

Plan Estratégico de Turismo

Santa Fe 2020

SEGUNDA ACTUALIZACIÓN 2017

Plan Estratégico de Turismo Santa Fe 2020

ACTUALIZACIÓN 2017

Fecha: talleres participativos: septiembre / octubre 2017

Procesamiento de datos: diciembre 2017

1. Fundamentos

Introducción

Pasaron cinco años de la puesta en marcha del Plan Estratégico de Turismo “Santa Fe 2020”. En el medio, hubo dos momentos significativos de revisión y actualización: el proceso de Distinción de Calidad que la Subsecretaría de Turismo llevó adelante en el año 2014 -momento en el que se realizó un nuevo DAFO participativo- y el 2015 en el que se realizó la primera actualización completa del Plan aprobado en 2012.

En esta tercera actualización del 2017 – y por recomendación de la comisión técnica responsable- se decidió no modificar el marco estratégico pero sí avanzar en:

- La revisión del diagnóstico situacional.
- La revisión, evaluación y modificación de algunos de los objetivos planteados para cada eje estratégico.
- Determinar un plan de acción para cada uno de ellos.

2017-2020 “Un nuevo desafío”

¿Por qué es necesario el seguimiento y la evaluación del plan?

Para evaluar los logros obtenidos a partir de la ejecución del plan en relación con los objetivos generales y particulares planteados al inicio.

A través del seguimiento y la evaluación es posible:

- Revisar el progreso.
- Identificar problemas en la planificación y/o en la puesta en práctica.
- Hacer ajustes de modo que tengamos más probabilidades de “generar un cambio”.

En orden interno y externo

Los planes de esta naturaleza deben actualizarse con cierta periodicidad en la medida que las condiciones micro y macro sociales se transforman a lo largo del tiempo. En este sentido podemos afirmar que el seguimiento permanente y la evaluación por etapas ofrecen la información necesaria para tomar decisiones sobre las acciones y proyectos en marcha y para afrontar los cambios de rumbos si fuera necesario.

No obstante es importante señalar que los llamados “pilares del plan”: la visión, la misión y los valores no fueron modificados, justamente por su carácter estructurante y organizador de la política turística para la ciudad de Santa Fe.

2. Proceso de la segunda actualización

Reunión UTR “Unidad Técnica Responsable”

La UTR es la responsable de chequear el seguimiento y la evaluación del plan; plantear las actualizaciones correspondientes; implementar las fases operativas y coordinar de los programas que conforman el plan y la comunicación del mismo.

La misma está integrada por: *Coordinación General de los Talleres participativos del Plan* Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Santa Fe; Prof. Claudia Neil; Responsable de la coordinación técnica y de gestión por la Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Santa Fe: T.S.T. María Fernanda Álvarez; Referente académico: Prof. Juan González y Referente de comunicación: Lic. Paz Mendoza.

Conclusiones de la UTR

En esta primera reunión, realizada el 14 de marzo de 2017, se determinaron varios puntos:

- **Objetivos y Metodología para la segunda actualización del Plan.**

Se continuará trabajando con la metodología de CIVICUS, en esta segunda etapa con el marco de “Seguimiento y Evaluación de proyectos”.

CIVICUS: Alianza Mundial para la Participación Ciudadana

CIVICUS House, 24 Pim Street, Newtown, Johannesburg 2001 South Africa -

Washington DC 20036. UNITED STATES of AMERICA

www.civicus.org

- **Modalidad: Participativa**

Al igual que en sus comienzos, la actualización del Plan debe ser lo más abarcativa y plural posible.

Es decir que la invitación será amplia y abarcativa llegando a todos los sectores que intervinieren en la actividad turística de la ciudad.

- El Foro virtual se abrirá en la web de turismo durante los talleres estratégicos de naturaleza y eventos invitando a participar a diferentes públicos y sectores a través de la web de turismo.

- **Modalidad de los talleres**

- 4 talleres. 1 general y 3 específicos.

- Duración de los talleres: 2 horas.

- Lugar de los talleres: sitios rotativos.

- Se determinarán coordinadores especiales para las mesas de trabajo.

- Consignas: Se envían previamente las consignas con la carpeta de aportaciones para que se pueda trabajar con anticipación.

- Charlas magistrales: se incorporan charlas y/o seminarios específicos que actúan como disparador para algunos de los temas.

- **Trabajos de aportaciones para el desarrollo de los talleres**

Herramientas de seguimiento disponibles como: Plan Estratégico de Turismo “Santa Fe 2020”; actualización del Plan 2015; informe de la UBA – INPROTUR en turismo de reuniones de la Ciudad de Santa Fe; datos estadísticos Ciudad de Santa Fe.

- **Fecha de lanzamiento y finalización del Plan.**

Lanzamiento: 20 de septiembre.

Lugar: 1980 Costa Este

Horario: 17 a 19.30 hs

- El POA (Plan Operativo Anual) y las acciones propuestas para los objetivos particulares se determinarán en el SAFETUR con las conclusiones finales y procesadas de los talleres. En esta instancia también se revisará la MISION.

3. Cronograma

2do. Semestre 2017 – 2018

Objetivos

- 1) Actualizar el Plan Estratégico de Turismo Santa Fe 2020.
- 2) Analizar específicamente el 1er. Eje Estratégico: "Turismo de Reuniones y Eventos".
- 3) Analizar el 2do. Eje Estratégico de "Naturaleza" a fin de avanzar sobre esta temática.
- 4) Enunciar el POA 2018.
- 5) Avanzar en políticas y acciones de comercialización del destino.
- 6) Trabajar en diversificación de la oferta turística en la ciudad y región metropolitana.

Plan de Acción

■ 20 de septiembre

- Taller General "2da. Actualización del Plan Estratégico de Turismo Santa Fe 2020".
- Análisis DAFO 2015 y actualización del diagnóstico situacional turístico en la ciudad.
 - Autoevaluación participativa de los objetivos planteados por ejes en la 1era. Actualización del Plan (2015)

■ 28 de septiembre

- Charla sobre Turismo de Reuniones y Eventos:
- Invitado especial: Pablo Singerman (Observatorio UBA Buenos Aires). Datos Ciudad de Santa Fe.
 - Presentación del Pool de Agencias de Turismo Receptivo.

■ 30 de octubre

- 1er. Taller Estratégico Jornada "Caso éxito de turismo receptivo" con operadores de Córdoba y Pool de agencias de turismo receptivo de Santa Fe en el marco de FIT.

■ Noviembre

- Procesamiento de datos de la primera etapa de trabajo.

■ Diciembre / Enero 2018

- Tareas de investigación en materia de turismo de naturaleza. Generación de insumos. Relevamientos.

4. RESULTADOS

A. Análisis FODA

FORTALEZAS

Capital Provincial ubicada estratégicamente en el país

- Excelente conectividad vial.

Vasto capital cultural, histórico y natural. Cuna de la Constitución Nacional

- Avance de las obras en el Parque Biblioteca de la Constitución Nacional. Inauguración Auditorio.
- Diversidad de circuitos y atractivos turísticos locales. Inauguración Molino Marconetti y Centro de Interpretación Ariel Ramírez.
- Proximidad con atractivos turísticos naturales (Río Paraná, zona de islas).
- Puente Colgante Monumento Histórico Nacional. Escenario de grandes eventos. Nueva iluminación LED. Letras corpóreas que promueven mayor sensibilidad turística.

Ciudad del Conocimiento y sede de grandes eventos

- Continuidad en el Ranking Nacional de eventos.
- Avance de obras esenciales para este segmento. Ej: Estación Belgrano, Auditorio Parque de la Constitución, Molino Marconetti.
- Calendario anual de Eventos. Agenda unificada.
- Consolidación del calendario de eventos Deportivos y excelente infraestructura para este segmento.

Consolidación de la oferta gastronómica como atractivo turístico

- Productos típicos tradicionales: liso, pescado, alfajor.
- Regularización y continuidad de grandes eventos gastronómicos: calendario de fiestas cerveceras, ExpoChef, Santa Fe a la Carta, etc.
- Conformación del Clúster de la Cerveza Santafesina.
- * Polo gastronómico Patio de Food Trucks "Salida 168".
- Nuevos servicios gastronómicos en distintos puntos de la ciudad.

Crecimiento en servicios turísticos

- Nuevo centro de información turística en el Puerto de la ciudad.
- Mayor cantidad de empresas de la ciudad que certificaron calidad turística.
- Capacitación intensiva a personal de Centros de Informes Turísticos y de servicios turísticos privados de la ciudad.
- Actualización permanente de la página web de turismo www.santafeturismo.gov.ar
- Aplicación móvil de Agenda Ciudad y de Turismo.
- Relocalización de locales bailables.
- Consolidación y diversificación de la oferta de paseos y excursiones. Adquisición de nuevo equipamiento para el servicio Subite a la Bici.
- Conformación del Pool de Agencias de Turismo Receptivo.
- Nuevos indicadores; datos estadísticos y encuestas realizadas desde el sector público.

Mejora en la promoción y posicionamiento de la ciudad

- Desarrollo del catálogo de paseos y excursiones locales y regionales con tarifario incluido.

- Mejor comunicación de la ciudad como destino turístico regional (difusión en medios nacionales, asistencia a ferias y eventos, etc).

Recuperación de la Ciudad a partir del Plan Urbano y de Desarrollo.

- Nuevas obras: recuperación de Bv. Gálvez, avances de obras en Parque Biblioteca de la Constitución, finalización de las obras en el Molino Marconetti y la Plaza Alberdi.

Consolidación del SAFETUR

- Trabajo mancomunado y sostenido entre el sector público y privado.

DEBILIDADES

Desaprovechamiento de los recursos naturales como productos turísticos

- Ausencia de planificación del uso del territorio en la zona de islas
 - Escasa infraestructura para aprovechamiento turístico.
 - Falta de un calendario anual de actividades náuticas.
- Necesidad de obras de adecuación, modernización y/o mantenimiento en la Granja La Esmeralda.
- Falta de un plan de aprovechamiento de playas y recursos naturales.

Falta de planificación para afianzar a Santa Fe como sede de eventos

- Ausencia de un plan de captación de eventos.
- * Necesidad de mayor compromiso de los organizadores para incluir actividades turísticas en los eventos (culturales, académicos, deportivos, corporativos, sociales).
- * Deficiente y vetusta infraestructura para la conectividad aérea.

Ausencia de estrategias de Promoción del Destino

- Necesidad de un plan de comunicación y comercialización del destino como producto turístico.
- Falta de desarrollo de una Marca Turística.
- Ausencia de estrategias de promoción segmentadas para mercados turísticos específicos.
- Escaso presupuesto para promoción turística que le destina la Provincia a la Municipalidad de Santa Fe.
- Falta de desarrollo de merchandising turístico de la ciudad. (productos regionales, gastronómicos, artesanías, diseño, etc.).

Deficientes servicios e infraestructura turística

- Ausencia de campings y espacios para turismo alternativo.
- . Escasa oferta de alojamiento para delegaciones deportivas, estudiantiles, sociales.
- . Escasa oferta de alojamiento para viajeros alternativos y otros mercados (ej. hostels).
- Falta señalética turística en accesos y dentro de puntos específicos de la ciudad, como centros comerciales a cielo abierto.
- Ausencia de un sistema de estacionamiento medido amigable para turistas.
- Falta de aprovechamiento en materia gastronómica de las costaneras.
- * Necesidad de mejorar la calidad en el servicio de atención gastronómica.
- * Escasa infraestructura y servicios recreativos en el casco fundacional (sanitarios, iluminación, tiendas de souvenirs, coordinación con Provincia en el horario de los Museos; falta de actividades recreativas para la familia).

Escasa coordinación con municipios del gran Santa Fe para potenciar el desarrollo regional

- Necesidad de incorporar corredores y atractivos a nivel regional a fin de poder diversificar la oferta turística y lograr una mayor estadía.

OPORTUNIDADES

Óptima conectividad terrestre y fluvial con los países limítrofes y principales mercados de demanda nacionales y regionales.

- Avance en las obras de la autovía Santa Fe - Córdoba y puesta en valor del Aeropuerto de Sauce Viejo.
- * Máster Plan de la Terminal de Ómnibus.
- Frecuencias variadas de vuelos a distintos destinos en localidades cercanas (Rosario y Paraná).

Turismo educativo y cultural

- Próxima inauguración del Museo del Parque Biblioteca de la Constitución Nacional y de la Mediateca de la Cumbia Santafesina.
- Desarrollo del producto de turismo idiomático. Escuelas de idiomas y casas culturales.

Turismo de Naturaleza

- Desarrollo de productos ligados a la Laguna Setúbal y recursos naturales.

Posicionamiento de Santa Fe como destino de turismo gastronómico

- * Desarrollo y diversificación de propuestas gastronómicas.
- Desarrollo del producto "cerveza".
- * Desarrollo del sector coctelero; profesionalización de los bartenders, etc.
- * Incorporación de nuevas propuestas en el Mercado Norte.

Calendario turístico de fines de semana largo

Ley 27.399 de establecimiento de feriados y fines de semana largos aprobada en el Congreso a fines de septiembre, que habilita al Poder Ejecutivo a establecer tres feriados puente al año.

El decreto 831/2017 lleva la firma del presidente Mauricio Macri.

Desarrollo de productos turísticos regionales

- Parque Islas de Santa Fe.
- Crecimiento del corredor turístico de la ruta 1 y 11, diversidad comercial y de servicios turísticos.
- Creación y desarrollo de la microrregión Insular; proyecto de la UNL, "Itinerarios y Travesías".

Existencia y actualización de los Planes Estratégicos de Turismo de Nación, Provincia de Santa Fe y Gobierno de la Ciudad de Santa Fe

Continuidad del trabajo conjunto con la ciudad de Paraná y otras localidades del Área Metropolitana.

LEY DE CREACIÓN DE LAS ÁREAS METROPOLITANAS N° 13532 (Abril 2016)

AMENAZAS

Aumento de destinos emergentes cada vez más competitivos.

Pérdida de mercado turístico regional e internacional por falta de conectividad aérea.

Inflación- incertidumbre económica del país.

Nueva infraestructura en Paraná para eventos.

B. Autoevaluación Participativa de los objetivos inmediatos planteados en la primera actualización del Plan Estratégico de Turismo.

Recordemos que el objetivo inmediato está directamente relacionado con las causas de el o los problemas detectados en las debilidades del DAFO 2015.

Referencias para la evaluación.

- * AA (altamente alcanzados)
- * MA (Medianamente Alcanzados)
- * NA (No Alcanzados)

EJE ESTRATEGICO	OBJETIVO INMEDIATO O PARTICULAR	AA	MA	NA
Turismo de Reuniones y Eventos	Consolidar el posicionamiento de la ciudad como destino sede de eventos nacionales e internacionales, generando recursos y herramientas específicos para lograr este objetivo.			
	Desarrollar un plan de promoción específico para Turismo de Reuniones.			
	Planificar distintas herramientas de comunicación a fin de que asociaciones, entidades y público específico conozcan el destino.			
	Concientizar sobre la importancia en la captación de congresos y eventos y de contar con un profesional idóneo en la organización de los mismos.			
	Brindar mayor incentivo a los eventos deportivos, identificados como una herramienta generadora de turismo			
	Desarrollar acciones para brindar facilidades al asistente y/o acompañante para la concurrencia a los eventos.			
Naturaleza	Lograr un mejor posicionamiento de la ciudad de Santa Fe como destino de turismo de naturaleza			
	Potenciar la imagen de Santa Fe como "ciudad verde", destacando sus atributos naturales. (zona de islas; Laguna Setúbal; los grandes pulmones/parques verdes; las tres costaneras, etc).			
	Lograr la captación de inversiones para servicios e infraestructura en zona de islas.			
	Fortalecer el Corredor costero e integrarlo a la oferta de naturaleza de la ciudad.			
	Puesta en valor del parque temático Granja La Esmeralda.			
Arte, Cultura e Historia	Continuar con el posicionamiento de la marca "Santa Fe, cuna de la Constitución Nacional" y lograr recursos para la concreción del Parque Biblioteca de la Constitución Nacional.			
	Potenciar, fortalecer y posicionar el Circuito del Papa Francisco a nivel regional y nacional.			
	Revalorizar y poner en valor el Casco Histórico de la Ciudad.			
	Definir nuevos productos culturales que identifiquen a la ciudad.			
	Fomentar las propuestas vinculadas a las artesanías, circuitos de comercialización y ferias en la ciudad.			
	Potenciar el turismo educativo escolar, respecto a Santa Fe como cuna de la Constitución Nacional.			
	Incorporar atractivos culturales regionales de interés para diversificar la oferta en este sentido.			
	Potenciar el turismo idiomático.			
	Recuperar la Casa de la Cultura y Sor Josefa.			
	Estudiar la incorporación de un circuito histórico de arte en el Cementerio Municipal.			
Entretenimiento, recreación y compras	Fortalecer la captación de turismo regional.			
	Promocionar e incentivar la visita a la ciudad a través de herramientas que motiven el desplazamiento de turistas.			
	Diversificar la oferta turística de entretenimiento, recreación y compras.			
	Potenciar la promoción del Mercado Norte como punto de compras de productos regionales.			
	Continuar y afianzar un calendario de fiestas típicas tradicionales como la del pescado, alfajor, cerveza.			
	Trabajar en la revalorización, innovación e incorporación de las nuevas tendencias gastronómicas de los productos típicos santafesinos.			
	Desarrollar propuesta de diseño de los productos típicos de la región.			

1. Qué objetivos importantes NO hemos logrado?

- Lograr un mejor posicionamiento de la ciudad de Santa Fe como destino de turismo de naturaleza.
- Desarrollar un Plan de Capacitación y Promoción específico de Turismo de Reuniones y Eventos.
- Mejorar la promoción y comercialización turística de la ciudad.

2. ¿Qué objetivos importantes SI hemos logrado?

- Mejorar la Captación de turismo Regional.
- Desarrollar otras herramientas de comunicación (App).
- Continuar con el posicionamiento de la marca "Santa Fe Ciudad de la Constitución".
- Diversificar la oferta turística de entretenimiento, recreación y compras.

3. Sugerencias participativas (se han priorizado las que más fueron enunciadas)

- Llevar las reuniones del taller de actualización a otras instancias más específicas por cada eje para seguir concretando los objetivos (reuniones/talleres estratégicos).
- Continuar con los talleres participativos y aumentar las frecuencias.
- Desarrollar un plan de captación de eventos para la ciudad.
- Desarrollar un Plan de mantenimiento para garantizar el cuidado de los espacios verdes y el desarrollo de productos ligados al turismo de naturaleza.
- Pool de agencias de Turismo Receptivo: Planificar y desarrollar un plan de promoción y comercialización del producto Parque de la Constitución a fin de captar el mercado educativo regional.