paraná Bureau

El Paraná Bureau de Congresos y Convenciones de Paraná, es una Cámara sin fines de lucro que surge a mediados de 2017 como una iniciativa de un grupo de actores privados, con el objetivo de capitalizar las fortalezas de la ciudad y posicionarla como referente en el sector de Turismo de Reuniones a nivel local e internacional.

Actualmente, la institución cuenta con más de veinte socios y está en una segunda etapa de desarrollo, en la cual enfoca sus esfuerzos en el crecimiento institucional con los socios y relacional con organizaciones pares en la Provincia y Nación, los que nos permite visualizar el potencial asociativo de todas las instituciones que permiten que el sector se fortalezca y crezca.

El Paraná Bureau de Congresos y Convenciones superó el período de pandemia, sin dejar de trabajar con su Comisión Directiva que mantuvo el objetivo de retomar la actividad, ni bien las condiciones sanitarias lo permitieran.

Este trabajo de equipo, además contó y cuenta con el apoyo institucional de AOCA a nivel nacional que acercó programas de fortalecimiento institucional y en conjunto con el Ministerio de Turismo de la Nación dieron apoyo económico para paliar el mal momento de la industria.

Destacamos también la incorporación de la institución al Directorio del EMPATUR (Ente mixto Paranaense de Turismo) y la importancia que el mismo le asigna al desarrollo del Turismo de Reuniones como uno de los segmentos con más potencialidad en el desarrollo turístico de la capital entrerriana.

El Paraná Bureau transita hoy una etapa de consolidación del equipo de gestión y busca desarrollar una política de captación de eventos en la que participen todas las instituciones que componen el Empatur, aportando sus conocimientos y fundamentalmente logrando concientizar que los eventos que eligen a Paraná como sede, no sólo aportan económicamente al destino sino que optimizan la ocupación de los establecimientos hoteleros a lo largo del calendario anual, planificando y fortaleciendo el flujo de visitantes en las temporadas que lo necesitan y dejan cada uno de ellos un legado de conocimientos muy importante.



En el equipo de gestión actual de la institución, además de la Comisión Directiva, participan activamente representantes de la Subsecretaría de Turismo de la Municipalidad de Paraná, empresas del sector y representantes de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos. También desde hace pocos meses cuenta con un cuadro técnico profesional con dedicación exclusiva que aporta el EMPATUR para el trabajo de captación de eventos.

Un párrafo aparte merece otro de los objetivos trascendentes del Bureau: la sensibilización y concientización de la comunidad y fundamentalmente de las asociaciones profesionales, universidades, organismos gubernamentales y todos aquellos que pueden ser artífices de postular a Paraná. Todos ellos cuentan con el apoyo de la institución y generan un gran beneficio para la comunidad en su conjunto.

Misión

Posicionar a la Ciudad de Paraná como destino regional, nacional e internacional del Turismo de Reuniones.

Visión

La visión del Paraná Bureau de Congresos y Convenciones de Paraná se desdobra en dos etapas.

A corto plazo se pretende que la ciudad sea referente a nivel regional y nacional al mismo tiempo que se consolida la institución y a mediano y largo plazo, posicionar a la ciudad a nivel internacional y poder recibir grandes eventos internacionales con un servicio de alta calidad.





PARANÁ BUREAU
Congresos y Convenciones

GRUPO
COMUNICAR
SERVICIOS PROFESIONALES

Entrevistas y análisis





2 Entrevistas y análisis

2.1 Entrevistas Opinión Experta

Con la finalidad de recopilar miradas sobre el turismo de reuniones y la forma de consolidarlo, se llevaron a cabo durante el mes de marzo y abril entrevistas con informantes claves del sector que fueron documentadas. Las mismas se resumen y transcriben a continuación y son insumo para la conformación de una matriz que tenga como producto estrategias de acción.

Lista de entrevistados

De una lista tentativa de informantes claves con algún tipo de vinculación al sector de Turismo y Turismo de Reuniones, se logran concretar la siguientes entrevistas:

Marcelo Svetliza (Socio Burea, Empresario)

Roman Scattini (Empatur- Vicerrector Universidad Autónoma de Entre Ríos)

Santiago De León (Socio Bureau- Emprendedor)

Hugo Permayu (Empatur-ex secretario UHGRA)

Agustin Clavenzani (Empatur- Secretaria de Turismo de la Ciudad de Parana)

Daniel Astorga (Presidente Bureau Salta- Empresario)

Maximiliano Paulin (Consejal Ciudad de Paraná – Empatur)

Gustavo Bedia (Coordinador CPC- Socio Bureau)

Anabel Waingandt (Coordinadora Marca Ciudad de Paraná)

Joel Lifschitz (Tesorero Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Paraná)

Gaston Irazusta (Ex Secretario de Turismo de la Provincia de Entre Ríos)

Marcelo Barsuglia (Vicepresidente FEHGRA Filial Paraná. SocioBureau)

Fernando Gorbaran (Presidente AOCA)

Metodología

Las entrevistas se llevaron a cabo con un formato semiestructurado, con una guía de temas, con preguntas abiertas.

Se les dio libertad a los participantes para que hablaran y contaran sus percepciones, solo con inducción por parte de los entrevistadores.

Guía de temas a abordar

Turismo de reuniones.

Ciudad de Paraná.

Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.

Actores estratégicos que considera deben participar.

Experiencias.

Necesidad de generar políticas claras para abordar la captación de eventos.

Facilitadoras

Hilda Villalba. Técnica en Turismo. Docente UADER

Luciana Cerundolo. Licenciada en Marketing. Docente UADER.



Formato y canal

Se establece un primer contacto con el futuro entrevistada, enviando una placa por Whastapp e invitando a elegir día y horario para la misma. Luego se envía fecha y enlace para llevar a la cabo la misma de manera virtual a través de proforma ZOOM:

Invitación

El Bureau de Paraná Congresos y Convenciones, le invita a participar de un momento de diálogo, con motivo de iniciar un trabajo que tiene como objetivo generar una POLITICA DE CAPTACION DE EVENTO para nuestra ciudad. □ □□

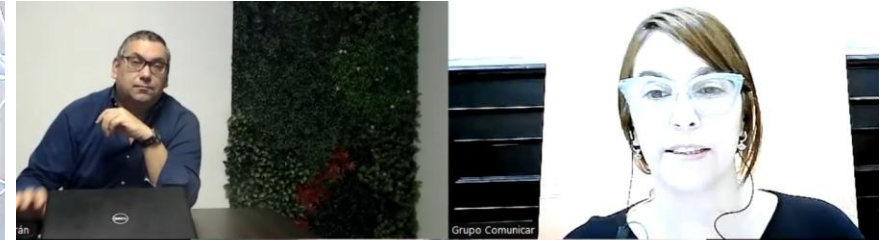
Este trabajo, se emprende en conjunto con las Entidades Miembros del Ente Mixto de Turismo y la Municipalidad de Paraná, por eso le invitamos a compartir su perspectiva que seguramente fortalecerá el producto final.



MOMENTO DE DIÁLOGO

Para iniciar un trabajo que tiene como objetivo generar una Política de Captación de Eventos para nuestra ciudad.







2 Entrevistas y análisis

2.1 Entrevistas Opinión Experta

Con la finalidad de recopilar miradas sobre el turismo de reuniones y la forma de consolidarlo, se llevaron a cabo durante el mes de marzo y abril entrevistas con informantes claves del sector que fueron documentadas. Las mismas se resumen y transcriben a continuación y son insumo para la conformación de una matriz que tenga como producto estrategias de acción.

Marcelo Svetliza

Socio Bureau Maran Suite & Towers

Marcelo dice que luego de la pandemia se viene activando el sector paulatinamente. En marzo hubo un buen mes en Paraná, pero siente mucha incertidumbre por lo que vendrá. Por eso cree que el Turismo de Reuniones es clave para poder equilibrar lo estacional del sector. Dice que Paraná no es una ciudad netamente turística.

Trabajan con planificación anual y tienen objetivos directamente relacionados con turismo de reuniones.

Debilidad. Comunicación interna (la ciudad debe saber y prepararse). Conectividad de transporte. Falta de difusión.

Fortaleza. Plazas Hoteleras CPC Geolocalización. Gastronomía. Naturaleza.

Oportunidad. Necesitamos un estadio único con capacidad de 5000 aprox. Desarrollar una política de captación de eventos.

Amenaza. Es la falta de agenda común entre públicos y privados y la articulación.

Román Scattini

Directivo de Empatur. Vicedecano UADER FCG

En Paraná necesitamos un cambio cultural para que la ciudad entienda el potencial de crecimiento que genera el turismo. Que estén al servicio del mismo. Debemos volvernos referentes del turismo en la región. Los actores necesarios son los públicos y privados, siempre en las comitivas que llegan debe haber un delegado de EMPATUR un ejecutivo de la municipalidad mínimamente. El estado no entiende la potencialidad del turismo de reuniones. La política tiene que dar un salto de calidad, gestionar pero también generar crecimiento. Se deben construir espacios de construcción y diálogo.



Hay que reactivar la inversión.

Fortaleza. geolocalización en la región centro. Cercanía con Santa Fe, Rosario, Córdoba. Debemos ser el punto del corredor mesopotámico.

Debilidades. Hay pocas camas. No alcanzan los espacios. Gastronomía. Pocos relevamientos e información. El estado urbano hay que mejorarlo. Oportunidades. debemos convocar y atraer a los que toman decisiones en la región. Volver a reflatar la posibilidad de hacer termas en Paraná. El turista que vino debe querer volver. Desarrollar la museología como atractivo. Generar inversiones.

Amenaza. no crecer sustentablemente. Competencia desleal. Hay poca decisión política para generar una agenda para potenciar a Paraná.

Santiago de León

Socio Bureau 4T Producciones

Siempre nos costó encontrar fechas en los calendarios de eventos. Necesitamos conseguir apoyo del estado, para el desarrollo de los eventos fuera de los fines de semana largos. Los últimos eventos lo hicimos en fechas de fines largos y no nos cambió el volumen de público. Trabajar con el estado siendo privado tiene grandes desafíos, no imposible pero complejo. El estado es un actor fundamental en todos sus niveles, nacional, provincial y municipal. Bureau tiene que allanar el camino para lograr la articulación.

Experiencia: La experiencia que vivimos con Sabores del Litoral fue muy buena trabajamos de manera articulada con la Secretaria de Turismo de la Provincia.

Fortalezas. geolocalización.

Debilidades. Gastronomía.

Oportunidades. Desarrollar políticas, generar una agenda. Generar trabajo genuino.

Hugo Permayu

Es ex secretario de UTHGRA y está en el directorio de EMPATUR.

Cree que el turismo viene creciendo y mejorando pero se está saliendo de una etapa crítica por la pandemia. Cree que el desarrollo se dará gracias a asociaciones y agrupaciones que traccionan como EMPATUR y bureau. Actores fundamentales que deben articularse, EMPTUR, Bureau, Municipalidad, seguridad, clubes.

Fortalezas. instituciones. CPC. La amabilidad paranaense. Cercanía de la ciudad a la región centro.

Debilidades. no se toma la industria del turismo como industria, no tienen políticas claras que lo fomentan ni prerrogativas. Hay que invertir para crecer en propuestas hoteleras. la política debe comprometerse y las acciones deben ser a largo plazo.

Oportunidad. hay que posicionar al país de que Paraná es un lugar increíble para que conozcan nuestras bondades, Paraná tiene que ser una elección N1. Hay que captar otra vez empresas y laboratorios para que se reúnan acá. Hay que desarrollar políticas para la industria del turismo.

Una política de captación de eventos: es absolutamente necesario la generación inmediata de una política de captación de eventos.



Agustín Clavenzani

Subsecretario de Turismo de la Municipalidad de Paraná . EMPARTUR

Hay actores que son estratégicos. La comunidad es clave. El escenario pandémico nos mostró que cuando se para el turismo se para la economía también. Sin embargo, todavía la comunidad no entiende que el turismo de reuniones también es turismo.

El estado desde lo discursivo tiene en cuenta al turismo pero no desde la acción, por lo menos ahora se ve eso desde la provincia. El estado municipal tiene como prioridad el turismo y trabaja junto a Empatur y Bureau con voz y voto como así también presupuesto.

En la municipalidad tenemos un plan de marketing con políticas de captación de eventos, logramos distribuir la agenda de eventos para que no haya superposiciones.

Es muy bueno que la política de captación de eventos se inicie con profesionales.

Fortalezas: ubicación geográfica de Paraná. Servicio hotelero y gastronomía. Infraestructura deportiva. Transporte terrestre. Costos económicos para la realización de congresos y convenciones.

Debilidad: El alto costo aéreo (se convierte en oportunidad). Como destino de turismo de ocio faltan servicios de hotelería 3 y 4 estrellas superiores.

Oportunidad: No tenemos dependencia aérea. Hay que generar un plan de inversiones para desarrollar el puerto y la zona de barrancas, también la hotelería y que sea un motor para el turismo de reuniones.

Daniel Astorga

Presidente BUREAU Salta

Hotelero de la Provincia de Salta y actual Presidente de Bureau Salta también es miembro de la cámara de turismo de Salta.

Cuenta sobre Bureau de Salta que por más que son reconocidos a nivel nacional hasta el día de hoy es un trabajo duro y que cuesta mucho posicionar la entidad. Dice que los ayudó mucho el trabajo mancomunado con el estado y los privados. Este último año tuvieron la alegría de sumar 10 socios más provenientes de distintos sectores y localidades aledañas. Dice que hoy en Salta la conciencia de turismo de reuniones es muy alta para los privados, estados y comunidad en general.

Dice que el vínculo con el estado es permanente y muy bueno, y también suman actores del sector de educación formal (universidad de salta).

Durante la pandemia sólo bajaron los socios un 10%, pero ahora pudieron recuperarlos y sumar más.

Sobre Paraná específicamente no conoce la plaza pero tiene una muy buena visión del Bureau de Paraná. Dice que lo que falta es tiempo para terminar de consolidarla como una plaza de turismo de reuniones, que las herramientas las tenemos y estamos avanzando bien para darnos a conocer. Es un desarrollo que debe sostenerse a largo plazo.

Maximiliano Paulin

Es director de Empatur y Concejal de la Ciudad de Paraná.

Maxi manifiesta que se viene trabajando desde la ciudad junto a Empatur de manera sostenida para fomentar . Hay que seguir trabajando de manera conjunta y seguir andando el recorrido de las políticas de captación y recorriendo el país.



Fortalezas: La belleza natural de la ciudad y sus barrancas, río, tranquilidad. CPC

Debilidad: Se debe trabajar e invertir para vincular los servicios gastronómicos y turísticos con la barranca natural para ofrecer la vista en el servicio.

Oportunidades: Hay que captar eventos deportivos y convenciones, salir a buscarlos y captarlos. Hay que seguir desarrollando la zona norte.

Amenazas: Si desarrollamos el turismo y se hacen inversiones puede ser una amenaza para los grupos ambientalistas pero hay que hacer estudios pertinentes.

Gustavo Bedia

Es coordinador del CPC de Paraná.

Contextualiza desde la pandemia, cuando la actividad se detuvo completamente habiendo estado en un momento de gran posicionamiento en el Turismo para la Provincia. Dice que veníamos creciendo sostenidamente estando Paraná como el número 7 a nivel país sobre 325 destinos de reuniones. Este crecimiento se detuvo y recién ahora en 2022 estamos recuperando de a poco la actividad.

El Streaming tomó fuerza y perjudica al destino y a la economía que se desarrolla alrededor de cualquier evento. Sin embargo llegó para quedarse, un porcentaje de eventos seguirá desarrollándose de este modo. Sería bueno pensar para este tipo de eventos como introducir un segmento donde se de difusión al destino y sus bondades para mostrarla al público.

El turismo es una industria que genera a su alrededor un impacto a nivel social, económico, cultural y requiere de una forma de pensar y actuar en La comunidad involucrada.

Las personas que vienen por turismo de reuniones suelen volver a visitar el destino como turistas.

Fortalezas: infraestructura, hotelera, cpc, algunas propuestas gastronómicas, espacios para eventos como sala mayo, conectividad de la ciudad (500 km a la redonda) . Seguridad

Debilidad: Desarrollar la cultura de turismo en la comunidad. Falta de políticas de captación. Falta de formación de toda la cadena de valor (servicio de calidad, idioma, cordialidad). Mucha gente no sabe que existe el Bureau incluso tiene un nombre difícil la gente no sabe que es un Bureau.

Oportunidad: Generar alianzas con colegios y asociaciones profesionales . Desarrollar alianzas con universidades. Identificar embajadores que lleven el destino a postularse es fundamental. Todos los actores del turismo tenemos que trabajar en bloque (públicos, privados)

Amenaza

El streaming tomó fuerza y perjudica al destino y a la economía que se desarrolla alrededor de cualquier evento. Sin embargo llegó para quedarse, un porcentaje de eventos seguirá desarrollándose de este modo.

Anabel Waigandt

Coordinadora Marca Ciudad Municipalidad de Paraná

Anabel fue una de las facilitadoras del desarrollo de la marca ciudad en la ciudad de Paraná. Dice que el turismo crece con fuerza por eso es necesaria la marca y el desarrollo estratégico de la ciudad. Las instituciones coinciden en que el turismo es uno de los grandes ejes de desarrollo. El turismo modifica la matriz productiva a mediano y largo plazo y obliga a poner en valor lo local. El turismo debe ser sostenible e inteligente. La articulación del trabajo público privado es difícil pero se puede lograr.



Fortalezas. Naturaleza y paisajismo. Riquezas arquitectónicas, históricas. La posición geopolítica en la región centro de nuestra provincia. Conectividad. La escala de la ciudad facilita la facilidad para trasladarse de un punto al otro. Cordialidad de los habitantes.

Debilidad. hay un atraso en el desarrollo urbano. Hay poca oferta hotelera. El ciudadano tiene una autopercepción de la ciudad mala.

Oportunidades. El trabajo articulado público privado es el único camino. Los colegios profesionales son actores con congresos anuales que debemos contactar. El sector académico, deportivo, ambiental.

Joel Lifschitz

Tesorero Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Paraná.

Socio Bureau Hotel Posta del Sol.

Con respecto al turismo de reuniones creo que hay que generar más involucramiento de diversos actores para poder desarrollarlo.

Fortalezas. cercanía a las grandes urbes. la conectividad terrestre.

Debilidades. De infraestructura. Hay que fortalecer la seguridad (trapitos). Mejorar la propuesta gastronómica. Hay que trabajar sobre la competencia desleal que no ofrece niveles de calidad acordes.

Oportunidades. Esta es la oportunidad para trabajar con actores estratégicos e instituciones para captar eventos. Deben generarse políticas para el sector y ser sostenidas.

Gastón Irazusta

Ex Secretario de Turismo de la Provincia de Entre Ríos.

Paraná es una ciudad que tiene todo para desarrollar el turismo de reuniones. Los últimos años antes de la pandemia demostró que tenía

con qué desarrollar este subsector. El posicionamiento territorial es ideal ya que la ubicación es estratégica con respecto al país. Es un punto neurálgico de conectividad para la zona centro y para cualquiera que va hacia el noreste. El CPC a la cabeza es una infraestructura de categoría pero también hay otras ofertas de valor muy amigables y adaptables.

También es necesario trabajar con una mirada estratégica, sin mezquindades, articulando público y privado y pensando plazos a 2 años mínimo.

Desde el estado ya tenemos la visión de la importancia del turismo de reuniones pero hay mucho camino por recorrer y trabajar. Hoy gente de Bureau de algún modo participa y colabora con miradas en el área de gobierno pero la pandemia frenó todo, tenemos toda la voluntad de seguir trabajando para recuperar el sector.

Creo que es necesario ser agresivos comercialmente en la captación, salir a comercializar el destino es un aprendizaje.

Fortalezas

Ubicación geográfica. Conectividad terrestre. CPC. Salones.

Debilidad

Conectividad aérea (las frecuencias siguen siendo escasas). Falta de asimilación de los actores locales del proceso y planificación que lleva (cultura).

Oportunidad

Aprovechar los baches fuera de temporada para generar demanda. Captar eventos deportivos y culturales. Trabajar en conjunto con Santa Fe (ser más ambiciosos)



Amenaza

Falta de mirada estratégica.

Marcelo Barsuglia

Vicepresidente FEHGRA Filial Paraná. Vocal Bureau

Marcelo participa en el Bureau y colabora con FEHGRA. Está inmerso en el trabajo de fortalecer el destino Paraná. Hace referencia al Panamericano de Básquet llevado a cabo en el mes de marzo y el impacto económico que derramó en la ciudad. Desde el Bureau siempre se trató que los empresarios tomen decisiones y tengan un lugar en la definición de políticas. Hoy integramos EMPARTUR que es sumamente importante. Paraná es una ciudad preparada con servicios y tiene el CPC que es el centro de convenciones más importante de la región. El turismo de reuniones antes se trabajaba desde otras instituciones pero era necesario el Bureau para desarrollarlo. El estado y los privados deben trabajar de manera conjunta, no hay otro camino.

Fortalezas. La ubicación de la ciudad es fundamental. Estamos cerca de las grandes capitales. Tenemos vuelos y tenemos un CPC que es hermoso y una obra enclavada en el Parque Urquiza. Servicios de hotelería y gastronomía de calidad. El gobierno tiene conciencia de la importancia del segmento.

Debilidad. Mejorar la conectividad (rutas en buen estado). Hay que relacionarse más con el río y sobre el río (actividades náuticas, ocio.) tenemos que mejorarlas y poner en valor las actividades en el río.

Oportunidad. Turismo de reuniones deportivo. Fortalecer a los actores que participan en la cadena de valor con formación.

Amenaza. La comunidad y ciudadanía todavía no conoce el turismo de reuniones. Hay que concientizar sobre los beneficios que el turismo derrama en la sociedad.

Fernando Gorbaran

Presidente AOCA.

Paraná es un lugar con características naturales y un emplazamiento único con relación a otras ciudades competidoras en el ámbito del turismo de reuniones. Es una ciudad de cara al río y no de espaldas, el destino ha madurado mucho en los últimos años, ha logrado perfilar productos turísticos claros e incorporar oferta, y en específico de turismo de



reuniones uno ve que claramente hay una política de estado primero impulsada desde la provincia con la creación de la secretaría de turismo de reuniones. Por otro lado la creación del Bureau de Paraná que hizo su propio click, ya que los privados se pusieron al hombro desarrollar el destino, esto es un factor fundamental. El bureau de Paraná es absolutamente activo en lo que nosotros llamamos el equipo país, participa en capacitaciones, productos regionales, formación. Hay un primer cambio entonces con respecto a la institucionalidad, los empresarios entendieron que esto es una herramienta para la articulación público privada excepcional, que esto no es una actividad gremial empresaria sino que estamos todos alineados en un único objetivo que es la captación de eventos, la mejora del destino y en definitiva el desarrollo de la actividad. Esto es lo que se ve en los últimos años. Hoy tienen que sentirse orgullosos de que han hecho un gran trabajo, hay liderazgo y participación. También hay que resaltar la madurez en lo público y privado, tienen un buen diálogo, se han trazado planes de acción y se han hecho programas. La ciudad de

Paraná entendió que la actividad de congresos y convenciones es un generador de recursos y es un dinamizador de la economía local. Otro punto es el CPC, ya que hay un antes y un después en la ciudad, esto está más que claro para aquellos que promocionamos la ciudad, ahora si el destino está de alguna manera maduro tiene infraestructura. Un gran problema en Argentina es la conectividad aérea, por ejemplo Salta tiene hoy solo el 18% de los vuelos que tenía antes de la pandemia. Solucionar el problema es complejo. Para eventos es necesario y es una debilidad trabajar y es estructural en un país muy grande. ¿Qué más deberíamos trabajar? y bueno la promoción es fundamental, sería injusto decir que no promocionan, pero es necesario fortalecerla y depende de los presupuestos. "EL gran desafío es lograr Presupuesto para la captación de eventos" este segmento se puede atacar por la promoción tradicional que es mercado de empresas y general y después hay un negocio asociativo que tiene que ver con congresos o eventos a captar que requiere un proceso de trabajo de captación

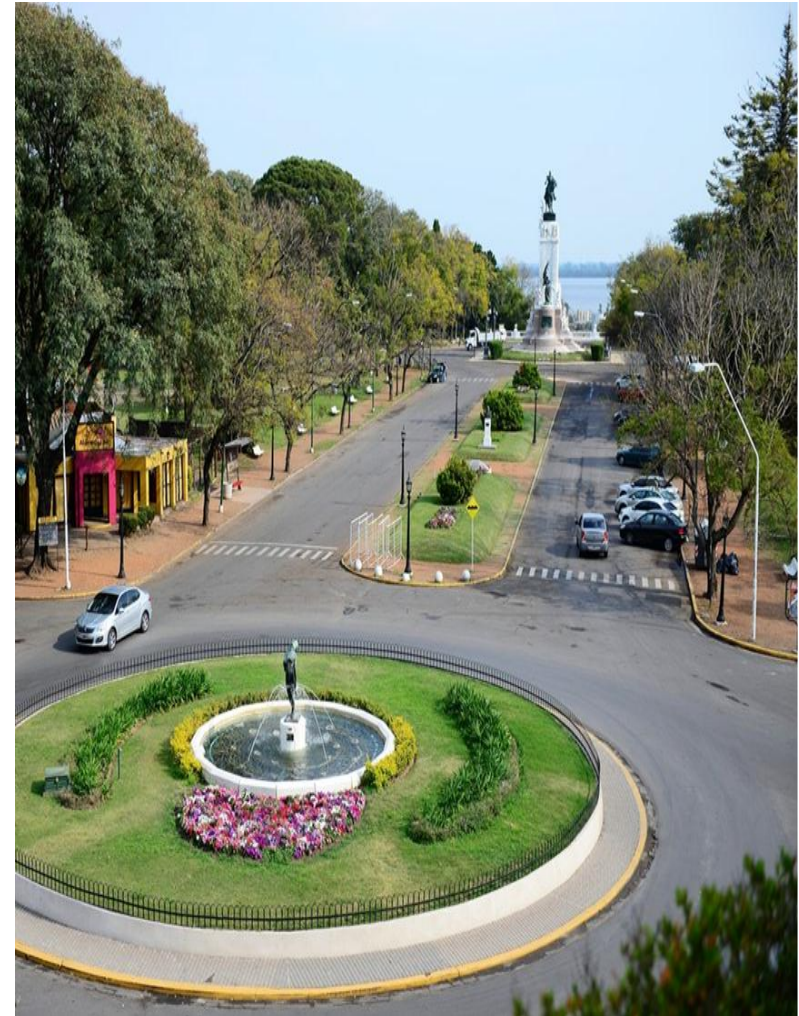


e incentivos ya que se está compitiendo con otros destinos. Entonces se necesita promoción, presupuesto para la captación de eventos y no perder de vista el trabajo público privado. El actor particular recibe un pedacito del evento, pero el destino recibe el 100%. Por eso hay que desarrollar infraestructura y lo público debe participar, el estado debe ser inteligente y generar el círculo virtuoso. La pandemia demostró a todo el arco político y la comunidad que sin turismo pasan cosas malas y se la pasa mal. Todavía Paraná tiene que trabajar porque está maduro pero sigue siendo emergente. Tiene que crecer y las amenazas vienen de los destinos maduros. Hay toda una cadena de valor que funciona y se activa si funciona el destino.

Como actores estratégicos el sector académico es fundamental. Muchas veces se olvida o no se encuentra el modo de articularlo. También son importantes los programas de embajadores, son representantes de entidades que son de Paraná pero están en un ámbito nacional o internacional y pueden levantar la mano contando sobre el destino. Pueden ser políticos, académicos, parlamentarios, profesionales. Hay que lograr ese compromiso de hacer el trabajo de sumar actores.

Fortalezas. Emplazamiento natural. CPC. Infraestructura. Madurez del destino. Debilidades. Conectividad. Ser emergente.

Oportunidades. Eventos deportivos. Nichos. Embajadores del destino. Amenazas . Ciudades consolidadas en el turismo de reuniones.





2.2 ANALISIS DE INFORMACION FODA | CAME

Luego de procesar la información de las entrevistas individuales se procede a extraer datos para los cuadrantes de la matriz FODA. Siendo las variables emergentes:



OPORTUNIDADES

- Desarrollo de Política de captación de eventos de turismo de reuniones.
- Captación de eventos deportivos, Eventos FERIALES, Congresos y convenciones.
- Inversiones vinculadas al frente costero de Paraná.
- Desarrollo de un Estadio Multifunción y Multideportes.
- Sensibilización del vecino con respecto a Turismo de Reuniones.
- Existencia de carreras vinculadas al sector.
- Paraná, al ser capital de provincial, es sede de la mayoría de las asociaciones científicas, filiales, organizamos gubernamentales, universidades etc.



FORTALEZAS

- Geo localización (lugar estratégico de cercanía a grandes ciudades y capitales de zona centro)
- Institucionalidad (instituciones del sector de turismo y turismo de reuniones que dan marco institucional para la generación del trabajo conjunto, Municipalidad, Provincia, EMPATUR, AOCA, INPROTUR, otros Bureaux)
- Buenos servicios de Hotelería, gastronomía, salones y servicios técnicos
- Centro Provincial de Convenciones con más capacidad del litoral argentino
- Emplazamiento de la mayor infraestructura vinculada al sector en el borde costero de la ciudad, con cercanía y belleza natural.
- Conectividad terrestre (la cercanía y conectividad por tierra facilita el acceso)
- Seguridad (Paraná es una ciudad segura y sale beneficiada cuando se la compara, en este rubro con otras capitales y/o destinos)

AMENAZAS



- Otros destinos competidores en el mismo segmento.
- Desarrollo de la virtualidad en la industria
- Competencia desleal.
- Escasez de políticas públicas tomando el sector como industria.

DEBILIDADES



- Conectividad aérea (baja frecuencia aérea a pesar de tener 3 aeropuertos en un radio de 200 km)
- Falta de propuestas sobre el río (es necesaria la inversión aprovechando el emplazamiento natural)
- Falta de más oferta de plazas hoteleras en el segmento de 3, 4 y 5 estrellas.
- Informalidad de Oferta Turística y sectores claves (falta de formación y capacitación)
- Falta de sensibilización de la comunidad con respecto a la importancia del desarrollo turístico y en especial del turismo de reuniones.
- Mantenimiento urbano (mejora de la infraestructura urbana)



FACTORES INTERNOS



FORTALEZAS



DEBILIDADES



OPORTUNIDADES



AMENAZAS

1
Fortalezas para
aprovechar Oportunidades:
Estrategia Ofensiva

2
Fortalezas para
aprovechar Amenazas:
Estrategia Defensiva

3
Minimizar debilidades
de Oportunidades:
Estrategia de Reorientación

4
Minimizar debilidades
de Oportunidades:
Estrategia de Supervivencia

FACTORES EXTERNOS



OPORTUNIDADES

1

**Fortalezas para aprovechar Oportunidades:
Estrategia Ofensiva**

- Generar políticas de captación de eventos.
- Campaña de posicionamiento de la ciudad como destino de reuniones.
- Campañas Embajadores y referentes de nuestra ciudad
- Sensibilización de la comunidad sobre la importancia del Turismo de Reuniones.

3

**Minimizar debilidades de Oportunidades:
Estrategia de Reorientación**

- Co Creación de estrategias de captación con asociaciones, colegios de profesionales y otros.
- Planes de capacitación de Oferta turística y actores del sector.
- Conformación de agenda pública privada.
- Matriz de criterios de apoyo para la captación de eventos.
- Sensibilización de la comunidad sobre la importancia del Turismo de Reuniones.
- Entrenamiento a referentes del sector con el apoyo de las universidades

AMENAZAS

2

**Fortalezas para aprovechar Amenazas:
Estrategia Defensiva**

- Posicionar el destino con relación calidad precio.
- Generar acuerdos con Santa Fe para estrategias compartidas.

4

**Minimizar debilidades de Oportunidades:
Estrategia de Supervivencia**

- Constitución de un Comité de Crisis Intersectorial para la elaboración de acciones de Urgencia y Emergencia.
- Producir eventos propios con referentes locales (Empresas | Consultoras | ETC)



FORTALEZAS

FACTORES INTERNOS

DEBILIDADES



FACTORES EXTERNOS

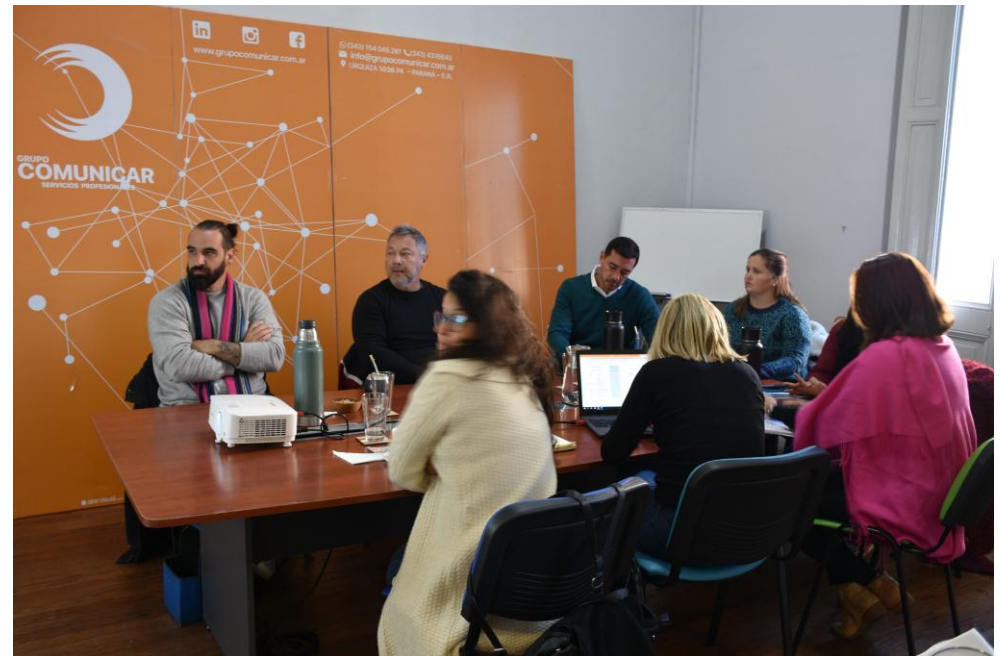


2.3 PRIORIZACIÓN DE OPORTUNIDADES

El taller de priorización se trabajó en 1 (una) instancia con participantes de Paraná Bureau, EMPATUR y Secretaria de Turismo de la Provincia de Entre Ríos.

En el mismo se dio a conocer resultados claves de las etapas anteriores, FODA-CAME
Trabajándose a continuación sobre la **MATRIZ DE IMPACTO ESFUERZO**.

La Matriz comienza con un modelo inicial y con el devenir del trabajo participativo se dinamiza y transforma dando lugar a una de mayor complejidad con variables también cualitativas que la nutren.





Mesa de Priorización

Lugar: Grupo Comunicar

Fecha: 12-04-2022

Participantes :

- Carlos Monti (Bureau Empatur)
- Gustavo Bedia (CPC Empatur)
- Hilda Villalba (Facilitadora)
- Eugenio Montenegro (Bureau)
- Luciana Cerundolo (Facilitadora)
- Marianela Muller (Grupo Comunicar)
- Paula Egea (Municipalidad de Paraná)
- Francisco Morresi (Turismo de la Provincia)
- Gabriela Villarroel (Municipalidad de Paraná Empatur)
- Gabriela Del Valle (eventos Burea)
- Silvina Pagani (Secretaria de Turismo Municipalidad de Paraná)

Metodología

Introducción

Se brinda el estatus de situación luego de las entrevistas. El producto resultante de las mismas es un FODA y un CAME. Se explica como se arriba a las matrices y se debate sobre las mismas para validar el resultado.

Matriz de Impacto económico

Se trabaja en la construcción de una matriz que sirva para evaluar eventos ya desarrollados en la ciudad con anterioridad o eventos potenciales de ser captados , a fines de ponderar el impacto que genera el mismo.

Contar con una herramienta fácil en su utilización que aporte información para la toma de decisiones es de gran utilidad para un destino enfocado en el sector específico.

En una primera instancia se toman variables cuantitativas pero con la dinámica de la mesa se van incorporando y profundizando las diversas variables a tener en cuenta.

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

¿Cómo funciona la matriz?

Requiere información del evento y arroja una estimación de impacto económico que brinda INPUT para evaluar el apoyo económico y logístico en la postulación.

INFORMACIÓN REQUERIDA DEL EVENTO

- Tipo de evento:
- Fecha de Realización | Temporada
- Cantidad aprox. de participantes:
- ¿Cuántos asistentes son turistas?
- ¿Cuántos asistentes son excursionistas?
- Cuantos son locales (vecinos de Paraná)
- Duración del Evento: Cuántos días y noches

Estos datos nos permiten establecer el impacto económico estimado que recibirá nuestra comunidad en virtud de la captación del evento.

Esta matriz, en virtud de otras evaluaciones complementarias (*), aportaría a la política de captación de eventos la estimación de un **aporte con un rango de porcentajes** que marquen un **piso y un techo en cuanto al apoyo económico.**

(*) OBSERVACIÓN IMPORTANTE: Hay otras ponderaciones que debemos ver entre todos ya que la matriz no debe ser una fórmula lineal, sino que debe brindar información para que el manejo del desarrollo turístico que lleva adelante el EMPATUR y la articulación con el gobierno municipal fije y establezca **PRIORIDADES IMPORTANTES** al momento de realizar las postulaciones.

2.4 Conclusiones

Con información sobre propuesta de valor de la ciudad como destino de Turismo de Reuniones, antecedentes de otros trabajos relacionados como los propios de EMPATUR y Marca Ciudad, miradas de los actores del sector, posibles estrategias a trabajar emergentes de la matriz CAME y finalmente el trabajo de taller sobre la matriz Impacto/Esfuerzo, queda como resultado el emergente primario de la construcción articulada de una POLÍTICA DE CAPTACIÓN DE EVENTOS tanto nacionales como internacionales.

Se fundamenta este emergente en los siguientes puntos

- El Turismo de Reuniones es uno de los ejes estratégicos escogidos para el desarrollo turístico de la ciudad.
- En este segmento Paraná viene posicionándose y escalando notoriamente a escala nacional y dotarla de una Política de Captación clara la hará aún más competitiva.
- La experiencia transitada a nivel nacional por 32 bureaux nucleados en AOCA nos muestra claramente que uno de los principales inconvenientes de los destinos es justamente que no cuentan con una política de captación.
- Porque contribuirá significativamente a potenciar la sinergia entre los distintos actores involucrados, proporcionando una herramienta que unifica el discurso de presentación y venta del Destino.



PARANÁ BUREAU
Congresos y Convenciones

GRUPO
COMUNICAR
SERVICIOS PROFESIONALES

INFORME PARANÁ BUREAU

ELABORACIÓN DE POLÍTICAS DE POSTULACIÓN





3 Elaboración de futuras políticas

3.1 Introducción

A partir de las oportunidades de trabajo detectadas en etapa 2 “Análisis y Priorización”, se procede a realizar talleres en diferentes mesas de trabajo integradas por actores de relevancia estratégica para el sector

En primera instancia se trabajó sobre una potencial **matriz de evaluación de eventos** que evalúa los mismos en base a **impacto económico**. a los cuales se les sumaron otras variables cualitativas a lo largo de cada taller, que permiten ampliar el análisis de los eventos a captar y definir posibles estrategias de apoyo y participación de las diferentes Instituciones.

A continuación se desarrolla cada una de las etapas que permitieron, de manera incremental pulir el instrumento/ matriz que forma parte esencial de las potenciales **políticas de captación de eventos**.

Mesas de trabajo

El trabajo de taller buscó generar soluciones de forma colaborativa y creativa y se denominó “Mesas de Trabajo”, el objetivo fue producir acuerdos en cuanto a políticas de postulación del destino. Las metodologías ágiles usadas fueron principalmente Design Thinking y SCRUM y funcionaron como facilitadoras para la participación.

Además, cada uno de los encuentros constituyeron un verdadero espacio de interacción constructiva, dinámica y de diseño colectivo para el sector, lo que potenció el carácter asociativo de las Instituciones y actores claves.

Este proceso incluyó en tres encuentros consecutivos con cada mesa de Trabajo:

- 1er encuentro: “Idear”.
- 2do encuentro: “Validar”.
- 3er encuentro: “Integrar”.

A continuación se presenta el calendario de trabajo.

3.2 Metodologías

Las instancias consistieron según lo programado en:

2 (dos) Encuentros con cada mesa de trabajo virtuales/presenciales e interactivas, de frecuencia semanal con una duración promedio de 2 hs. Se llevó adelante seguimiento mediante herramientas de gestión de tareas con Trello, en la cual se registró cada una de las etapas.

Se finalizaron las mesas con 1(un) encuentro de puesta en común donde se participó de manera integral con todos los participantes.



Mesas de Trabajo	Abril			Mayo	
	2da semana	3ra semana	4ta semana	1er semana	2do semana
Mesa 1					
Instancia 1 IDEAR		16-abr			
Instancia 2 VALIDAR			25-abr		
Instancia 3 INTEGRAR				11-abr	
Mesa 2					
Instancia 1 IDEAR		16-abr			
Instancia 2 VALIDAR			26-abr		
Instancia 3 INTEGRAR				11-abr	
Mesa 3					
Instancia 1 IDEAR		20-abr			
Instancia 2 VALIDAR			27-abr		
Instancia 3 INTEGRAR				11-abr	



PARANÁ BUREAU
Congresos y Convenciones

GRUPO
COMUNICAR
SERVICIOS PROFESIONALES



Centro Provincial de Convenciones de Paraná (CPC)



3.4 Participantes

Las mesas se integraron con los siguientes participantes.

Mesa 1:

Institución	Participante
Bedia Gustavo	Bureau- CPC
Monti Carlos	Burea -
Clavenzani Agustín	Subsecretario Turismo Ciudad de Paraná.
Egea Paula	Bureau
Richardet Alejandro	Secretaria de Turismo Ciudad de Paraná
Scattini Roman	UADER - Empatur
De Leon Santiago	Bureau
Lipchitz Joel	Polo Tecnológico
Trillin Carelli José	UTGRA Transporte
Raiteri José	Bureau
Celia Salvador	Polo Tecnológico
Villalba Hilda	UADER
Fernando Gorbaran	AOCA

Mesa 2:

Institución	Participante
Monti Carlos	Bureau
Villarroel Gabriela	Bureau
Egea Paula	Bureau
Quiroga Marcelo	Centro Comercial
Morresi Francisco	Sub Secretaria de Turismo de la Provincia
Del Valle Gabriela	Diseñadora y decoradora de eventos
Pagani Silvana	Subsecretaria de Turismo de Parana
Villalba Hilda	UADER
Zuttion Gabriela	Costanera 241 (Transporte)
Ostroski José	Turismo de Reuniones de la Provincia.
Flores Paula	UADER



Mesa 3:

Institución	Participante
Monti Carlos	Bureau
Villarroel Gabriela	Bureau
Egea Paula	Bureau
Bedia Gustavo	Bureau - CPC
Clavenzani Agustín	Sub Secretaría Turismo de Paraná
Saad Maria Laura	Sub Secretaria de Turismo de la Provincia
Claret José	Sub Secretaría Turismo de Paraná
Donadio Pablo	Defensoría del Pueblo
Farias Susana	Concejal
Paulín Maximiliano	Concejal
Guzman Liliana	Secretaría de Deportes
Hillairet Karen	Hillairet Sonido
Ledesma Lautaro	AV Consultora
Varela Analía	AV Consultora
Alfredo Marcos	CODEPA
Mulet Maria Laura	AEHGP
Re Ezequiel	Periodista Deportivo
Scmill Leonardo	Howard Jhonson
Svetliza Marcelo	Marana Suite and Tower
Weglin Dario	Veteranos de Fútbol
Leiva Sandra	CODEPA
Sismanian Pablo	INPROTUR





3.5. Desarrollo de los talleres

1er taller “ Ideación”

- La apertura fue cambiando de actores en cada instancia Fernando Gorbaran Presidente de AOCA (primera mesa) José Ostrosky Turismo de Reuniones de la Provincia de Entre Ríos (Segunda mesa) y Pablo Sismanian Director de Productos Turísticos INPROTUR (tercera mesa).
- Presentación del “Programa de Fortalecimiento Institucional”. Carlos Monti. Presidente BUREAU.
- Puesta en común, resultados de relevamiento ¿Cómo estamos? FODA. Puesta en común taller de priorización de estrategias ¿Que podemos hacer? CAME. Grupo Comunicar
- IDEAR Lluvia de Ideas: ¿ Cuáles son las variables de análisis que se deben tener en cuenta en la selección de eventos a captar/evaluar?

Se trabajó sobre brainwriting una técnica para generar ideas y plasmarlas de modo escrito

Esta técnica permite generar de manera grupal una dinámica de pensamiento divergente, que ayuda a realizar todos los aportes posibles desde diferentes miradas y aspectos, de acuerdo a cómo cada participante se posiciona respecto al tema o desafío en cuestión. En esta oportunidad se planteó trabajar acerca de ¿ que tendríamos que tener en cuenta al momento de definir cuales **son los eventos de mayor potencial de captación?**”

Se recaba la información y se organiza la presentación, luego se ordenan para que cada participante vote (3 votos cada uno) en la mejores aportes, que se filtran en de acuerdo al impacto y posibilidad de concreción.





Una vez que los participantes presentan sus ideas, estas son priorizadas y dicha matriz se presenta al resto de los participantes, los cuales hacen sus aportes. En última instancia se recaba el trabajo de cada participante para integrar el material hasta el próximo encuentro de validación.

Categorías Integradas del 1er taller

Tipo de evento:

Fecha de Realización | Temporada

Cantidad aprox. de participantes

Ingreso que generan

¿Cuántos asistentes son turistas?

¿Cuántos asistentes son excursionistas?

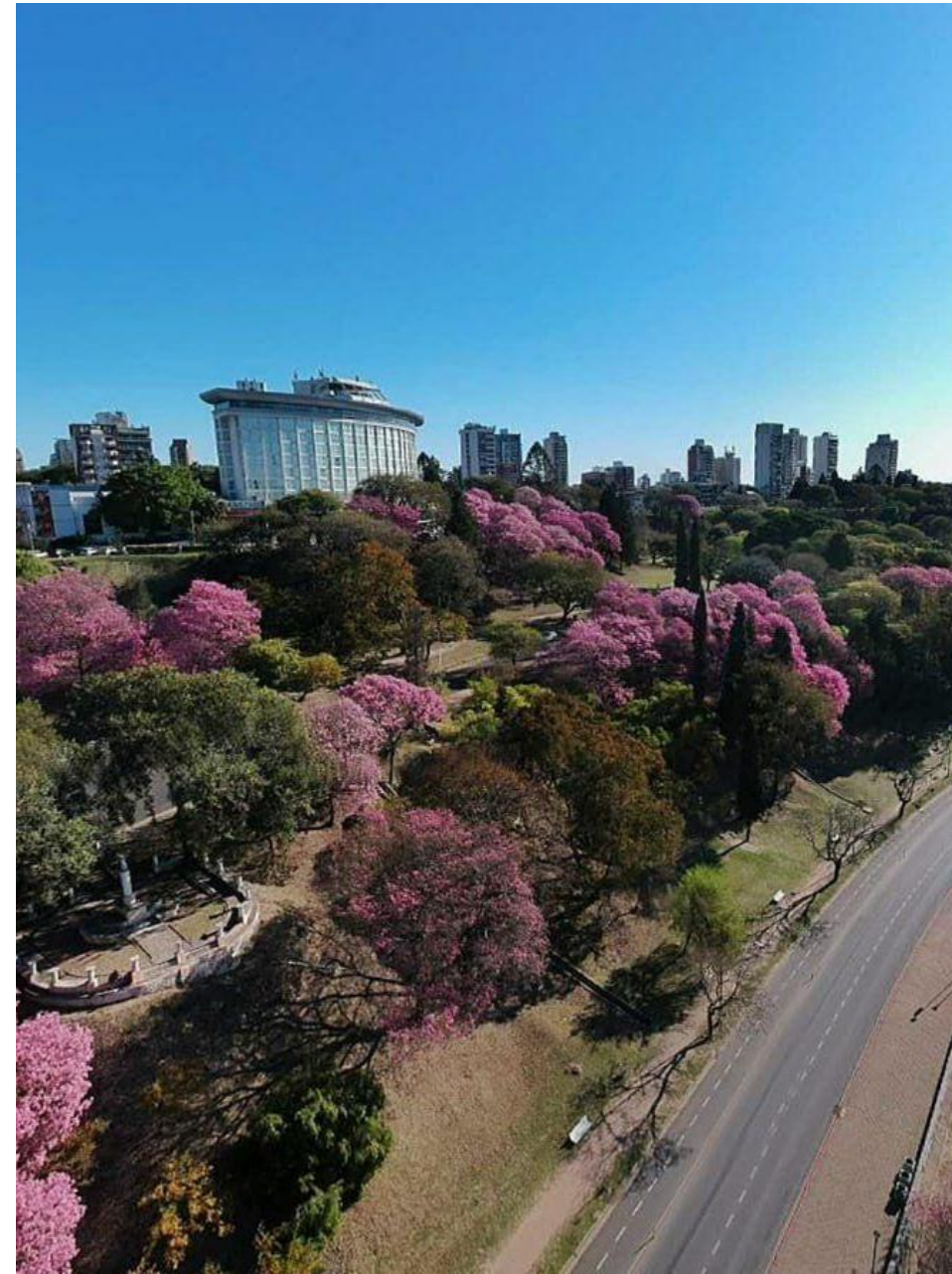
Cuántos son locales (vecinos de Paraná)

Duración del Evento: Cuántos días y noches

Estos datos permiten establecer el impacto económico estimado que recibirá nuestra comunidad en virtud de la captación del evento.

Esta matriz, en virtud de otras evaluaciones complementarias (*), aportaría a la política de captación de eventos la estimación de un aporte con un rango de porcentajes que marquen un piso y un techo en cuanto al apoyo económico.

(*) Observación: Existen otras ponderaciones que debemos ver entre todos ya que la matriz no debe ser una fórmula lineal, sino que debe brindar información para que el manejo del desarrollo turístico que lleva adelante el EMPATUR y la articulación con el gobierno municipal fije y establezca PRIORIDADES al momento de realizar las postulaciones.



2 do “ taller de Validación”

Se presentan los resultados del taller de IDEACIÓN de todas las mesas Consolidados en una primera versión de la Matriz. En este segundo encuentro se trabaja sobre el testeo y uso de la misma Variables cuantitativas



Segmentación de Eventos		Análisis Económico	Costo estimado del Evento			Gasto promedio por participante			Ingreso Total estimado a la ciudad
		Clasificación (Indicar con una X)	Menos de \$	Entre \$ y \$	Mas de \$	Menos de \$	Entre y \$	Mas de \$	\$
Tipo de Evento	A Deportivos								
	B Congresos y convenciones								
	C Ferias								
	D Jornadas								
	E Incentivos								
Cantidad de Participantes	menos de 100								
	entre 100 y 500								
	entre 501 y 2000								
	entre 2001 y 5000								
	entre 5001 y 7000								
	mas de 7000								
Temporada	Alta								
	Media								
	Baja								
Duración	1 día								
	entre 2 y 3 días								
	entre 4 y 5 días								
	mas de 5 días								





Para llevar adelante la validación, cada equipo contó con dos eventos, uno que se quisiera captar y otro que ya tuvo su realización en el destino. Se le entregó a cada grupo una ficha técnica aportada por **Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de Argentina** www.observatorioturismo.com.ar, de cada evento y se les solicitó que utilizarán la matriz para evaluar los mismos y determinar si son o no eventos atractivos. Se realizó un puesta en común de cada grupo que dio origen a la necesidad de incluir otras variables de índole **cuantitativo como: impacto social, posicionamiento y algunas variables económicas como sí trae acompañante o no**. Estas variables amplían la mirada sobre los eventos y el impacto que derraman sobre la economía, cultura y sociedad en general, por lo cual también deben ser ponderadas.

Los aportes que surgieron en cada mesa de trabajo, se integran a la matriz, y dan lugar al último encuentro de Integración, donde se consolida y aprueba la herramienta.

3er taller “INTEGRACIÓN”

Presentación de los resultados del taller de validación en una segunda versión de Matriz, que incluye los aspectos cualitativos, como mejora del episodio anterior, y se suman referencias de cada uno de los aspectos, se incluyen los segmentos socioeconómicos NSE y se presentan alternativas respecto a la ponderación de estas variables.



Variables cualitativas



Variables Cualitativas							
Posicionamiento		Impacto social		Trae Acompañante		Actividades Pre y Post Evento	
Alto	Bajo	Alto	Bajo	Si	No	Si	No

Se conformaron equipos de trabajo en cada mesa, que utilizaron y probaron el uso y funcionalidad de la matriz, de forma simulada, con eventos de interés para el destino.

Cada equipo incluye posibles formas de evaluar nuevas variables cuantitativas, se las cuales surgen las siguientes posibilidades de valoración:

POSICIONAMIENTO Es el aporte del evento al destino en cuanto a posicionamiento, se pueden tomar dimensiones que permitan evaluarlo, por ejemplo: Impacto Público / Segmento de Interés/ cantidad de medios que asisten a la cobertura/.

Valoración:

Alto: es de interés para la comunidad participante, la comunidad ampliada, el sector político, es un evento referente para otros eventos **Medio** es de interés para la comunidad participante/ sirve como argumento de captación de otros eventos de mayor envergadura. **Bajo** es solo de interés para la comunidad participante

IMPACTO SOCIAL: evalúa la percepción general de la comunidad respecto del evento y se puede Valorizar en **POSITIVO/NEGATIVO**

Las dimensiones de **ACOMPañANTE y ACTIVIDADES PRE Y POST EVENTO** podrían analizarse como factores multiplicadores del gasto promedio diario por participante según el segmento. **(ABC1 más de \$20.000 | C2C3 entre \$10.000 y \$20.000 | D1 Menos de \$10.000)**



Cuadro de aportes y participaciones

Aportes y participaciones (%)				
Bureau	Empatur	Gob Provincial	Gob Municipal	Otros

Destacamos también la incorporación de la institución al Directorio del EMPATUR (Ente mixto Paranaense de Turismo) y la importancia que el mismo le asigna al desarrollo del Turismo de Reuniones como uno de los segmentos con más potencialidad en el desarrollo turístico de la capital entrerriana.

El Paraná Bureau transita hoy una etapa de consolidación del equipo de gestión y busca desarrollar una política de captación de eventos en la que participen todas las instituciones que componen el Empatur, aportando sus conocimientos y fundamentalmente logrando concientizar que los eventos que eligen a Paraná como sede, no sólo aportan económicamente al destino sino que optimizan la ocupación de los establecimientos hoteleros a lo largo del calendario anual, planificando y fortaleciendo el flujo de visitantes en las temporadas que lo necesitan y dejan cada uno de ellos un legado de conocimientos muy importante.

En el equipo de gestión actual de la institución, además de la Comisión Directiva, participan activamente representantes de la Subsecretaría de Turismo de la Municipalidad de Paraná, empresas del sector y representantes de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos. También desde hace pocos meses cuenta con un cuadro técnico profesional con dedicación exclusiva que aporta el EMPATUR para el trabajo de captación de eventos.

Un párrafo aparte merece otro de los objetivos trascendentes del Bureau: la sensibilización y concientización de la comunidad y fundamentalmente de las asociaciones profesionales, universidades, organismos gubernamentales y todos aquellos que pueden ser artífices de postular a Paraná. Todos ellos cuentan con el apoyo de la institución y generan un gran beneficio para la comunidad en su conjunto.



3.6. Prototipo de guía tentativa de políticas de captación

Se obtuvieron conclusiones respecto a trabajar con dos matrices e incluir los diferentes actores e instituciones que sumarán valor a la política de captación, ya sea desde aportes económicos, de gestión y/o simbólicos. Estos aportes son los insumos que constituyen la guía de Políticas de Captación.

1. El trabajo realizado en los talleres es parte indispensable de la política de captación de eventos de un destino.
2. Etapa de investigación de potenciales eventos. Selección de los que vamos a evaluar.
3. Matriz evaluatoria cuantitativa y cualitativa.

En virtud de esos resultados, se determina el apoyo que se incluirá en la postulación para ganar dicho evento.

Se procede entonces a definir el aporte que se requiere de las diferentes instituciones, siendo el mismo el siguiente,

Paraná Bureau. debe ser organizador y presentar la postulación | Coordinar| y compromete un % descuento de los socios.

EMPATUR Evaluar apoyo económico que brindará.

Gobierno Provincial Carta de apoyo | Apoyo Económico (previa evaluación del evento)| Presentes y obsequios| Presencia de Autoridades en aperturas.

Gobierno Municipal Carta de Apoyo| Auspicio Institucional | Visitas de Inspección | Material de promoción digital e impreso |Stand de Información Turística | Presencia de Autoridades | Merchandising

Otros Descuentos Comercios| Hoteles | Gastronomía | Museos | Excursiones



4. Conclusiones

Dotar a Paraná de su POLÍTICA DE CAPTACIÓN DE EVENTOS es esencial y prioritario. El Turismo de Reuniones es uno de los ejes estratégicos escogidos para el desarrollo turístico de la ciudad. Este segmento de turismo viene posicionándose notoriamente a escala nacional y dotar al destino de una Política de Captación clara lo hará aún más competitivo.

La experiencia transitada a nivel nacional por 32 burós nucleados en AOCA nos muestra claramente que uno de los principales inconvenientes de los destinos es justamente que no cuentan con una política de captación, lo que justifica este trabajo y lo vuelve clave y relevante. También contribuirá significativamente a potenciar la sinergia entre los distintos actores involucrados, proporcionando una herramienta que unifica el discurso de presentación y venta del destino. Esto permitirá que:

- Paraná continúe destacándose a nivel nacional e internacional como un Destino profesionalizado en Turismo de Reuniones.
- Para que la ciudad se potencie como anfitriona de grandes eventos que la enriquezcan cultural, social y económicamente.

- Para que el desarrollo exponencial del Turismo de Reuniones continúe derramando valor sobre los demás segmentos.
- Para que las diferentes industrias culturales, educativas, productivas, etc. locales que transitan el Turismo de Reuniones puedan, a su vez, potenciarse como anfitriones en sus diferentes nichos escalando simbólicamente en sus respectivos sectores.

Es amplio, claro y justificado el trabajo que se realiza desde el Paraná Burea y en trabajo conjunto con los actores que traccionan estas acciones para consolidar y mantener este sector especialista del turismo para que Paraná sea el referente a nivel nacional.

Anexos





5 Anexos

Museos

Museo Histórico Provincial.

Buenos Aires 286

De Martes a Viernes

343 420-7869

museomleguizamon@yahoo.com

Museo de Cs. Naturales y Antropológicas Dr. Antonio Serrano

Carlos Gardel 62

De Martes a Viernes 08:00 a 12 y de 15:00 a 19:00

Sábados de 9:00-12:00 y de 17:00 a 19:00

Domingos de 08:00 a 12:00

343 420-8894

museoserrano@gmail.com

Museo Pcial. De Bellas Artes Dr. Pedro E. Martínez

Buenos Aires 355

De Martes a Viernes 08:00 a 12:30 y de 15:00 a 20:00

Sábados de 9:00-12:00 y de 17:00 a 20:00

Domingos de 09:00 a 12:00

343 420-7868

gestionbellasartes@gmail.com

Museo de la Ciudad Dr. César Blas Pérez Colman

Buenos Aires 226

Lunes a viernes de 09:00 a 15:00

Sábados y domingos cerrado

343 421-1884

Museo de Sitio Santo Domínguez y Benguria

Corrientes y Urquiza

Cerrado momentáneamente

Museo Interactivo de Ciencias Puerto Ciencia

Bvard. Racedo 255

De lunes a viernes con turnos previos

343 420-2240

puertociencia@ingenieria.uner.edu.ar

Museo Itinerante del Mate y Sala Criolla Scutellá

Venezuela 154

Museo Eva Perón

Complejo Escuela Hogar Eva Perón

Lunes a Viernes de 09:00 a 16:00

Museo Pcial de Artesanías Carlos Asiaín

Gral. Urquiza 1231

De Lunes a Viernes 08:00 a 13:00 y de 16:00 a 20:00

Sábados de 8:00-12:30

Domingos cerrado

343 420-8891



Hoteles y alojamientos



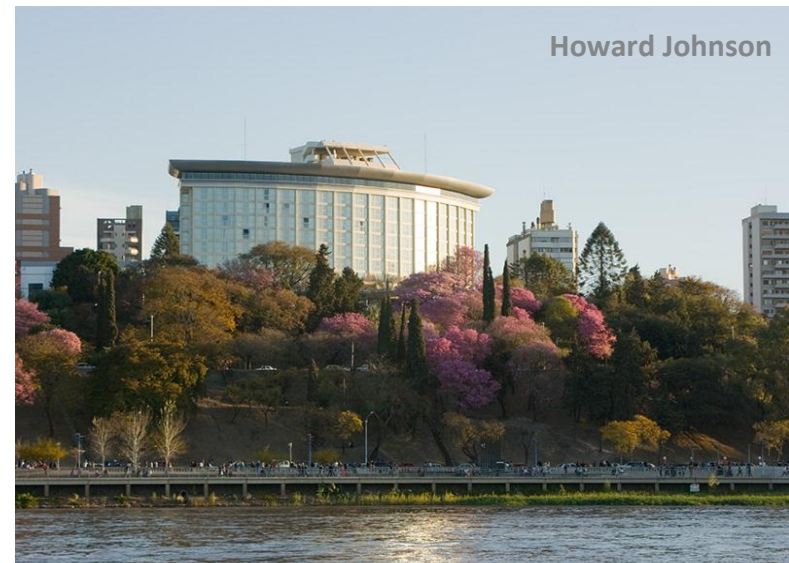
Maran Suite and Towers



Posta del Sol



Gran Hotel Paraná



Howard Johnson



Salones

Howard Johnson Mayorazgo.

Salón Terrazas al río y salones del octavo piso)

Av. Luis Etchevehere 331

4206800

Officium

Salta 130

Capacidad:15

4313928

Auditorio UCA Sede Paraná

Buenos Aires 239

4235103

Centro de panaderos

Uruguay 249

4315132

Maran suites & towers

Av. Alameda de la Federación 698

4235444

Fundade

Gualedguaychú 230

4224667

Centro mariapolis paraná

El Brete (Acceso norte, Pedro Londero 3445)

4216086

AUDITORIO DEL CÍRCULO MÉDICO DE PARANÁ

Urquiza 1135

4315365

Salón Coliseo

25 de mayo 16

4227469

Sala de mayo

Martín Miguel de Güemes

4236231

UNER (ciencias economicas)

Urquiza y Ferré

4222172

Sindicato De Comercio

Garrigo 4716

4318595 - 4230322

Bolsa De Cereales

Gral. José de San Martín

Capacidad 50

4220292

Sindicato luz y fuerza

Corrientes 667

4230019



Círculo de Odontólogos

Corrientes 218

Capacidad 25

0343 423-1497

Sala Cultural Manuel Antequeda

Alameda de la Federación 557

La casa de la cultura

Carbó 194

Salón SUTEP

San Martín 1373

La Cheltonia

Zanni

4053420

La Delfina

Garrigó

4353976

Piedramora

Acceso Norte y Jorge Luis Borges

4516447

Centro Provincial de Convenciones

San Martín 15

Salón del Sindicato Luz y Fuerza

Manuel Crespo 1339

Círculo de Sub oficiales del Ejército

Andrés Pazos 405

Club Social

San Martín 958

3434527286

Costa Alta Eventos

Almafuerte 1887

4220172

Loma Linda

López Jordán 3166

3435111991



Anexo





Anexo





Anexo





Anexo





PARANÁ BUREAU

Congresos y Convenciones

GRUPO
COMUNICAR
SERVICIOS PROFESIONALES