

Universidad Abierta Interamericana



Facultad: de Ciencias Empresariales – sede Rosario -

Campus: Pellegrini

Carrera: Licenciatura en Comercialización

Tesina

Tema:

El desarrollo sustentable de Rosario recibe del Turismo un aporte fundamental para el fomento de su crecimiento económico.

Alumna: María Laura Poy – laupoy@yahoo.com.ar

Domicilio: Boulevard Argentino 7971

Teléfono: 0341-4514152 / 0341-155372735

Tutora: Mg.Lic. Ana María Trottini-anatrottini@citynet.net.ar

Fecha de presentación:

Mayo 2007

Índice

	Página
Introducción.....	1
Descripción de la realidad visible.....	4
Desarrollo Municipal	9
Plan Estratégico Rosario –PER-.....	12
Plan Estratégico Metropolitano – PEM -	16
Impacto del Turismo en las economías- <i>aspectos generales</i> -.....	29
Turismo en Rosario.....	37
Congresos.....	40
Industria Hotelera.....	47
La gastronomía rosarina.....	51
Rosario cultural.....	53
Rosario, ciudad digital.....	60
Conclusión	62
Anexo.....	64
Bibliografía.....	77

Introducción

"Rosario, ciudad que no tiene mar, ni picos elevados", diría Fontanarrosa¹, humorista gráfico y escritor, apodado "El Negro", nacido en la ciudad de Rosario el 26 de noviembre de 1944.

Convocar al viajero a recorrerla, es invitarlo a vivir una ciudad parecida a todas pero bien distinta, con un atardecer marrón y rojo separado por un hilo plateado, un privilegio solo para Rosarinos.

Posee el misterio y la mística de una ciudad sin fecha de fundación, es por esa razón que los rosarinos, decimos que se hizo gracias al esfuerzo de su gente, a orillas del Paraná, el río color de león, con un textura espesa y de dulce sabor.

Hacia 1900, tuvo esplendor portuario cuando la llamaban la "Chicago Argentina" y el país era "el granero del mundo". Fue una ciudad atrayente para personas de distintas partes del mundo, motivadas a realizar nuevos sueños, con historias de barcos, desarraigo y maletas con pocas pertenencias y muchas esperanzas. La ciudad creció, desarrolló su cordón industrial, el ferrocarril, su puerto, la educación, los lecheros puerta a puerta y los nocheros de oficio.

La Rosario de hoy tiene tantos contrastes como diversidades.

Por las mañanas de sábados y domingos se cruzan por las calles el vecino que sale en bicicleta, con el joven que aún no ha llegado a su hogar luego del divertimento nocturno. Aquí conviven balcones afrancesados,

¹ Fontanarrosa, Roberto, *Su carrera comenzó como [dibujante](#) humorístico, destacándose rápidamente por su calidad y por la rapidez y seguridad con que ejecuta sus dibujos. El 26 de abril del 2006, el Senado le entrega la Mención de Honor Domingo Faustino Sarmiento, en reconocimiento a su vasta trayectoria y aportes a la cultura argentina.*

con departamento de pasillo, mayólicas art nouveau con graffitis que denotan el ya no ser.

Mi ciudad, son las pastas italianas, la tortilla española de las abuelas y el asado de los domingos en las terrazas de tapias bajas, acá todavía quedan el "patio" y el "fondo".

Rosario es una ciudad de accesos rápidos y partidas lentas, de mentalidad práctica y emociones tangueras.

Hoy encontramos galerías comerciales, shoppings, ocio organizado, gastronomía variada, paseos domingueros, parques, multicines, sol, playas, teatros, ferias, eventos y el río, siempre el río... siempre el Paraná.

Los que somos "de acá", decimos con holgura que Rosario es una ciudad de "grandes", de grandes artistas como Antonio Berni, Beas, el Negro Olmedo, Baglietto, el Negro Fontanorrosa, Fito Páez, la Gorodischer, Luciana Aymar; Grandinetti y tantos más...

Rosario se ha "maquillado" para recibir a sus visitantes dispuestos a recorrerla, a degustarla, a vivirla plenamente. Su economía creciente, de pueblo trabajador, se puso al servicio del huésped. Y no de cualquiera. Los académicos de la Lengua Española, pasearon por aquí su garbo y realeza, y nos mostraron al Mundo. Sin soberbia, pero con el gusto de aquello que se hace "de 10". Y la respuesta no se hizo esperar, **el turismo** regional nacional y extranjero, comenzó a bullir por la Ciudad, que vio en repetidas oportunidades su cartelito de "Localidades agotadas", como la estrella más famosa que se pierde entre los sonidos de un "pade de deux" en la incomparable acústica del teatro El Círculo.

Las cifras del turismo revelan que se trata de una de actividades económicas con mayor crecimiento a nivel mundial, influyendo de manera decisiva en el desarrollo de las economías nacionales y regionales. Muestra de ello es el gran protagonismo que el sector ha tenido en la recuperación económica de nuestro país en los últimos años.

Según informes de la OMT (Organización Mundial del Turismo), el Turismo en América del Sur ha registrado en los últimos 15 años un

incremento del orden del 6%, porcentaje mayor que el promedio a nivel mundial. Esto anima al sector público y privado, a continuar sus esfuerzos y cooperando para llevar adelante las acciones necesarias para lograr un desarrollo turístico sustentable, independiente de la ventaja económica ofrecida por el tipo de cambio y basado en la planificación y en políticas de promoción adecuadas.

El incremento sostenido del turismo nacional y receptivo no solo apporto mayores volúmenes de facturación, sino que estuvo acompañado de cambios en la demanda y algunos datos positivos de cara al 2007. Por un lado algunos ejecutivos calificaron al 2006 como el periodo de la diversificación y la calidad. En este sentido destacan la avidez por destinos alternativos y nuevos productos, resaltan que durante el año pasado el pasajero adopto un perfil mas exigente, dotado de mas información sobre destinos y con mayor presupuesto, hubo un aumento de la demanda de servicios de calidad y con valor agregado.

Desde el punto de vista político, hoy se cuenta con una ley Nacional de Turismo y con un Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, que fue construido con un alto nivel de participación del sistema privado, académico y público a nivel municipal, provincial y nacional.

Así, se vuelve vital la necesidad de continuar perfeccionando y profesionalizando las gestiones del sector, para responder con eficiencia a las necesidades y retos de un mercado cada vez más competitivo y exigente, propio de la labor de profesionales en Comercialización, por sus múltiples opciones.

Descripción de la realidad visible

Las transformaciones políticas, económicas y sociales que ha vivido Rosario en las últimas décadas, provocaron una situación crítica para desenvolverse en un marco de apertura económica y competencia internacional, acompañado de una profunda crisis social con altos índices de desocupación y un aumento de la marginalidad, lo que alimentaba la existencia de un clima social complejo e inestable.

Desde el punto de vista económico, las pequeñas y medianas empresas sufrieron problemas de inserción y supervivencia: baja productividad; tecnología obsoleta; problemas de financiamiento, entre otros. También existieron empresas que pudieron evolucionar orientándose a la exportación.

Hoy, Rosario se encuentra en un punto favorable de inflexión histórica, que le permitirá revertir los sucesos de la década del '90. El MERCOSUR, la posición geográfica privilegiada de la ciudad, ser eje de la Hidrovía, centro de paso obligado del corredor Bioceánico, y polo del desarrollo comercial, económico, industrial y educativo de la Región, son indicadores que sugieren un crecimiento sustentable y sostenido.

Todo esto ha llevado Rosario a transformarse, asumiendo un nuevo rol, comprometiéndose con el futuro y adquiriendo nuevo protagonismo.

La gestión municipal de Rosario realiza todas las acciones que van desde convencer al ciudadano de la necesidad del cambio, hasta instrumentarlo efectivamente y seguir con detenimiento su evolución.

Entiende que a veces hay que construir nuevos caminos, sobre todo cuando los existentes nos alejan demasiado de nuestro destino.

Hoy día, las ciudades comienzan a jugar un doble rol en el escenario competitivo del mercado. Son el campo donde se lleva a cabo el juego de

la rivalidad entre empresas, y además, pujan entre sí para lograr atraer inversiones y mejorar su posición competitiva a nivel global.

Lógicamente, de las competencias que cada ciudad tenga e implemente, va a depender su potencial de desarrollo, el posicionamiento estratégico y la imagen que son capaces de proyectar hacia el futuro.

Es por esta razón que Rosario se coloca en la posición de "**Líder que crea futuro**". Es un liderazgo de carácter visionario, que *crea y plantea una visión realista, creíble y atractiva del futuro, implicando un desarrollo y un mejoramiento de la situación actual*². La visión, en este caso, tendrá que ser de carácter inspiradora, de manera tal que proponga una nueva forma de hacer las cosas y lleve a la ciudad a distinguirse. Debe ser capaz de ajustarse al tiempo y a la circunstancias reflejando el carácter único. Los ciudadanos deben creer que la visión es alcanzable, la deben percibir como algo desafiante y factible a la vez.

La ciudad posicionándose como líder de la región, es capaz de explicar a su gente la visión que tiene, a dónde quiere llegar, lo que quiere lograr, en términos de metas y acciones a través de la comunicación audiovisual, y que la comunicación tome notoria relevancia.

Para que las palabras no queden flotando en el aire, es necesario que la visión se exprese también a través del comportamiento. Con esto nos referimos, a que se tienen que producir diferentes acciones para lograr la visión, y el ciudadano tiene que percibir los resultados.

El Cónsul de España, Juan Manuel Díaz Pache afirmó que "*...el transporte, la cultura y la relación público-privada pueden parecer a primera vista temas independientes, sin relación unos con otros. Sin embargo, en una ciudad con **visión de futuro** estos temas quedan integrados en sí mismos...*"³

² Stephen P., Robbins; Coulter, Mary, "Administración", Pág. 530, Sexta Edición, Editorial Pearson Educación, México 2000.

³ Trottini, Ana María, Neiro, Rafaél Alberto, " La integración regional. Caso testigo: Rosario: eje central de la hidrovía del corredor bioceánico del MERCOSUR" Pág. 106 , en Rev. Derecho de la Integración Nº 17, Centro de Estudios Comunitarios, Facultad de Derecho, Universidad Nacional de Rosario, Sudamerica Impresos, Argentina, 2005.

Afrontar este contexto, en el que la unión de diversos factores permite que una sociedad reviva, nos atrevemos a decir con total convicción, que el sistema educativo se revaloriza y esto lleva a tener que comprometerse, realizando profundos cambios que garanticen una correcta formación de su *capital humano*, una investigación científico-tecnológica que sustente los conocimientos, exigiendo de esta manera un crecimiento en la calidad del saber. Así, se va configurando un “nuevo mapa de prioridades de una región en la agenda para el desarrollo sustentable”.

Ahora bien, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de “desarrollo”?

El concepto de desarrollo es originario de la posguerra y tiene la incidencia de la Organización de las Naciones Unidas.

Como lo describió José Medina Echaverría, autor español, considerado padre de la sociología latinoamericana del desarrollo:

*“El desarrollo económico es un proceso continuado cuyo mecanismo esencial consiste en la aplicación reiterada del excedente en nuevas inversiones, y que tiene como resultado la expansión asimismo incesante de la unidad productiva de que se trate. Esta unidad puede ser desde luego una sociedad entera...”*⁴

Hoy día ya se piensa en el desarrollo no como algo adquirido, sino como algo construido a partir de las capacidades de las personas e instituciones locales. Por esta razón, cuando decimos desarrollo local, nos estamos refiriendo a “lo local” como la unión entre territorio y desarrollo, como el ámbito en el que los actores dejan de ser espectadores y pasan a ser protagonistas de su proyecto común.

Lo local cumple un rol protagónico en el escenario internacional y se constituye en el nuevo actor del desarrollo. Existen claros ejemplos en los que pequeñas ciudades ó áreas metropolitanas son espacios donde se difunden intensamente cambios tecnológicos, culturales, sociales. Es un

⁴ Vázquez Barquero, Antonio; Madoery, Oscar; “*Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*”, Pág. 50, Homo Sapiens Ediciones, Rosario, Argentina 2001.

proceso sumamente complejo, que involucra no sólo crecimiento económico, sino también interacciones sociales, institucionales y cambios culturales.

Consideramos propicio relacionar al desarrollo con el concepto de aprendizaje.

No hay aprendizaje sin cambios, ni cambios sin aprendizaje previo. En todos los casos, ya sea para promover o anticiparse a los cambios, o bien para adaptarse activamente a los vaivenes impuestos por el mercado, la clave es y será siempre, aprender.

Ahora bien, ¿cuáles son los “cambios” que obligan a cambiar?

El continuo crecimiento del mercado turístico (mayor cantidad y variedad de oferta con más público que viaja), una fuerte devaluación de la moneda; los avances en las tecnologías de la información y la comunicación; la sobre información de destinos, productos, precios y promociones al alcance de los usuarios; las diferentes necesidades, deseos, expectativas y demandas de las nuevas generaciones...

¿Qué podemos aprender de la experiencia?

Que la resistencia a los “cambios inevitables” es la solución menos apropiada; que mantener invariable en el tiempo productos, diseños, es una manera de perder espacio frente a la competencia, que la capacitación más que una opción es un necesidad.

Por tanto: Para crecer convendría aprender a dejar de hacer lo que no conviene, hacer lo que no se esta haciendo y cambiar las acciones que se están realizando en forma incorrecta.

Lógicamente, que a medida que se efectúan acciones para lograr que una ciudad se fortalezca, cambie o crezca, iremos encontrando aciertos y errores, es allí donde tenemos que prestar atención, donde se hace conveniente analizar las acciones emprendidas y los resultados obtenidos; y, si los mismos son positivos, tenerlos como ejemplo de un

buen accionar, en caso contrario, aprenderemos a remediarlo, relanzando una nueva estrategia.

Es un proceso que lleva tiempo, y está condicionado por las actividades que realicen los agentes políticos, económicos, sociales, religiosos.

Es por esto que decimos que el desarrollo esta condicionado por las capacidades locales, la gestión del capital humano, el accionar de las organizaciones públicas y privadas, la capacidad de liderazgo y la generación de diálogo, que acerque en el disenso y acompañe en el consenso y en la acción a gobernantes y gobernados.

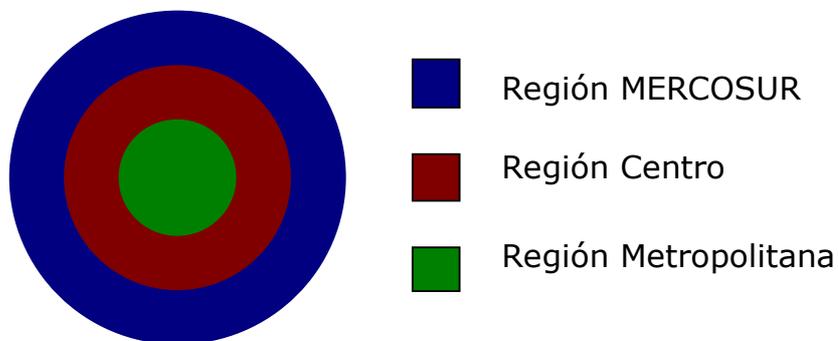
DESARROLLO MUNICIPAL

Antecedentes

La gestión Municipal, con una visión de futuro, requisito indispensable como hemos analizado, para todo aquel que quiera aspirar al Liderazgo, puso en marcha el Plan Estratégico Rosario, un proyecto basado en el consenso y el protagonismo de la sociedad, tanto en su fase de planificación como en la de ejecución, a través del cual, la ciudad se consolidó como una ciudad abierta, moderna, creativa, ocupando un lugar privilegiado entre una de las mejores ciudades latinoamericanas y potenciando su desarrollo.

Ubicar a Rosario en esta nueva concepción en la región implica pensarla en tres dimensiones que se insertan y a la vez se difunden en tres aros concéntricos interactivos que se realimentan cotidianamente y son:

- La región Metropolitana
- La región Centro (Córdoba - Santa Fe)
- La región MERCOSUR



En cada uno de estos espacios Rosario tiene un rol para cumplir. Cada uno de estos ámbitos constituye un campo propicio para la inserción de la ciudad, en cada espacio.

Analizamos:

1) La región Metropolitana

Rosario constituye la ciudad cabecera de un conjunto de comunas y municipios que conforman un aglomerado que se conoce como Área Metropolitana del Gran Rosario, cuya población total oscila entre 1.300.000 y 1.400.000 habitantes aproximadamente. Los distritos que la componen son:



Distrito Noroeste

Superficie: 4.414 ha. un 24,7%



Distrito Centro

Superficie: 2.037 ha., un 11,45%



Distrito Oeste

Superficie: 4.021ha., un 22,5%



Distrito Norte

Superficie: 3502 ha., un 19,6%



Distrito Sudoeste

Superficie: 2.019ha., un 11,3%



Distrito Sur

Superficie: 1.876 ha., un 10,5%

D
Superf

De acuerdo con estimaciones realizadas, el Producto Bruto Geográfico de esta Área Metropolitana representa más del 50% del Producto Bruto Provincial, estimado en algo menos de 3.000 millones de pesos y entre un 4,5 y 5% del Producto Bruto Interno de la República Argentina.

2) La región Centro (Córdoba - Santa Fe)

La región centro de nuestro país formada por las provincias de Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos presenta esa dinámica singular, a la que se le suma la voluntad de cooperación de sus dirigentes políticos, empresariales y educativos expresada en acuerdos recientes.

3) La región MERCOSUR

El MERCOSUR es, también, un mercado emergente expandido, en el que las oportunidades de negocios se multiplican, a partir de una política comercial externa común y políticas internas crecientemente convergentes.



Plan Estratégico Rosario

Desarrollo



El Plan Estratégico Rosario surgió en el año 1995, cuando Rosario se incorpora como miembro del CIDEU (Centro Iberoamericano del Desarrollo Estratégico Urbano), con sede en la ciudad de Barcelona. A raíz de esto, se comienzan estudios tendientes a realizar en Rosario un Plan Estratégico, teniendo como ejemplo las experiencias realizadas en ciudades europeas y latinoamericanas.

El 10 de octubre de 1996, se constituyó la Junta Promotora, encargada de convocar a la ciudad para formular el Plan.

Desde el momento en que se genera el PER se inicia un proceso de hermanamiento con la ciudad española.

Para lograr la efectividad del Plan fue necesaria la participación y el compromiso del gobierno municipal y de los ciudadanos logrando una actuación integral, estimulando la conciencia comunitaria y la cooperación público-privada, de las empresas y de la universidad.

El Plan Estratégico Rosario (PER), fue un instrumento movilizador para reunir voluntades, formular objetivos prioritarios y generar un compromiso para la acción. Ofreció un horizonte de planificación a largo plazo, identificó tendencias del entorno y direccionó recursos limitados para los proyectos urgentes.

*Este instrumento es aplicado hoy en muchas ciudades, para dialogar con los sectores sociales y económicos y diagramar proyectos en los que todos los actores se sientan cómodos y tengan ganancias.*⁵

Deducimos, que ni el Estado, ni las fuerzas de una sociedad civil organizada, hubiesen podido, por si mismos, "sacar a flote" una ciudad luego de una crisis nacional. Sólo la unión de los esfuerzos de los ciudadanos y de los sectores públicos y privados pudieron generar sinergias que permitieron un desarrollo económico y social, sustentable en el crecimiento y sostenible en el tiempo. Un desarrollo que requiere ciertas condiciones tal como lo expresan Vazquez Barquero y Madoery:

*"Un desarrollo que no promueve y fortalece confianza, reconocimientos y sentido colectivos, carece en el corto plazo de una sociedad que lo sustente. Entonces la viabilidad y éxito de un programa de desarrollo dependerá del grado en que las personas perciban ese programa como un escenario en donde su subjetividad colectiva es reconocida y fortalecida"*⁶

Para lograrlo, desde el PER se estableció una nueva "visión":

"Rosario, una ciudad sustentada en el trabajo y la creación, con oportunidades de vida y de progreso para todos sus habitantes, que recupera el río y se constituye en punto de integración y encuentro del MERCOSUR".

En base a esta premisa, se formularon programas y proyectos estratégicos entre los cuales podemos mencionar:

De infraestructura metropolitana de vías de comunicación de carácter polimodal

- Autopista Rosario-Córdoba
- Puente Rosario-Victoria

⁵ Op.cit. Trottini, Ana María, Neiro, Rafaél Alberto, " La integración ...", Pág. 111.

⁶ Op.Cit. Antonio Vázquez Barquero; Oscar Madoery, "Transformaciones globales...", Pág. 54.

- Reconversión del Puerto de Rosario
- Sistema de gestión del sistema vial metropolitano y de accesos a la ciudad
- Hidrovía Paraguay-Paraná-de la Plata

De calidad de vida

- Plan Rector Ambiental
- Nuevo sistema de transporte público y movilidad urbana
- Nuevo Hospital de Emergencias ECA
- Sistema metropolitano de tratamiento integral de residuos
- Plan integral de acción en mejora de los Asentamientos Irregulares
- Preservación del Patrimonio Urbano y Arquitectónico
- Apertura de la ciudad al río
- Sistema urbano/regional de espacios verdes

Institucionales

- Autonomía Municipal
- Agencia Regional de Desarrollo
- Ente de Coordinación Metropolitana

Como resultado, en diciembre de 2003, El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), distinguió a la ciudad como modelo de "experiencia exitosa en gobernabilidad y desarrollo local en el ámbito latinoamericano", en reconocimiento a los logros obtenidos en la última década por el Gobierno Municipal y los ciudadanos.

Obras y Proyectos Metropolitanos



Fuente: Elaborado por el PER, con datos del CURDIUR, Área Metropolitana de Rosario, la construcción de un conocimiento operativo

Cumplido el Per, el municipio fué por más... y comenzó el:



Plan Estratégico Metropolitano

El PEM (Plan Estratégico Metropolitano), es la continuación del PER y pretende conformar el *desarrollo territorial a gran escala regional*. Es un proyecto que busca optimizar los esfuerzos de la comunidad para poder concretar la estrategia de desarrollo, ya no local, sino regional, nacida a principios del año 2004.

Al hablar de Desarrollo, como se ha mencionado anteriormente, nos referimos a un hecho que trasciende una ciudad, ya no hablamos de cuestiones exclusivas de determinado territorio, sino más bien de interconexiones que se establecen a lo largo de una extensión territorial más amplia en la que están involucrados municipios y comunas. Es por eso, que hoy existe la necesidad de conocer y estudiar cuestiones de carácter *metropolitanas*.

La metropolización es parte del proceso de urbanización.

La urbanización surge como consecuencia de la aparición y aumento de la población en determinado territorio, originando un efecto multiplicador de las actividades que allí se desarrollan y el crecimiento del nivel de vida de esa población. Cuando esta población crece, algunas ciudades expanden tanto su territorio que van configurando las llamadas áreas metropolitanas, provocando así un aumento del tamaño geográfico, social y económico de las ciudades.

Un área metropolitana implica heterogeneidad y diferenciación de la población y sus actividades. En ella existen variados grupos sociales, tanto en sus aspectos económicos, como también étnicos. Encontramos a su vez, diversas actividades de producción, consumo, intercambio y gestión. La población se mueve hacia aquellos lugares en los que se encuentran las

fuentes de trabajo y los centros de consumo, con lo cual los flujos de población, bienes e información que se establecen entre los territorios metropolitanos son el resultado de las relaciones complementarias entre las actividades que se encuentran asentadas en diferentes lugares del área.

La **Región Metropolitana Rosario** es un conglomerado que se estructura entorno a la ciudad de Rosario (con una superficie aproximada de 199 km²), ubicada geográficamente en el área centro-sur- oeste de la Provincia de Santa Fe, en la zona central de la República Argentina. Dicha metrópolis se constituye en la ciudad cabecera de un conjunto de Comunas y Municipios con los cuales se articula, conformando así el Área o Región Metropolitana.



- | | |
|---|--|
| CIUDAD CENTRAL | LINEAS FERROVIARIAS |
| AGLOMERADO GRAN ROSARIO -IPEC- *1 | ESTACIONES FERROVIARIAS |
| EXTENSION METROPOLITANA | AUTOPISTA |
| REGION METROPOLITANA ROSARIO | RED VIARIA PRIMARIA |

Fuente: Elaborado por el PEM.
 Base PER con datos de la Secretaría de Planeamiento y Control de Gestión de la Prov. de Santa Fe.
 Consejo Federal de Inversiones.
 *1: Comprende las siguientes ciudades: Capitán Bermúdez, F. L. Beltrán, Funes, Gdo. Baigorria, Pérez, Pto. San Martín, Roldán, Rosario, San Lorenzo, Soldini, Villa Diego y Villa Gdor. Galvez.

En principio podemos considerar dos grandes líneas para la delimitación del Área Metropolitana. Ellas son⁷:

1. La que considera como aspecto principal la continuidad urbana, que es el criterio que toma el Instituto Nacional de estadística y Censos (I.N.D.E.C.) para realizar la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), sobre los principales conurbanos del país.

Desde este punto de vista, el área comprende las siguientes localidades:

- Capitán Bermúdez,
- Fray Luis Beltrán,
- Funes,
- Granadero Baigorria,
- Pérez,
- Puerto San Martín,
- Rosario,
- San Lorenzo,
- Villa Gobernador Gálvez

Esta delimitación resulta valiosa porque trasciende la dimensión estrictamente urbana de Rosario, pero es reducida y acotada con respecto a la extensión concreta del fenómeno metropolitano, al basarse en la continuidad física de la urbanización.

2. La otra clasificación considera como aspecto fundamental, la integración geográfica y funcional del área, incorporando todos los municipios que se encuentran en interacción desde los puntos de vista económicos, financieros, sociales, culturales.

En este caso la delimitación es más compleja ya que la propia dinámica del desarrollo regional puede ir variando los límites geográficos del

⁷ Ver: Datos tomados del <http://www.mininterior.gov.ar/>, año 1996

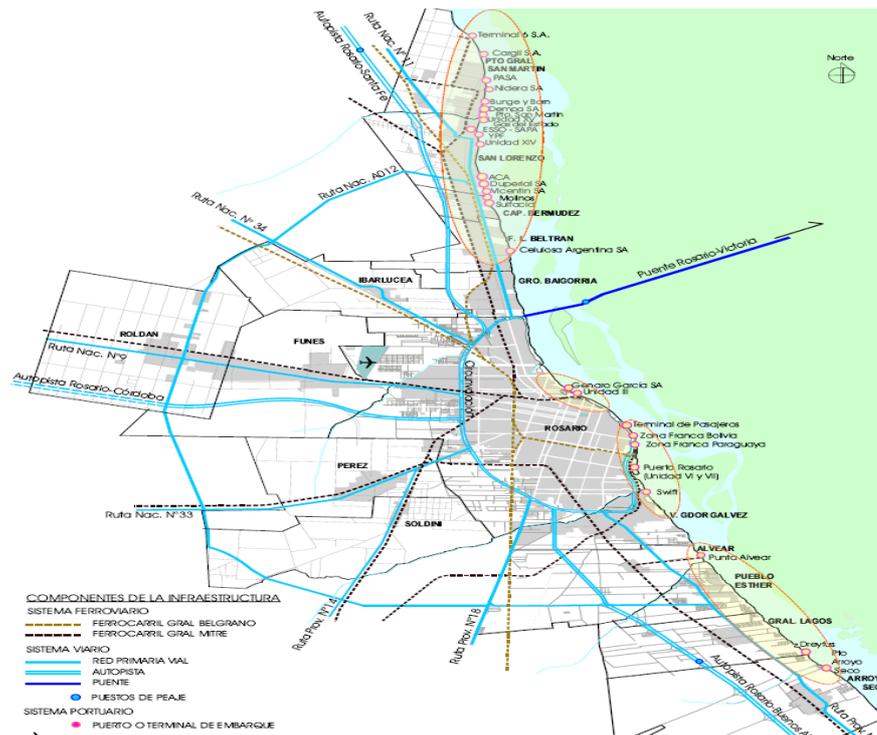
conglomerado; en una primera aproximación el área quedaría delimitada por 47 localidades existentes en un arco aproximado 50 a 60 Kms. de la ciudad de Rosario. Parte desde la ciudad de Villa Constitución, pasa por las localidades de Acebal, Casilda, Carcarañá, y finaliza en Puerto San Martín, limitando al este con el río Paraná.

La actual conformación de dicha región es el resultado de dos factores:

- El *río Paraná y su costa fluvial* permiten que Rosario se constituya en una ciudad puerto.
- *Red ferroviaria*, de cargas y personas que generó, a lo largo de su recorrido, la formación de núcleos urbanos- nativos y de inmigrantes, que comenzaron rodeando las estaciones ferroviarias pero, también, originaron una dependencia de estos con el área actual.

Además, la región se encuentra atravesada por dos ejes:

- *Desde el punto de vista fluvial: la Hidrovía Paraná –Paraguay – de la Plata* con dirección Sur – Norte, que une la Cuenca del Plata con el corazón del Amazonas del Brasil.
- *Desde el punto de vista terrestre: Corredor Bioceánico* con la dirección Este – Oeste, el cual articula la Región Metropolitana Rosario, relacionándola con Córdoba (en Argentina), la región de Valparaíso (en Chile), sobre el océano Pacífico, hacia el oeste; y, a partir de la conexión vial Rosario-Victoria (en Argentina), una clara vinculación hacia el este uniendo la provincia de Santa Fe con la provincia de Entre ríos, la República Oriental del Uruguay y el Estado de Río Grande Do Sul (en Brasil), sobre el océano Atlántico.



Estas conexiones se vieron intensificadas con el nacimiento del MERCOSUR (Mercado Común del Sur – originado en 1991 por el Tratado de Asunción) por el que Rosario pasó a ocupar una posición relevante como importante nodo de comunicaciones y también como paso obligado de las rutas comerciales, turísticas y centros de prestación de servicios.

El Plan Estratégico Metropolitano de Rosario se propuso los siguientes objetivos:

- *Integrar* las relaciones existentes entre los diferentes territorios para poder valorizar los recursos comunes y enfrentar los grandes temas metropolitanos.
- *Generar* un sistema de gestión propio que permitiera reunir los recursos y analizar la información, para así atender a las necesidades y poder tomar decisiones que permitieran superar dificultades
- *Fortalecer* la gestión de Municipios y Comunas del área y de la región

- *Promover* un proyecto político regional que contribuya a generar condiciones para un desarrollo equitativo, competitivo y sustentable de los pueblos que lo componen.

Para cumplir estos objetivos fueron establecidas diferentes fases:

- *Priorización de Temas Críticos*: se identificaron cuestiones relevantes para la construcción del territorio.
- *Orientaciones estratégica de actuación*: establecer los caminos o cursos de acción
- *Formulación de programas y proyectos*: definir el tipo, la secuencia y el alcance de los mismos.
- *Organización y seguimiento del Plan*: definir el modelo del Plan para su posterior gestión, control y evaluación (paso propio de toda estrategia)

Los cursos de acción establecidos se realizaron teniendo en mente consolidar a la Región Rosario como polo productivo agroalimentario e industrial, integrando el desarrollo de las cadenas de valor del territorio, construir la Región Rosario como nodo de innovación y conocimiento y como un territorio integrado y protegido.

Para esto fue necesario implementar un sistema de transporte multimodal de cargas y pasajeros. Actualmente se esta implementando el Plan Circunvalar, el Sistema Ferroviario de Pasajeros de larga distancia, el Plan Integral Metropolitano de Transporte de Pasajeros y Obras de Infraestructura de transporte.

A su vez, se buscó promover una región inclusiva y solidaria con instituciones que garantizaran la participación democrática y el ejercicio efectivo de los derechos ciudadanos (Ejemplo: Programa Presupuesto Participativo)

Por último se quiso consolidar la identidad regional para poder proyectar la región a nivel nacional e internacional y desarrollar una oferta turística y de ocio:

Programa de Desarrollo Estratégico de Turismo de la región Rosario que es el eje objeto de esta investigación y sobre el que demostraremos: "impacta positivamente en el desarrollo económico de la región".

Un paso fundante para consolidar la identidad regional fue crear la **Marca Ciudad**.⁸



MUNICIPALIDAD DE ROSARIO

Para el año 2004 se rediseñó en el Municipio de Rosario el Área de Comunicación Visual, creando así una agencia cautiva con gente de publicidad, marketing, redacción y comunicación social, con amplio aporte de la universidad y sus profesionales.

Se realizaron sondeos de opinión pública, ampliando aspectos de las encuestas, abordando temas sociales, políticos y culturales.

Se continuó potenciando la página Web de Rosario www.rosario.gov.ar, ofreciendo mayor cantidad de servicios y enfatizando los trámites online.

Luego, se decidió modificar el logo de la ciudad, evolucionando hacia uno de alto impacto visual.

Se creó el **MR** apostando a una ciudad con "Marca Registrada" incorporada, tomando las iniciales coincidentes de la **Municipalidad de Rosario**.

⁸ Canabal, Daniel, *Director General de Comunicación Social de la Municipalidad de Rosario, autor del logo*

Este fue el primer mensaje público de hacia donde se quería dirigir la estrategia comunicacional: retomar la autoestima y el orgullo de ser rosarino, renacer el ego de los habitantes.

La marca de una ciudad es siempre una construcción socio - histórica y un proceso de creatividad. Es un bien patrimonial público generado a partir de los activos intangibles de la ciudad.

Es a su vez una huella, un signo que distingue a diferentes propuestas en los actuales entornos competitivos. Expresa la decisión de una organización de "salir" del anonimato para construirse una identidad particular.

¿La razón?...

Agregar valor a todo lo local orientándose a reforzar los atributos de la ciudad desde el punto de vista cultural, productivo, educativo, turístico, entre otros.

La marca es, por su propia naturaleza, la cara pública y "visible" del producto.⁹

El producto "servicio turístico" es de suma complejidad debido a que tiene que reunir:

- Múltiples actores
- Múltiples proveedores
- Múltiples prestadores
- Interacción sector público-privado
- Múltiples servicios
- Múltiples productos y sub. productos

Como mencionamos, el más básico y simple de los productos turísticos implica una oferta que engloba medios de transporte; alojamiento; infraestructura; gastronomía; recreación; atractivos turísticos, entre otros. Esto no solo hace compleja la prestación del "paquete turístico", sino que a

⁹ Wilensky, Alberto, El mejor socio para el avance de su conocimiento. "*Branding Turístico: es tiempo de construir valor para la marca*", en Management Herald ,nº46,Págs 8-9, mayo 2006

su vez, distorsiona la posibilidad de percepción, reconocimiento, diferenciación y valoración por parte del visitante.

Por lo tanto, no es subestimable el imponderable beneficio que se obtuvo *instalar la **ciudad*** a través de la *difusión de su **marca***, considerando el alcance que en la actualidad se le atribuye a la presencia de la misma en el territorio Argentino; no sólo por la posibilidad de la radicación de proyectos, realización de diferentes actividades, posibilidades de importantes inversiones, sino también como un impulsora de la actividad turística, la cual permite trascender el crecimiento y promover las condiciones de desarrollo sostenido y sustentable.

Se han utilizado diferentes slogans o frases para reforzar la imagen como complemento de la misma.

Por ejemplo:

- ...una ciudad con todas las letras
- ...Rosario, tan urbana, tan humana
- ...otro motivo de orgullo, Naciones Unidas premio a Rosario

La construcción de la marca, trató de lograr que determinadas personas, de dentro y fuera del país, nos tengan en consideración entre las diferentes ciudades que conforman el abanico de opciones para vacacionar, realizar congresos, ferias, radicarse o simplemente para despejarse de la rutina diaria y disfrutar de los fines de semana largos en una ciudad cercana a todas, pero bien distinta. Es por esa razón, que una muy buena herramienta de comunicación (incorporada en el Plan Estratégico) es la idea de "los sueños":

Segmentación del mercado Rosario	Posicionamiento	Imagen pretendida
Residentes y trabajadores	Ciudad con historia e identidad; con valores; ideas - <i>La ciudad del encuentro.</i> - <i>La ciudad del Río.</i>	Rosario para VIVIR
Empresas y organizaciones locales	Entorno de actuación favorable a sus actividades; con una organización capaz de impulsar el desarrollo de sus ventajas competitivas. - <i>La ciudad de las Oportunidades.</i> - <i>La ciudad de la creación.</i>	Rosario para DESARROLLARSE Y CRECER
Inversores privados y públicos	Incorporación a un territorio organizado para lograr niveles sostenidos de rentabilidad económica, social y política. - <i>La ciudad de las oportunidades.</i> - <i>La ciudad del Trabajo.</i>	Rosario para INVERTIR
Visitantes y turistas	Conocer un lugar distinto, donde se puedan generar recuerdos positivos y estimulantes. - <i>La ciudad del Río.</i> - <i>La ciudad del Encuentro.</i>	Rosario para CONOCER

Marca de Ciudad – Posicionamiento, competitividad e imagen de Rosario – Universidad Nacional de Rosario – Noviembre 1997 -

La Ciudad del Río: representa la posibilidad de combinar la producción con la recreación;

La Ciudad del Trabajo: se plantea una imagen laboriosa de Rosario ligada a su origen y desarrollo, la ciudad hija de su propio esfuerzo;

La Ciudad de las Oportunidades: Rosario, ciudad abierta y permeable a múltiples iniciativas.;

La Ciudad de la Creación: generación de artistas y creadores;

La Ciudad del Encuentro: posicionar a Rosario regional e internacionalmente como espacio de integración y cooperación.

El cuadro de “los sueños rosarinos”, es un ejemplo de segmentación del público objetivo de los mensajes de la estrategia comunicacional, sus posibles vinculaciones con el posicionamiento y la imagen pretendida de la ciudad de Rosario.

Si tomamos la segmentación de visitantes y turistas que es uno de los temas principales de esta investigación, se puede observar que los atributos “producto Rosario” son:

- Atracciones naturales
- Atracciones artificiales
- Atracciones culturales
- Atracciones sociales
- Alojamiento, transporte, entretenimientos y restaurantes
- Ferias, oficinas de promoción.

Y notamos que aparece involucrada toda la sociedad local en el esfuerzo de gestión de la imagen territorial transmitiendo a turistas o visitantes una idea concreta y conmovedora de Rosario y sus anhelos.

Todos los elementos promocionales utilizados por el gobierno de la ciudad de Rosario, como ser libros, multimedia, postales, folletos, agendas, entre otros, no son informativos, ni estadísticos, únicamente. Tienen un propósito y un significado...

Son la estética del cariño que los rosarinos sentimos por la ciudad, miradas distintas, variadas, hechas desde el talento y del orgullo. Por eso los esfuerzos publicitarios fueron realizados en primer lugar hacia nosotros mismos, “con la convicción de que *no hay forma de vender una ciudad si no es el propio habitante el que primero la compra*”¹⁰.

La gente vive y sueña en la ciudad, la construye, física e imaginariamente y le da sentido. Por lo tanto la marca no solo es la

¹⁰ Canabal, Daniel, Director General de Comunicación Social, en la: 1ª Conferencia Regional sobre las Comunicaciones en el Turismo, 28,29 y 30 de mayo 2006, Rosario, Santa Fe, Argentina.

personalidad de Rosario. Es un vínculo emocional en el que el consumo se exterioriza en valores y creencias deseables, donde se mezclan lo simbólico con lo imaginario y real.

Estos valores son los que ayudan a la marca ciudad a trascender por el mundo, captando mayor cantidad de personas interesadas por conocer y disfrutar cosas nuevas y logrando también que el turista vuelva a Rosario y se identifique con ella.

Impacto del turismo en las economías

- Aspectos Generales -

El sector turístico ha tratado de buscar un espacio insertándose en la instalada y más antigua actividad generadora de trabajo: la industrial.

El producto turístico es estacional, depende del entorno, del personal en contacto, de las multi tentaciones, de atractivos naturales y del medio ambiente, de la seguridad ciudadana y de los otros clientes.

El turismo se consolidó como una de las actividades clave de la economía argentina, nacional y local. Con un crecimiento sostenido, año tras año, la actividad turística realiza un importante aporte al desarrollo económico del país, a la generación de empleo y a la reactivación de las economías regionales.

No solo los argentinos eligen recorrer y descubrir su país. Cada vez son más los turistas extranjeros que prefieren a Argentina como destino para sus vacaciones. Durante 2006, más de 4 millones de viajeros arribaron al país, generando un ingreso de divisas superior a los U\$S 3.100 millones. Y en 2007, tan sólo en enero, se registró la llegada de 180.694 viajeros por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, lo que representa un incremento del 18,9% respecto del mismo periodo del año anterior. Con estas cifras estamos sin duda, frente a otro gran año para el turismo.

El turismo creció y el nivel de satisfacción de los visitantes es alto. El 90% de los turistas residentes tienen una aceptación positiva sobre la calidad de los servicios turísticos en relación a su visita anterior, mientras el 95% de los extranjeros quiere volver a hacer turismo en Argentina.

Por lo tanto, ¿dónde nos posicionamos nosotros en esta investigación para hablar de turismo y su impacto económico en la ciudad?

Tomamos el concepto dado por la Organización de las Naciones Unidas¹¹ para la que:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado.”

A su vez, podemos clasificar las distintas formas o clases de turismo (OMT y Naciones Unidas) en:

- *Turismo interno:* los residentes de un país dado, que viajan únicamente en ese país
- *Turismo receptor:* los no residentes, que viajan dentro del país dado.
- *Turismo emisor:* el de los residentes del país dado, que viajan a otro país

Partiendo del tema general de este análisis investigativo sostenemos que:

la actividad turística brinda un destacado aporte para el crecimiento económico de la ciudad.

¹¹ Poded Salto, Mónica, “El Impacto del Turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina”, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Economía Aplicada I: Economía Internacional y Desarrollo, Madrid, Enero 1998, <http://www.ucm.es/BUCEM/tesis/19972000/S/2/S2025501.pdf>

Analicemos los aspectos positivos que acompañan el desarrollo de dicha actividad.

- Uno de los beneficios que se obtienen de la actividad turística es la **generación de divisas**.

Cuando los visitantes llegan a la ciudad consumen productos de carácter regional, ya sea para conservarlos como souvenir, para satisfacer sus necesidades alimenticias, o como obsequio a sus familiares y amigos. Como consecuencia de esto, el lugar elegido como destino no realizara importantes importaciones de bienes a fin de satisfacer los requerimientos de la demanda turística. Del mismo modo, la mayor parte de los servicios prestados provienen de empresas del país, ya que en nuestra ciudad son en gran mayoría empresas Pymes que dieron orígenes a sus actividades hace muchos años atrás, y hoy se ven en la necesidad de perfeccionarse para estar a la altura de un visitante cada vez más exigente.

Un ejemplo válido es el de: La "Pasionaria" es un emprendimiento originado por Carina Cavazza, el cual se basa en la producción de jabones, cremas y esencias con aromas muy particulares, hoy se fabrican más de cuarenta variedades.

La mezcla les permite a los clientes lavarse las manos con jabón de pimienta rosa. Los chocoahólicos pueden hacer realidad su sueño: bañarse con jabón de chocolate. Y si despertar es el problema... sólo hay que lavarse la cara con un jabón de café.

Cavazza inauguró su propio local "Jabonería Gourmet" en la ciudad de Rosario. En estos momentos, sus mejores clientes son las tiendas gourmet; los restaurantes; hoteles y negocios de ropa.

Hoy ya se habla de un producto de exportación: en alguno baños de Londres hay jabones "La Pasionaria", los ingleses los compran en Kohsumui, una tienda de diseño, también están en alguno toilettes de Roma y están por cerrar contrato con empresas chilenas e isrealitas.

El turismo se convierte en una actividad de equilibrio, ya que en países en vía de desarrollo, como es el caso Argentino, en el que existen balanzas comerciales deficitarias, el ingreso de turistas extranjeros provenientes de países desarrollados con un alto nivel de vida, hace que gasten en nuestra región, ya que se encuentran beneficiados por el tipo de cambio, y esto reporta beneficios económicos para nuestro territorio.

Para el año 2006, el sector Turismo, generará el 7,3 % del PBI, lo que equivalió a ingresos por \$46.355 millones, un 21 % más que el año 2005.

El rubro Hoteles explica algo más del 11 % del producto de dicho sector, restaurantes, bares y confiterías explica otro 2,3 % y existen otros rubros como servicios de transportes, almacenamiento y comunicaciones muy significativos para el turismo los cuales mueven el 25 % de ingresos del sector.

La depreciación del peso, que contribuyó a atraer turistas de todo el mundo, la inversión en infraestructura y servicios asociados al sector y la promoción que vienen recibiendo de esta actividad, explican el auge del sector que marca una línea ascendente del Desarrollo, fundamentalmente en los próximos años.

- Otro beneficio es la **obtención de ingreso**.

El turismo es considerado una actividad que produce un *efecto multiplicador*, generando *rentas directas* que son repartidas entre los factores productivos empleados en el sector, también produce *ingresos indirectos* para aquellos sectores proveedores de las empresas turísticas.

Para comprender mejor, veamos un ejemplo:

El sueldo de una persona que atiende en el bar de un hotel es quien obtiene el *ingreso directo* generado por el turismo. A su vez, la *renta indirecta* es la obtenida por el distribuidor que abastece de bebidas alcohólicas al bar de ese hotel. También podemos pensar en una *renta inducida*, la cual correspondería a un peluquero, por ejemplo, que atiende al distribuidor de bebidas o al camarero.

Como se puede apreciar, el turismo es una actividad que implica la intervención de empresas de todos los sectores productivos, la demanda turística tiene una clara repercusión en el pequeño comercio, en las instituciones financieras, en los centros de ocio, en la administración pública que ve modificado su presupuesto como consecuencia de la llegada de turistas, por citar algunos ejemplos.

- Un beneficio que conlleva al desarrollo de dicha actividad es **la generación de empleo.**

Se puede hablar de un *empleo directo* en relación a aquellas empresas que venden bienes y servicios a los turistas, como ser hoteles; restaurantes; transporte; y/o comercios. Y también podemos hacer mención al *empleo indirecto* entendiendo por tal, aquel estimulado por el gasto de los visitantes, en actividades que suministran bienes y servicios a las empresas turísticas, por ejemplo la creación de puestos de trabajo en bares, restaurantes, en el sector de artesanías, entre otros.

Al ser una actividad personalizada, la relación entre el crecimiento de la actividad turística y la generación de empleo es muy alta. Esto explica el hecho de que sea una de las actividades que más empleo generó en los últimos años.

A nivel nacional, desde el año 2003 hasta el 2006, el turismo junto al comercio crearon 771.000 puestos de trabajo, convirtiéndose de esta manera, en los dos sectores que más aportaron a la economía. La actividad turística creó 251.827 empleos, tanto en actividades directas como indirectas relacionadas al rubro.

Esto fué síntoma del buen crecimiento y el impacto que dicho sector provocó sobre la economía, y se estima, de acuerdo a los estudios realizados por CAME (Confederación Argentina de la Mediana Empresa), que para el año 2010 el turismo moverá el 12 por ciento de la fuerza laboral.

Por este análisis consideré relevante valorar el impacto del desarrollo de la actividad turística desde una **perspectiva local o regional.**

El *turismo en la ciudad* hace referencia a las interacciones culturales, sociales y económicas que se generan en la ciudad, y en el alcance de las utilidades funcionales, simbólicas y vivenciales producidas en el turista y en el residente, cuya satisfacción resulta compatible y necesaria en una concepción sostenible de desarrollo.

Es así que en la ciudad se multiplicaron las opciones, entendidas como las diversas conjunciones entre recursos y servicios.

El turismo le confiere atributo de *recurso* a testimonios, lugares y acontecimientos urbanos (componentes naturales y culturales) cuando se les adjudica valoración social y son objeto de explotación, razón por la cual se constituyen factores de desarrollo. Por otra parte integra en condición de *servicio* aquellas actividades que cubren las aspiraciones de los turistas, realizando propuestas creativas y recreativas.

En las condiciones actuales de aspiración de la sociedad y de la necesidad de la economía, la actividad turística contribuye a la satisfacción de sostenibilidad de una región y que de acuerdo a la OMT (Organización Mundial del Turismo), comprende:

- *Sostenibilidad económica*: recepción de ingresos y creación de empleo
- *Sostenibilidad ambiental*: protección de la naturaleza y conservación de los recursos.
- *Sostenibilidad cultural*: respeto de los valores y sostén de los equilibrios sociales
- *Sostenibilidad social*: reparto equitativo de los beneficios y costos, garantizando un beneficio a la comunidad, el futuro de la actividad y el uso y disfrute perdurable de los recursos.

Por tanto, la actividad turística se constituye al día de hoy en un medio, que junto a otras actividades sociales y económicas, permiten provocar un cambio cualitativo positivo en el nivel de desarrollo social y económico de

la población local, integrando el turismo a los esquemas sociales y productivos en un modo gradual, efectivo y relevante.

Pensar en lo global y actuar en lo local es propicio para la actividad turística, en tanto que requiere concebir un modelo de desarrollo específico basado en los recursos y servicios del lugar y en la cultura, en condiciones de plantear opciones destinadas a satisfacer las necesidades en un contexto de demanda creciente.

Debemos tener en cuenta que para que esto se produzca los municipios deben realizar fuertes inversiones para lograr que el visitante se sienta a gusto. El hecho de realizar inversiones en complejos turísticos favorece a la ciudad porque disminuye flujos emigratorios al exterior, ya que las nuevas oportunidades laborales aparecen en la ciudad y a su vez, la región se va convirtiendo en receptora de inmigrantes procedentes de otros sitios.

Rosario, ciudad industrial, hoy avanza en el desarrollo de sectores poco tradicionales pero con grandes perspectivas de negocios como la tecnología, el esparcimiento y la cultura. Así la ciudad que comenzó a despuntar su perfil turístico con sus particularidades tiene grandes expectativas de crecimiento.

Al llegar gran cantidad de turistas a la región, se provoca una elevación del nivel de vida de los habitantes de la zona, debido a que se aumenta el comercio local en los rubros tales como vestimenta; alimentación, recreo y ocio y esto produce una mejoría en el nivel cultural y profesional de los ciudadanos. Esto se debe a que la llegada del turismo estimula el diálogo entre las diferentes culturas y puede contribuir a una mayor comprensión entre los pueblos.

- Otro de los beneficios que esta actividad otorga a la región es la **necesidad de conservación y modificación del entorno natural.**

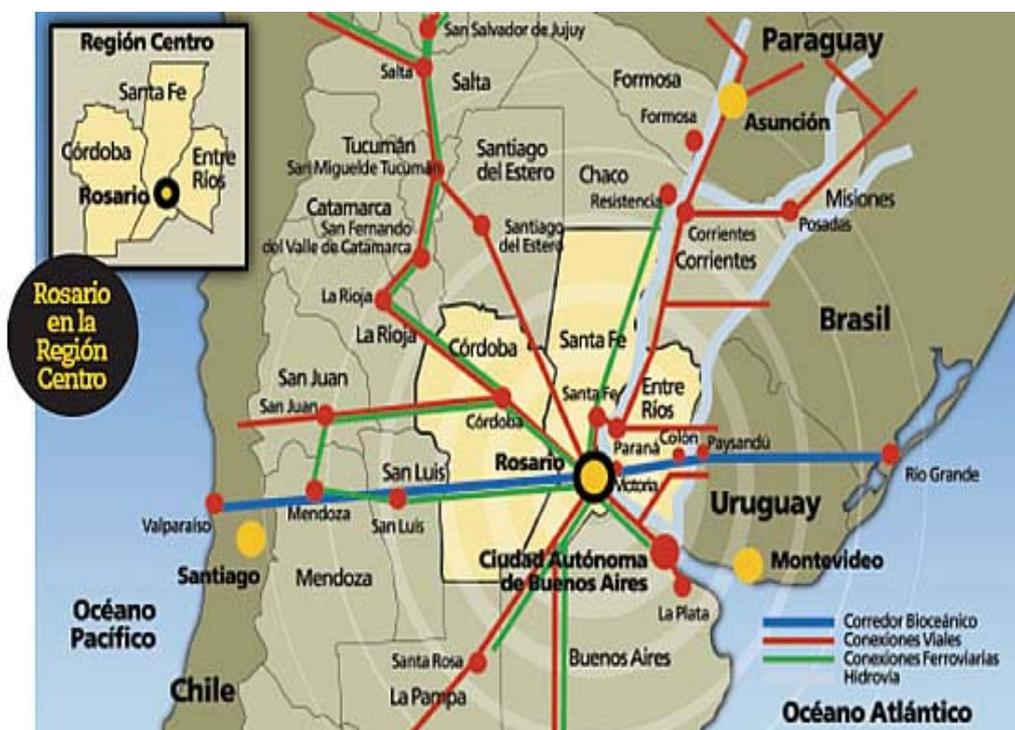
Los ingresos que los turistas aportan a la ciudad, ayudan a la preservación de determinados monumentos, museos, obras arquitectónicas antiguas de Rosario, fomentando de esta manera la restauración de nuestro patrimonio artístico e histórico.

Turismo en Rosario

Cuando hablamos de actividad turística no debe pensarse en el simple hecho de vacacionar, sino en todo un mecanismo que se pone en marcha cuando el visitante llega a la ciudad, independientemente del motivo que lo trae a ella.

La actividad turística se esta incorporando muy lentamente al desarrollo de esta ciudad, aunque todavía falta concluir "gran salto": *la atracción de turismo receptivo*.

Rosario, al ser paso del corredor Bioceánico, Pacífico - Atlántico, y compartir con la ciudad vecina de Victoria, el Puente "Virgen del Rosario", se convierte en una zona que puede ser perfectamente visitada por residentes de las provincias, países limítrofes y del resto del mundo.



Rosario está posicionada como una plaza atractiva a la hora de pensar en organizar ferias y congresos, albergar eventos deportivos y de entrenamiento, o simplemente realizar miniturismo.

A raíz de esto, dichos eventos convocan al público de diferentes partes de Argentina y de distintos países, jugando un papel importante para lograr que el turismo receptivo finalmente despegue.

A Rosario llegan muchos visitantes motivados por la curiosidad, por lo que se comenta de la ciudad, **por la efectiva promoción del "boca en boca"**

Para ellos Rosario es sinónimo del Monumento a la Bandera, aunque también son seducidos por las pintorescas peatonales, los shoppings y los tradicionales parques. Y por supuesto, no le dan la espalda al río Paraná. La variedad de comercios, marcas, la cantidad de negocios, la atención al cliente y los espacios públicos, son las mejores herramientas que tiene la ciudad para el visitante y por supuesto: los rosarinos.

A la hora de conocer sus intereses, la mayoría reconoció que lo primero que desean conocer, ni bien ponen un pie en la ciudad, es el Monumento Nacional a la Bandera, y distinguen, que el recorrido por el majestuoso predio que homenajea a la insignia patria no los defrauda; por el contrario, los deja perplejos. En el ranking de opciones le siguieron los paseos por el río Paraná, la casa donde nació Ernesto "Che" Guevara, los parques y el puente Rosario-Victoria y los dos estadios de fútbol: El Gigante de Arroyito y estadio cubierto de New Old Boys.

La arquitectura de la metrópolis es otro de los atractivos de la ciudad, según dicen los turistas. Y a ellos, el ETUR (Ente Turístico de Rosario) les ofrece visitar el Casco Histórico, el Paseo del Siglo, las residencias del Boulevard Oroño y Fisherton. El paseo por el río en el barco Ciudad de Rosario, la movida nocturna de boliches y restaurantes, los parques de la Independencia, Justo José de Urquiza y Leandro N. Alem, Parque de España, el Parque Escalabrini Ortiz, las colectividades de CEC (Centro de

Expresiones Contemporáneas) la tríada lúdica para chicos Jardín de los Niños, Isla de los Inventos y Granja de la Infancia, los museos y shoppings son otros de los atractivos.

Durante los fines de semana, nos encontramos con una postal repetida: turistas desplegando mapas de la ciudad o sacando fotos con sus cámaras o teléfonos celulares. ¿Sus orígenes?... muy variados: porteños, cordobeses y mendocinos. Pero arriban entrerrianos, santafesinos y gente de la región. Y entre los extranjeros, brasileros, mexicanos, peruanos, venezolanos, chilenos y colombianos. A ellos se sumaron españoles, franceses, ingleses y australianos.

Según una encuesta realizada por la revista Punto Biz¹², nueve de cada diez entrevistados, aseguraron que estarían dispuestos a volver a la ciudad y que incluso la recomendarían como ciudad turística.

En comparación con la misma fecha del año 2006 se ha experimentado un notable aumento en el ingreso de turistas a la ciudad de Rosario durante la primera quincena del año 2007 constatamos que han ingresado a la ciudad un 15% más de turistas nacionales y entre un 25% y 30% más proveniente de otros países, los cuales son: alemanes; italianos; españoles; franceses; australianos; israelitas y holandeses.

El target esta compuesto por hombres y mujeres entre 22 y 40 años. Los mismos se han hospedado, en su mayoría, en hoteles u hostals de 4 estrellas o en campings ubicados en Granadero Baigorria o Puerto Gral.San Martín y se arrimaron a Rosario para consumir y disfrutar las noches de la ciudad.

"Rosario ha tomado un gran protagonismo en relación al turismo, por tener además de bellezas naturales, todo un potencial industrial, comercial y agropecuario", indicó Osvaldo Cornide, presidente de CAME, con motivo del VI Foro Internacional "Ciudad, Comercio y Turismo". Oportunidad para el Desarrollo Urbano, realizado en

¹² "Boletos para Rosario", en Punto Biz: Dossier especial turismo, edición nº 58, noviembre 2005.

la Bolsa de Comercio de la Ciudad de Rosario los días 17 y 18 de noviembre del 2006.

Congresos a nivel nacional

Congresos y convenciones nacionales e internacionales realizados en la República Argentina. - Años 1999-2003 -

Concepto	Unidad	1999	2000	2001	2002	2003
Total de congresos y convenciones	Cantidad	1.105	1.051	844	561	695
Total de participantes	Participantes	528.829	545.469	399.920	295.328	393.418
Cantidad promedio de participantes	Participantes	478	519	474	526	566
Días de duración promedio	Días	3	3	3	3	3
Cantidad de participantes extranjeros	Participantes	132.203	65.733	119.134	6.555	16.903
Gasto turístico (1)	Millones de u\$s	173	138	77	4	84

(1) incluye: alojamiento, alimentación, movilidad, compras y recreación

Fuente: Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA).

A comienzos del 2004 el mercado de Congresos debía recuperarse. La agenda incluía congresos y convenciones nacionales e internacionales, por lo tanto organizadores y proveedores debían ponerse a la altura de las circunstancias.

En líneas generales el sector cumplió con las expectativas, y no solo cumplió si no que también se superó: en el año 2004 se celebraron en todo el país 1025 congresos, un 10,20 % más que el año anterior. Los eventos internacionales produjeron 605.000.000 de pesos, un 7,65 % más de divisas que en 2003.

Tipos de encuentros celebrados en 2004

Congresos	394
Jornadas	286
Seminarios	70
Foros	66
Encuentros	57
Simposios	55
Convenciones	26
Conferencias	25
Reuniones	24
Cursos	15
Talleres	4
Asambleas	2
Coloquio	1
Total	1025

Fuente: *Perspectiva Anuario 2005 – ferias/exposiciones/congresos/negocios & turismo*

El 2004 no fue solo un buen año para la Ciudad de Buenos Aires. Ciudades del interior, como por ejemplo Mar del Plata, Córdoba, Mendoza, Salta y Rosario incorporaron eventos a su agenda y trabajaron arduamente para posicionarse como destino de congresos y convenciones, lo que obligó a realizar inversiones apropiadas a la actividad a desarrollar

Salta y Mendoza destinaron fondos para la construcción del Centro de Convenciones, y Mar del Plata fue sede del Congreso Argentino de

Psiquiatría y el Congreso Conjunto de Sociedades Biomédicas que convocó a más de 6000 personas.

Por su lado, **Rosario se vistió de fiesta...**

Fue la ciudad que tuvo el gran privilegio de abrir sus puertas a los Reyes de España, Juan Carlos I de Borbón y a su esposa Sofía de Grecia y Dinamarca, ante el III Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado del 17 al 20 de noviembre, con una concurrencia de 3700 personas.

"en Rosario hay un antes y un después del Congreso de la Lengua, que posiciono a la ciudad entre las más importantes del país como sede de congresos y convenciones" ¹³

Esto es una realidad que año tras año mejora su performance.

Para este encuentro, la ciudad de Rosario invirtió aproximadamente 4 millones pesos, destinados a obras de refacción arquitectónicas y urbanísticas. Trabajaron muchas personas para la organización de dicho evento, el cual tuvo como sedes al Teatro El Círculo (en el que se celebró la ceremonia inaugural presidida por los Reyes de España y el Presidente de la Nación junto a su esposa), el Parque De España, el Teatro Fundación Astengo, la Sala de Eventos de la Bolsa de Comercio y de la Universidad Católica de Rosario entre otros lugares.

A su vez, en el mes de noviembre de 2006, Rosario fue sede del I Congreso de la Lengua para Niños, al que asistieron más de 2000 chicos y sede también del Congreso de las Lenguas Indígenas

Los tres eventos movilizaron a más de 30000 personas.

¹³ Bertone, Raúl, Subsecretario de Turismo de la provincia de Santa Fe, en la: 1ª Conferencia Regional sobre las Comunicaciones en el Turismo, 28,29 y 30 de mayo 2006, Rosario, Santa Fe, Argentina.

En el año 2004, Rosario se posicionó como la 3^{era} ciudad en ser elegida como sede de congresos.

Distribución de congresos por sede -año 2004-

Ciudad de Buenos Aires	394
Mar del Plata	128
Rosario	101
Buenos Aires	57
Córdoba	57
Mendoza	45
Salta	38
Tucumán	28
Misiones	23
Entre Ríos	15
Corrientes	15
Río Negro	10
Neuquén	10
San Luís	10
Tierra del Fuego	10
Otras provincias	84
Total	1025

Fuente: *Perspectiva Anuario 2005 – ferias/exposiciones/congresos/negocios & turismo*

Concluyendo, el balance del sector congresista para el año 2004 arrojó un saldo positivo, existiendo un incremento en la cantidad de encuentros de carácter internacional. Esto trae como consecuencia, un fortalecimiento en la industria del turismo, la cual se favorece por la presencia de disertantes y asistentes extranjeros que arriban a las diferentes ciudades.

En el año 2005, se realizaron 1160 eventos, lo cual arrojó un crecimiento del 13,17% respecto al año 2004. Se continuaron proyectando las diversas actividades hacia el interior del país y hubo, una mayor presencia de congresos y encuentros internacionales.

Según el monitoreo realizado por el área Estudios de Mercado de la Subsecretaría de Turismo, dependiente del Ministerio de Producción de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, los extranjeros llegados a Argentina para asistir a congresos provinieron en su mayoría - un 70,3% - de países de América Latina, mientras que los extranjeros provenientes de Europa, América del Norte y del resto del mundo representaron el 29,7%. En cuanto a los visitantes argentinos, el liderazgo le corresponde a la región central del país - Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe - con el 54,4% del total.

En dicho año, nuestra ciudad continúa en el tercer puesto de los eventos realizados, pero se puede observar un notable incremento de los mismos ya que de un año a otro, aumentaron a 145, un 43% más. También arrojaron un saldo positivo las ciudades de Córdoba, Mar del plata, Mendoza, entre otras.

En la ciudad de Buenos Aires, por el contrario, dichos eventos se redujeron a 354, como consecuencia del desplazamiento de la actividad hacia el interior del país.

Distribución de congresos por sedes- año 2005-

Ciudad de Buenos Aires	354
Mar del Plata	179
Rosario	145
Córdoba	102
Mendoza	77
Buenos Aires	68
Salta	37
Tucumán	30
Río Negro	21
Neuquén	16
Entre Ríos	15
Misiones	14
Santiago del Estero	14
Formosa	11
San Luís	8
Otras Provincias	69
Total	1160

Fuente: *Perspectiva Anuario 2006 - ferias/exposiciones/congresos/negocios & turismo*

En el año 2005 acudieron cuarenta mil asistentes a unos 235 eventos y el año 2006 cerró con 245 eventos aproximadamente y unos 50 mil participantes.

De ellos se ha incrementado notoriamente el número de extranjeros que asistieron a los congresos como resultado de la captación de jornadas internacionales de diversas disciplinas que optaron por Rosario.

El desarrollo del turismo vinculado a las ferias, como por ejemplo Las Colectividades¹⁴, y eventos ubica a Rosario en la mira de las empresas de organización de eventos de todo el país por sus propias ventajas comparativas: menores costos en organización y la posibilidad de hacer mini turismo para los visitantes. De forma tal que la relación costo-beneficio es provechosa.

Esta "industria sin chimeneas" arroja cada año mayor cantidad de dividendos.

De esta manera, como mencionamos anteriormente, nuestra ciudad junto con la de Mar del Plata ocupa la segunda plaza más importante del país en el rubro.

De los 200 eventos hechos hasta noviembre 2005 en Rosario, 36 de los mismos fueron realizados en la Bolsa de Comercio, 32 en el Centro Cultural Bernardino Rivadavia, 28 en el Ariston Hotel, y continúan en la lista el Patio de la Madera con 27 y finalmente el Hotel Plaza Real con 5 eventos. El resto se reparte entre los múltiples sitios que la ciudad posee para este tipo acontecimientos.

Según datos del Bureau local y el área Turismo del Plan Estratégico Metropolitano, se estima que la cifra trepó a 51.000 asistentes en unos 240 eventos realizados en el año 2006.

¹⁴ celebración rememorar un aspecto central de la identidad de la sociedad rosarina, como lo fue la recepción de numerosos y muy variados contingentes inmigratorios desde todos los puntos del planeta. En ella participan casi medio centenar de colectividades, algunas con raíces en esta tierra desde el siglo XIX, casi cuando la ciudad alcanzaba su condición de tal, por 1852.

Industria Hotelera

El auge del sector 'turismo' tras la salida de la convertibilidad, dio lugar a una importante expansión en la industria hotelera, involucrando inversiones millonarias y la creación incesante de nuevas fuentes de trabajo. Así, **en los últimos cinco años abrieron 2.190 nuevos hoteles en la Argentina**, alcanzándose actualmente un total de 9.690 establecimientos (incluyendo apart-hoteles y otro tipo de alojamientos).

A diferencia de los '90, cuando la mayor parte de los emprendimientos hoteleros se concentraron en grandes ciudades (Buenos Aires, Córdoba y Mendoza), la característica de esta nueva etapa de la Argentina, es que el florecimiento de nuevos hoteles se derramó a todas las regiones, tomando protagonismo muchas pequeñas localidades que años atrás eran completamente desconocidas y ahora constituyen importantes centros turísticos.

Industria Hotelera en Rosario

El protagonismo adquirido por la ciudad de Rosario en estos últimos años es un ejemplo claro. En la ciudad existen actualmente 7300 plazas de hoteles y 430 camas de los hostels y albergues estudiantiles, los cuales se encuentran colmados de huéspedes en los fines de semana largo.

Durante el feriado del Día de la Raza, las plazas rosarinas estaban totalmente colmadas y se tuvieron que derivar visitantes a ciudades cercanas, como San Nicolás o Santa fe.

Rosario se ha consolidado como plaza turística para las minivacaciones de porteños, entrerrianos y hasta cordobeses, y todavía va por más...

La ciudad dio un notable giro que provocó un turismo tanto corporativo como clásico, lo que recae en una mayor ocupación hotelera y se ha habilitado un registro de habitaciones particulares.

Durante el año 2005, la ocupación hotelera creció un 10%, que alcanza hoy el 70% de la capacidad de la ciudad. El turismo corporativo forma parte del 70% de la ocupación, tras posicionarse la ciudad como la preferida para realizar eventos y congresos y el 30% restante corresponde al turismo clásico.

En este marco, la inversión que el sector privado está haciendo para absorber este mercado es muy fuerte y se concreta con la construcción de hoteles cinco estrellas, un Casino y un centro de convenciones en los ex galpones ferroviarios del parque Scalabrini Ortiz que sumarán diez mil butacas para el desarrollo de seminarios y congresos, lo demuestran.

En los ex galpones ferroviarios a partir del año próximo se construye el Salón Metropolitano que cuenta con cinco espacios que se adaptarán a los diferentes proyectos, con la refuncionalización de la estructura y servicio gastronómico. El salón nace de un aporte de capitales locales.

Se acaba de inaugurar el Hotel cinco estrellas, **Ros Tower**, ubicado en la esquina de Catamarca y Mitre, cuyos dueños son los propietarios de la cadena Dolmen de Buenos Aires.

El *mercado objetivo* del hotel está dirigido a personas de nivel ejecutivo y a turistas de alto poder adquisitivo que visitan la ciudad por mini turismo, para fines de semana o eventos culturales y académicos.

Posee 138 habitaciones disponibles y cuenta con dos salones con capacidad para 200 personas cada uno.

Cada habitación del hotel está equipada con aire acondicionado, tv de pantalla plasma, DVD y cofre de seguridad.

Ros Tower brinda a sus huéspedes acceso a Internet, una piscina ubicada en el piso 16 con vista panorámica de la ciudad, un sector para hidromasajes y una barra de tragos. El spa posee un sector de sauna seco y otro húmedo, ducha escocesa, sala de masajes, camilla termoadelgazamiento y otra de ozonoterapia.

Se esta terminando el Centro de Convenciones con capacidad para unas dos mil personas, no solo estará destinado para ferias y congresos, sino que además será utilizado para eventos sociales. Esto llevará a incorporar mayor cantidad de personal estimado en 150 empleados.

La cadena de Hoteles Dolmen, la búsqueda de terreno junto al río que esta realizando el Hotel Sheraton, las ampliaciones del Apart Urquiza, el Hotel Ariston, el Hotel Presidente, el Hotel Howard Jonson, entre otros proveerán de más de mil plazas nuevas al mercado local y esto se realiza sólo y únicamente si está garantizado el resultado positivo del costo – beneficio en tanta inversión.

En Junín y avenida Caseros, en plena zona del parque Scalabrini Ortiz se está construyendo un hotel 5 estrellas, cuyo mercado objetivo serán los empleados de empresas que llegan a la ciudad a trabajar y no se descarta la posibilidad de alojar a los clásicos turistas que muchas veces buscan una oferta más económica que la existente en pleno centro de la ciudad.

Dicho emprendimiento contará con más de cincuenta habitaciones y una Sala de Convenciones. Se estima que la construcción tardará 18 meses en finalizar la obra.

Se avanza sobre la construcción de un Casino y de otro hotel cinco estrellas.

El Casino de Rosario S.A. se ubica en la zona comprendida por Bv. Oroño y Circunvalación, ingreso sur de la ciudad. Tendrá 80 mesas de paño, 2000 máquinas tragamonedas, y 50 mesas para bingo.

El hotel contiguo cinco estrellas, proveniente de la cadena Sofitel, contará con más de 188 habitaciones, tendrá una sala de convenciones

para 2000 personas y tres piletas de natación para satisfacer de un modo diferente a sus futuros huéspedes.

Los dueños del Holiday Inn construirán otro hotel con 200 habitaciones y ocho plantas, en Salta y Dorrego.

Los precios de las habitaciones han ido en aumento desde el año 2003, no sólo por el proceso inflacionario sino también por la fuerte demanda de los últimos tiempos y la reñida oferta del mercado rosarino, no obstante se mantiene en la media para seguir siendo una oferta tentadora y accesible a todo visitante.

Rosario es, más que nunca, una ciudad en movimiento. Y las transformaciones prometen inversiones millonarias en zonas residenciales de la costa centro-norte, empujadas por la riqueza proveniente del boom sojero y los agronegocios.

De concretarse todos los proyectos, Rosario sumaría 1.300 nuevas plazas hoteleras a las 7 mil ya existentes, en los próximos tres años.

La gastronomía rosarina

Alcanza con una recorrida por los bulevares, las avenidas, el centro peatonal, la Costa y el barrio Pichincha para darnos cuenta de la magnitud que tiene el fenómeno gastronómico en la ciudad. Nuevos emprendimientos, quizás impensados en tiempos atrás, comienzan a dar pasos firmes gracias al esfuerzo y a la audacia.

Es innegable que los restaurantes y bares de Rosario disfrutan de buenos tiempos. Hoy en día, reservar una mesa para ir a comer afuera se volvió una costumbre obligatoria.

La transformación de la ciudad no es novedad y ya forma parte de la vida cotidiana de rosarinos y visitantes.

Nuestros turistas elogian la cantidad y la calidad de la oferta gastronómica rosarina, se destaca, lógicamente, el pescado de río, pero comienza haber una sana competencia entre especialistas de platos de las múltiples colectividades existentes en la ciudad.

Como en todo negocio, y mucho más en un negocio al que concurren personas de diferentes partes del mundo, con un paladar cada día más exigente, hay que evitar no caer en la monotonía. Hay que ser cuidadosos de no repetir formatos y aburrir al mercado. Para evitar esto, se multiplicaron las posibilidades de locales temáticos o de comidas étnicas.

Los rosarinos nos vemos ante la necesidad de provocar un cambio y la gastronomía no es la excepción y por ello han abierto Escuelas de Gastronomía que se suman a las carreras de Hotelería y Turismo, para satisfacer la demanda futura. Es fundamental encontrar la posibilidad de brindar una oferta alimenticia variada, quizás con alimentos propios de zona, como ser el pescado de río, o un buen asado, o bien, provocando

variantes con ingredientes característicos de otras zonas, pero siempre pensando en satisfacer a nuestros visitantes. Clientes y turistas que gustan probar algo diferente, quizás determinen otra de las razones por las cuales visitan a nuestra ciudad.

Rosario Cultural

Es sabido que la ciudad se caracteriza por ser gestora de grandes valores culturales.

Aquí, nacieron grandes artistas, cantantes, escritores, actores, que durante el transcurso de sus carreras brillaron en nuestro país y por el mundo.

Las obras teatrales y los grupos rosarinos gozan de fama en el país y en el mundo entero.

En la ciudad existe un gran interés por el teatro. Tanto en los grandes recintos como en la extensa cadena de centros teatrales en los que los autores, directores y actores locales vuelcan su rica obra. El gusto y la exigencia del público rosarino son reconocidos tanto por los críticos como por los artistas, que a menudo hacen de la ciudad su lugar de estreno como el caso conocido por todos de "Le Louthiers". Autores e intérpretes de diversos géneros suelen repetir: "Si la obra es aceptada en Rosario, no habrá problemas en Capital Federal ni en el resto del país".

El Teatro "*El Círculo*" es el clásico teatro de la ciudad y uno de los más notables de Argentina. Es uno de los pocos ejemplos que quedan en nuestro país de arquitectura neoclásica. Fue inaugurado como teatro lírico en el año 1904, dedicó sus 100 años a la cultura y las artes, y aunque la música en sus distintas facetas es la actividad principal, actualmente funciona como un centro cultural.



Se destacan igualmente, el Teatro La Comedia, el Teatro Auditorio Fundación Astengo, el Teatro Príncipe de Asturias en el Centro Cultural Parque de España Y EL Teatro Humberto de Nito.

Los museos por su parte, son parte insoslayable del patrimonio cultural rosarino y argentino. Se destacan entre otros:

- *Bellas Artes "Juan B. Castagnino"*: Emplazado en la zona aledaña al Parque Independencia posee como patrimonio dos colecciones:
 - *Pintura europea desde el siglo XV al XX
 - *Pintura argentina desde los precursores hasta nuestros días.



- *Museo de Arte Contemporáneo*: Es la más importante colección argentina de arte contemporáneo, emplazado junto al río Paraná en los ex Silos Davis. Fué premiado junto al Museo Juan Castagnino, por la Asociación Nacional de Críticos de Arte por su labor en 2004.



- *Museo Municipal Firma y Odilo Estévez*: posee piezas de arte decorativo y una notable colección de pinturas.



- *Museo de Arte Sacro "Eduardo Barnes"*: ubicado en los fosos o "catacumbas" del Teatro "El Círculo" (1901-1977). Su acervo consta de más de cien piezas, originales en yeso, pertenecientes a la obra de carácter religioso de Eduardo Barnes.



- *Museo Experimental de Ciencias y Planetario*: para curiosos e investigadores a quienes invita a la participar e interactuar.



- *Museo de la ciudad*: se ha constituido en la memoria colectiva de la ciudad, ya que en su seno alberga una síntesis de las distintas cosmovisiones históricas, políticas, sociales y económicas que atraviesan la historia de Rosario, desde su origen como simple poblado hasta la actualidad.

Rosario cuenta además con un centro cultural interactivo único en Latinoamérica, fundado por el Diario La Capital "Decano de la prensa Argentina" que ofrece una redacción interactiva, una sala de muestras artísticas temporarias y un auditorio con capacidad para ochenta personas. El centro cultural es lugar que los visitantes pueden recorrer como si estuvieran en un túnel del tiempo, la trayectoria del Diario La capital desde sus comienzos., allá por 1969, fecha en que el Congreso de la Nación votara la Ley que declaraba a Rosario como *Ciudad Capital* de la República Argentina y que fuera vetada por el Presidente Domingo Faustino Sarmiento por su resentimiento con el 1º Presidente constitucional del País, Justo José de Urquiza, quién le otorgó a Rosario su rango de *ciudad* en 1852 en agradecimiento a la colaboración de los rosarinos en su batalla contra Rosas.

Este museo ofrece la oportunidad a los visitantes de interactuar y llevarse a sus casas un ejemplar de la tapa del diario que ellos mismos han realizado durante su estadía.

Este espacio es un buen aporte para el momento que esta viviendo la ciudad. El proyecto es de importancia ya que suma un nuevo punto de atracción para los rosarinos y turistas, con el fin de que no sea sólo un lugar donde se pueda apreciar la historia o recabar información, sino que sea además un sitio que estimule el aprendizaje y motive a la reflexión y el recuerdo.

Los parques de Rosario permiten disfrutar de una pausa natural al aire libre en plena ciudad.

El más tradicional es el Parque de la Independencia. Por su "laguito", donde se encuentran las conocidas "aguas danzantes", se puede pasear en bote, en sus alrededores es posible caminar por los senderos y puentes que lo bordean, cruzando Bv. Oroño el paseo puede seguir, al sol, en los bancos de la extensa zona de la Plaza España, en su imponente fuente de mayólicas y el Rosedal.

Para los más chicos se puede encontrar aquí, el Jardín de los Niños: un parque lúdico que rinde homenaje a la imaginación y a la creación, apelando a actividades corporales o Juegos Mecánicos del internacional Park.

A lo largo de las barrancas del Paraná existe una sucesión de "balcones al río", como lo son los parques Justo José de Urquiza; Leandro N. Alem, el Parque de España, el Parque Nacional a la Bandera, , entre otros.

Y seguimos por más...

Para poder apreciar las diferentes opciones que Rosario brinda, se creó "Rosario Visión", que invita a conocer la ciudad a "cielo abierto".

Rosario Visión es un emprendimiento que nace en el año 2005, gracias a un grupo de empresarios que comienzan el desarrollo de un servicio de turismo diferente, original y divertido. Se trata de una flota de autobuses perfectamente equipados que llevan a los turistas a recorrer los lugares más sobresalientes de la ciudad en sus aspectos turístico, cultural y de desarrollo.

Hoy día, podemos identificar espacios culturales latentes en una ciudad que pide a gritos expansión y crecimiento.

Un claro ejemplo, fue la experiencia del Quilmes Rock en Rosario. Este encuentro puso en evidencia no solo pautas de comportamiento y de consumo, sino también las potencialidades que esta ciudad tiene.

Dicho evento fue realizado en el hipódromo del Parque Independencia durante los días 27 y 28 de octubre de 2006 y al mismo concurren treinta mil personas.

Claro está que Rosario, puede funcionar perfectamente como centro de eventos de grandes magnitudes cada vez que se lo proponga.

Otro un clásico de la ciudad es la Feria del Libro. En año 2006 fue realizada en el Patio de la Madera porque requería de más espacio y a diferencia de años anteriores, lo asombroso fue la altísima concurrencia y la variedad de oferta de eventos, dentro de la misma.

También hubo alta cantidad de presencia por parte de las editoriales, no sólo las más importantes del país, sino también españolas y de otros lugares de Latino y Centro América.

Las atracciones fueron múltiples: oferta de libros de todos los géneros y disciplinas, hasta presentaciones, charlas con autores y espectáculos. A su vez se realizaron talleres, juegos infantiles, narración de cuentos, títeres, teatro, música y debates sobre temas de interés.

Esta edición es incomparable con las anteriores, la Feria quedó completamente instalada en la ciudad: los rosarinos nos apropiamos de ella y formamos parte de la misma.

Los beneficios culturales a la actividad turística están implícitos en la interacción y en la generación de múltiples relaciones interpersonales, ya que la ciudad es el ámbito donde se desarrollan las relaciones más intensas entre turistas y residentes.

Lo importante es la cultura, lograr que la misma forme parte de la ciudadanía en todas sus expresiones y nosotros tenemos el deber de hacernos parte activa de los procesos de transformación que Rosario esta viviendo.

Rosario, Ciudad Digital

Para contribuir al desarrollo de la oferta turística fue necesario aggiornarse en las nuevas tecnologías, ya que esto también es requerido por el visitante.

Estas tecnologías han convulsionado la vieja sociedad industrial, generando nuevas relaciones económicas, políticas y sociales centradas en los flujos electrónicos de información, que han derivado en la configuración de un nuevo modelo social conocido con el nombre de Sociedad Postindustrial o Sociedad del Conocimiento.

El fenómeno tecnológico ha transformado las relaciones económicas, sociales e incluso las relaciones de poder entre los países.

Surge así, el concepto de "ciudades digitales", un modelo avanzado de comunidad donde se materializan las nuevas formas de relacionarse con el medio, poniendo las NTIC's (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación) al servicio de las necesidades de la vida cotidiana de los ciudadanos.

Para la Comisión Técnica de la Red Iberoamericana de Ciudades Digitales, **una ciudad digital** es el entorno de ámbito local en el que existe una considerable implantación de la sociedad de la información, tanto en el conjunto de los ciudadanos en su ámbito residencial, de trabajo o en la utilización de servicios públicos, como de las empresas e instituciones en temas tales como la teleadministración, el teletrabajo, teleformación, telemedicina, gestión de servicios de uso público, aplicaciones para colectivos con requerimientos especiales, aplicaciones sobre cultura, turismo, aplicaciones de tipo residencial y móvil, producción de contenidos, etc. donde la administración pública constituye el motor

*integrador del resto de iniciativas. Todo ello basado en redes de alta velocidad y partiendo de la base de que una considerable parte de la población está formada en aplicaciones telemáticas y, en particular, en el uso de Internet.*¹⁵

El programa que lleva a cabo la Municipalidad de Rosario, consiste en la promoción e incorporación gradual de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, cuyo objetivo principal es la inclusión y la participación ciudadana.

¹⁵ Trottini, Ana María, "Rosario Ciudad Digital Líder en Argentina", XXII Congreso Internacional de la Información de la Educación Superior, del 17 a 23 de febrero 2007, La Habana, Cuba.

Conclusión

A lo largo de este trabajo, hemos logrado apreciar el impacto que el turismo genera en esta investigación que la economía rosarina. Reiteradas veces se ha mencionado en dicha tesina, que la ciudad esta posicionada como sede de congresos y que como consecuencia de esto se movilizan todas las actividades que complementan a dicha actividad. No solo por el simple hecho de que llegan visitantes y deben hospedarse, sino que esto llevó implícita la construcción de grandes infraestructuras, como hoteles, restaurantes y mejora en los accesos a la ciudad, una mayor generación de fuentes de trabajo, la restauración de edificios antiguos y característicos de Rosario.

Es una ciudad con inmejorables condiciones para la realización de ferias y evento musicales al aire libre, con espacios y predios dotados de óptima infraestructura y tecnología. Los proveedores de servicios de Rosario cuentan con gran nivel, son reconocidos a nivel internacional por la relación precio-calidad ofrecida. La hotelería y la gastronomía de la ciudad pueden responder a todas las exigencias y demandas. Toda la prestación de servicios ha sido además capaz de acompañar este crecimiento de Rosario como destino del turismo de negocios con inversiones y capacitación.

La importancia de la actividad turística ya se ha instalado en la realidad económica y social de nuestra ciudad y la región.

Avanzar en este desafío implica la coordinación y articulación de los distintos actores locales involucrados en el sistema turístico en un espacio interdisciplinario que fomente la producción, el intercambio de

experiencias, elevar la calidad de los espacios de uso y disfrute público, favorecer el acceso a la cultura y al ocio de todas las personas, no solo es un deber social sino que además resulta una oportunidad altamente rentable que se transforma en una variable de competitividad frente a los millones de personas que planifican el destino de su viaje en función de las condiciones de accesibilidad que encuentran en el mismo.

El sector turístico requiere para su consolidación, el desarrollo de un escenario que sea competitivo y perdurable, sustentado en la formación, innovación y creatividad “del capital humano afectados”.

Por lo tanto, Rosario se encontró ante la necesidad de un cambio, ante la necesidad quizás impensada tiempo atrás, de modernizarse, de maquillarse para dar la bienvenida a sus visitantes.

Hoy existe la obligación, de estar a la altura de las circunstancias, para poder seguir creciendo, para poder ser reconocidos en el mundo entero, por las cosas que una humilde pero laboriosa ciudad puede ofrecer.

Todos los rosarinos nos encontramos frente al compromiso de ayudar a este crecimiento sostenido, de lograr el desarrollo sustentable que la ciudad pide...

En un todo de acuerdo con las palabras del actual Intendente de la ciudad el Ingeniero Miguel Lifschitz ...

Fotos, palabras, maneras de contar una ciudad. Apenas un acercamiento posible...

Los rosarinos estamos orgullosos de esta casa. Por eso su puerta siempre queda abierta...

Que nadie se piense que es un descuido... ¡es una Invitación!

*

Poy María Laura

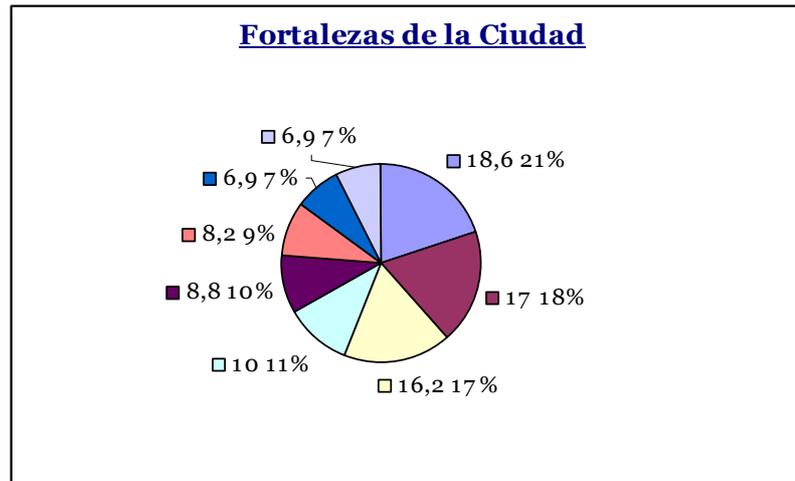
Análisis FODA

Fortalezas

- Posición estratégica privilegiada en uno de los ejes del MERCOSUR, con facilidad de acceso desde diferentes puntos del país gracias a su puerto, aeropuerto, red vial y ferroviaria.
- Frente ribereño que ofrece una renovación urbanística, ambiental y económica a la ciudad.
- Capacidad empresarial local y mano de obra especializada, respaldadas por una larga tradición industrial.
- Amplia oferta de servicios recreativos, culturales y deportivos
- Producción cultural y artística de reconocimiento regional y nacional.
- Interés en modificar el estilo de gestión.
- Infraestructura edilicia; hotelera y vial en crecimiento.
- Cooperación y coordinación entre ciudades de la región.
- Aumento del posicionamiento de la marca Ciudad.
- Aprovechamiento turístico y económico del río como símbolo emblemático del paisaje rosarino.
- Producción cultural y artística de reconocimiento regional e internacional.
- El río Paraná como vía de comunicación entre distintos puntos fronterizos ubicados en tres naciones.
- Existencia de todos los niveles educativos incluyendo universidades y diversos centros de estudios especializados provistos de recursos humanos calificados.
- Conclusión del puente "Nuestra Señora del Rosario"

Según una encuesta realizada por el PER en el año 2003, las fortalezas de la ciudad son:¹⁶

16 Riveros, Héctor, "Las condiciones de gobernabilidad de la Experiencia Rosario", Políticas para la gobernabilidad, pág.40, agosto 2006, Argentina.



Fuente: encuesta PER 2003

- 18.6%: localización geográfica
- 17.18%: recursos humanos calificados y servicios educativos
- 16.2%: cabecera de servicios para una región productora de alimentos
- 10%: presencia del sector agroindustrial a nivel internacional
- 8.8%: *recursos naturales y culturales con potencial turístico*
- 8.2%: sistema de salud pública
- 6.9% capacidad creativa y de innovación
- 6.9% distintos modos de transporte

Debilidades

- Permanente recepción de migraciones de población no capacitada y con necesidades básicas insatisfechas.
- Asentamientos marginales (villas miseria) en la periferia de la ciudad.
- Impacto de la crisis con alta tasa de desocupación, exclusión de amplios sectores de la población y su manifestación en lo educativo, social y cultural.
- Saturación de la capacidad vial por incremento de tráfico interno en las horas pico.
- Insuficientes políticas globales sobre temas básicos como seguridad pública, tránsito, residuos.
- Deficiente infraestructura en puerto, caminos y rutas a tal punto que dificultan el traslado de la producción regional.

Amenazas

- Escasa coordinación de las actuaciones entre organismos públicos: nación; provincia; municipio.

- Deficiente financiamiento y progresiva desjerarquización de la Educación Pública.
- Incremento de tensiones y conflictos sociales que ponen en riesgo el tejido social acrecentando el quiebre de los lazos solidarios de la comunidad.
- Colapso de algunos servicios públicos por falencias en el mantenimiento y/o renovación en tiempo y forma de las instalaciones – particularmente aquellas vinculadas a la energía eléctrica –
- Surgimiento de conflictos ambientales de importancia en el caso de no evaluar adecuadamente el impacto de las nuevas transformaciones económicas-productivas y de transporte, vinculadas al río.

Oportunidades

- Aumento del protagonismo de la ciudad en el sistema regional de ciudades y en el espacio del MERCOSUR.
- Mayor cantidad de inversiones destinadas a obras de infraestructura, hotelería, viales, entre otras.
- Concreción de importantes proyectos de infraestructura: autopista Rosario-Córdoba; Hidrovía Rosario-Paraná, entre otros.
- Buenas posibilidades para desarrollar servicios logísticos de apoyo a las actividades productivas
- Posibilidad de configurar la gestión local con una mayor participación ciudadana.
- El turismo como sector generador de riquezas, rescatando la potencialidad de la geografía y la arquitectura de la ciudad.
- Adecuada escala metropolitana de Rosario para facilitar la gestión de temas como: salud; transporte; infraestructura; residuos; entre otros.

Índice de cuadros e ilustraciones

	Página
Distritos de Rosario.....	10
Obras y proyectos metropolitanos.....	15
Área metropolitana.....	18
Componentes de la infraestructura metropolitana.....	22
Los "sueños rosarinos".....	26
Corredor Bioceánico e hidrovía.....	37
Congresos a nivel nacional 1999-2003.....	41
Tipo de encuentros celebrados en 2004.....	42
Distribución de congresos por sedes -año 2004-.....	44
Distribución de congresos por sedes -año 2005-.....	46
Fortalezas de la ciudad	63

Bibliografía General

Stephen P., Robbins; Coulter, Mary. "Administración", Sexta Edición. Editorial Pearson Educación, México 2000.

Trottini, Ana María, Neiro, Rafael Alberto, "La integración regional. Caso testigo: Rosario: eje central de la hidrovía del corredor bioceánico del MERCOSUR", en Revista Derecho de la Integración Nº 17, Centro de Estudios Comunitarios, Facultad de Derecho, Universidad Nacional de Rosario, Sudamérica Impresos, Argentina, 2005.

Vázquez Barquero, Antonio; Madoery, Oscar; "Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local", Homo Sapiens Ediciones, Rosario, Argentina 2001.

"El rol de Rosario en un sistema regional de ciudades", Crecer desde el Sur, Gobierno de la Municipalidad de Rosario, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Octubre 1997.

"Posicionamiento, competitividad e imagen de la ciudad de Rosario", Marca de Ciudad Gobierno de la Municipalidad de Rosario, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Noviembre 1997.

Bibliografía Especial

Revistas especializadas

Wilensky, Alberto, El mejor socio para el avance de su conocimiento. "Branding Turístico: es tiempo de construir valor para la marca", en Management Herald, nº 46, mayo 2006

"Boletos para Rosario" en Punto Biz: Dossier especial turismo edición nº58, noviembre 2005.

"Info Pem" publicación trimestral del Plan Estratégico Metropolitano, Año 1, Nº 1, Julio 2005

"Presencia de inmigrantes" en revista Rosario: Su Historia, sumario Nº 46

Conferencias

Canabal, Daniel, Director General de Comunicación Social, en la: 1ª Conferencia Regional sobre las Comunicaciones en el Turismo, 28,29 y 30 de mayo 2006, Rosario, Santa Fe, Argentina.

Bertone, Raúl, Subsecretario de Turismo de la provincia de Santa Fe, en la: 1ª Conferencia Regional sobre las Comunicaciones en el Turismo, 28,29 y 30 de mayo 2006, Rosario, Santa Fe, Argentina.

Trottini, Ana María, Conferencia Magistral, "Rosario Ciudad Digital, Líder en Argentina", caso testigo en XII Congreso Internacional de Informática de la Educación Superior, del 17 a 23 de febrero, La Habana, Cuba, 2007.

Internet

Poded Salto, Mónica,

<http://www.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/2/S2025501.pdf>

www.MinisteriodelInterior.gov.ar

<http://www.lacapital.com.ar>

<http://www.clarin.com.ar>

<http://www.uc3m.es/biblioteca/GUIA/citasbibliograficas.html>

<http://www.collectionscanada.ca/iso/tc46sc9/standard/690-2e.htm>

<http://riat.utralca.cl>

<http://redcame.org.ar>

<http://www.pem.org.ar>

http://www.pem.org.ar/pdf/libro_PER.pdf

<http://www.rosarioturismo.com>

<http://www.sofitelbuenosaires.com.ar>

<http://www.rosario.gov.ar>

<http://www.arenotech.org>

