

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Nombre del Proyecto	Acciones de Benchmarking Internacional
Breve descripción del Proyecto	Llevar adelante acciones de benchmarking que permitan vincular al destino Colonia con destinos internacionales patrimoniales, a efectos de relevar buenas prácticas de gestión turística. Visita a la Feria Internacional de Turismo en Madrid (España) con el fin de generar nuevas oportunidades de mercado. En dichas actividades participaran representantes del sector público y privado.
Conglomerado	Turismo Colonia
Tipo de Proyecto	Abierto
Proponente/s	Empresas del Grupo Gestor
Responsable	Carlos Camarotti
Teléfono/Celular	005491154247393
email	kamaradys@yahoo.com.ar
Cargo	Presidente del GGC
Alineación con PRC	Totalmente alineado

Fecha de Inicio	Fecha Finalización	Duración (meses)
21/01/2008	21/03/2008	2

Porcentaje de cofinanciamiento solicitado al PACC	60%		
Costo total previsto	Aporte PACC	Aporte Beneficiarios	Otros aportes
30.750	18.450	12.300	
100%	60%	40%	

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Cédula de Identidad	Nombre	Dirección	En representación de
36444169	Carlos Camarotti	W. Barbot 59	Posada del Ángel
39159874	Líber Brito	Av. Artigas 377	Sol Colonia
37323152	Wilde Raimondo	Ruta 21 km 192	Villa Celina
27272062	Andrés Sobrero	Vasconcellos 153	Mesón de la Plaza

Objetivos, Indicadores y forma de verificación

Indicadores para evaluar una vez ejecutado el proyecto, si se alcanzaron el propósito los productos esperados

	Síntesis Objetivos	Indicadores	Verificadores
Propósito			
1	Llevar adelante acciones de benchmarking que permitan vincular al destino Colonia con destinos internacionales patrimoniales, a efectos de relevar buenas prácticas de gestión turística. Visita a la Feria Internacional de Turismo en Madrid (España) con el fin de generar nuevas oportunidades de mercado. En dichas actividades participaran representantes del sector público y privado.		
Productos			
1	Participación en la Feria Internacional de Turismo en Madrid (España) con el fin de generar nuevas oportunidades de mercado y de evaluar la una presencia empresarial potencial en futuras ediciones.	Participación en la feria e informe de evaluación.	Informe elaborado y presentado.
2	Visita de empresarios y de representantes de instituciones públicas de referencia a ciudades patrimonio mundial.	Visitas realizadas. Informe de actividades.	Lista de visitas realizadas y de materiales recabados. Informe elaborado y entregado.
3	Ronda de negocios con empresarios turísticos.	Entrevistas realizadas. Informe de actividades.	Lista de contactos realizados. Informe realizado y entregado.
4	Comunicar a otros agentes del sector turístico del Departamento de Colonia la información recabada en la Feria Internacional de Turismo en Madrid y en las visitas a las ciudades patrimoniales.	Documento síntesis de la información recabada en el Congreso y talleres con agentes turísticos del Departamento de Colonia.	Documento elaborado. Talleres con agentes turísticos del Departamento de Colonia. Lista de participantes en los talleres.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Resumen Ejecutivo

Explicitar en forma clara y sintética: Oportunidad o Problema a solucionarse, Objetivos, Acciones previstas, Fundamentación, Organización para la ejecución, Beneficiarios, Financiamiento, Situación esperada a la terminación del proyecto, Sostenibilidad, Riesgos y mitigación

FUNDAMENTACIÓN:

En el Plan de Refuerzo de la Competitividad (PRC) del Conglomerado Turismo en Colonia se detallan nueve programas de actuación, que podrán ser cofinanciados por los recursos disponibles en el Programa de Competitividad de Conglomerados y Cadenas Productivos (PACC).

En particular, en el Programa de actuación 1 se establece el “Fortalecimiento del sistema de gestión turística del destino”, que incluye la realización de “Acciones de benchmarking internacional” a efectos de relevar buenas prácticas de gestión turística en otros destinos.

MEJORES PRÁCTICAS EN EL SEGMENTO TURISMO CULTURAL

El Departamento de Colonia tiene en Colonia de Sacramento su principal atractivo y el eje articulador de la mayor parte de la oferta turística existente. En su condición de Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad, debe comparar su actuación con otras ciudades de la misma naturaleza.

Tal como se establece en el PRC del Conglomerado de Turismo en Colonia (Capítulo 7: “Análisis de Benchmarking Internacional”) algunos de los temas sobre los que Colonia debe analizar las mejores prácticas internacionales son:

- Relación entre promoción turística y preservación patrimonial. Recuperación funcional de patrimonio y límites del uso turístico.
- Gestión del barrio histórico en cuanto a:
 - Institucionalidad (perfil de actores, estructuras públicas y estructuras mixtas; legislación, planes de manejo).
 - Multifuncionalidad: (Limpieza; Iluminación; Tránsito; Seguridad; Uso comercial –comercios turísticos y no turísticos, Uso social –residentes-, Uso cultural – eventos que se realizan).
 - Políticas de conservación, restauración del patrimonio.
 - Sistemas de Interpretación (Señalética; visitas guiadas; tecnologías aplicadas; animación (representaciones de época).
- Análisis de modelos de protección y recuperación de la ciudad histórica: planes especiales de cascos históricos y planes generales de ordenación urbana, recuperación funcional de patrimonio.
- Estrategias de colaboración de los promotores turísticos con los promotores culturales tanto en el sector público como privado.
- Análisis de la capacidad de carga del casco histórico.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

- Diseño de circuitos turísticos de ciudades históricas.
- Mix de productos turísticos para un destino turístico patrimonial.
- Comercialización de productos culturales.
- Sistemas de información turística: estadísticas sobre visitantes (variables relevadas); censo de servicios.
- Estrategias de financiamiento del sitio o monumento histórico.
- Programas de sensibilización y difusión del patrimonio para público local y visitante.
- Programas de capacitación a distintos niveles.
- Participación de la sociedad civil
- Mix de productos turísticos para un destino turístico patrimonial: calendario de eventos, turismo idiomático, de congresos y eventos; incentivos, golf, servicios de locación para industria audiovisual.
- Diseño y uso de marcas. Soportes de promoción turística: tipo de folletería, merchandising souvenirs, audiovisuales.
- Estrategias de marketing: paquetes y mecanismos de comercialización; planificación y ejecución de circuitos turísticos entre ciudades patrimoniales; participación en ferias promocionales especiales; participación en revistas y medios especializados.

En tal sentido se consideró en España la red de Ciudades Patrimonio Histórico de la Humanidad, integradas por Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza -Eivissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona y Toledo.

Asimismo se identifican como destinos relevantes: Cáceres y Extremadura.

Se prestará particular atención a los siguientes puntos:

- Modelos de gestión turística de la ciudad histórica: Cáceres.
- Sistema de información turística: Toledo y Santiago de Compostela.
- Estudio de la capacidad de carga: Toledo.
- Estudio del impacto económico de la actividad turística: Toledo.
- Comercialización del producto turístico cultural: Red de ciudades patrimoniales.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

- Articulación de la oferta a través de itinerarios y rutas: ciudades Patrimonio de la Humanidad en España.

Las ciudades patrimonio histórico de la Humanidad en España han concentrado su oferta turística en el turismo de congresos e incentivos, turismo de golf, turismo activo y turismo idiomático. Asimismo, han trabajado conjuntamente en la elaboración de itinerarios turísticos conjuntos como el Camino de la Lengua Castellana, la Red de Juderías y el Camino de Santiago.

Elementos a relevar en cómo se gestiona el turismo en las ciudades históricas es la presencia de hoteles de grandes cadenas internacionales, organización de tours a los sitios históricos incluyendo guías bilingües, transporte y comida, estructuras de receptivo que organizan las visitas, grado de integración entre las agencias de viaje y los hoteles, uso de internet para la promoción y la comercialización de los productos turísticos existentes, alquiler de bicicletas para el desplazamiento interno por la ciudad histórica, etc.

MEJORES PRÁCTICAS EN EL SEGMENTO TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

En lo que respecta al turismo de Congresos e Incentivos, conviene analizar la experiencia de la Alianza de Ciudades Patrimonio de Congresos de España, integrada por los Convention Bureau de Ávila, Córdoba, Cuenca, Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo, con el objetivo de realizar una promoción conjunta de los destinos en el mercado de congresos bajo el lema “elegidos por la historia”.

Las ciudades patrimoniales entienden que, por su amplia oferta artística, cultural, natural y gastronómica, son destinos idóneos para la comercialización con éxito de viajes de incentivos, seminarios, reuniones de empresas, congresos, ofreciendo infraestructuras adecuadas en los conjuntos históricos, sedes históricas y multifuncionales, notoriedad de eventos, oferta complementaria de calidad y hoteles “con encanto”.

En este segmento, se identificaron las prácticas de Buenos Aires (por su cercanía) Alcalá de Henares, por su similitud con Colonia (ciudad patrimonio histórico de la humanidad cercana a un mercado emisor potente como Madrid) y Monterrey, en México.

A continuación se indican un conjunto de webs de interés sobre turismo de congresos:

§ www.ciudadespatrimonio.org

§ www.cordobaconvention.com

§ www.turismocuenca.com

§ www.salamancaconventionbureau.com

§ www.santiagocongresos.com

§ www.camaratoledo.com

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

MEJORES PRÁCTICAS EN EL SEGMENTO TURISMO GASTRONÓMICO

En lo que respecta al turismo gastronómico, deberían estudiarse destinos líderes a nivel internacional como:

En Turismo Enológico

- Ruta del vino en La Rioja, España:
- Servicio de vigilancia competitiva de mercados para el sector vitivinícola, Alava Incoming.
- Centro de interpretación del vino en Villa Lucía, Labastida, Alava.
- Catálogos, folletería y guías.

En Turismo Gastronómico:

- Rutas del Queso y denominación de origen, España.

MEJORES PRÁCTICAS EN OTROS SEGMENTOS

En lo que respecta a otros segmentos, de menor potencial o de menor importancia relativa para el destino, los pueden ser el turismo deportivo de golf y náutica, el turismo de cruceros, el turismo educativo e idiomático y el turismo residencial, se propone conocer las siguientes mejores prácticas:

- En Turismo de Golf, análisis de los mecanismos de comercialización del campos de golf de ciudades patrimonio de la humanidad en España.
- En Turismo Náutico, estudio de una estación náutica en la Manga del Mar Menor, España.
- En Turismo Educativo e Idiomático, estudio del funcionamiento de este segmento en Europa, precisamente en Alcalá de Henares.

Otras propuestas que fueron consideradas para realizar acciones de benchmarking en España fueron las siguientes: Tossa de Mar (España) y Zaragoza (España).

Este proyecto propone realizar una visita a ciudades patrimonio de la humanidad (Toledo, Ávila, Alcalá de Henares, Segovia y Cáceres) a efectos de relevar buenas prácticas de gestión turística en los destinos internacionales que se proponen en el PRC. Asimismo, los empresarios participantes y los miembros de las instituciones públicas de referencia visitarán la Feria Internacional de Turismo en Madrid (España) con el fin de generar nuevas oportunidades de mercado y de evaluar la una presencia empresarial potencial en futuras ediciones.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Es importante destacar que el grupo de personas que realizar las actividades detalladas está formado tanto por empresarios del sector como de instituciones públicas de referencia (Intendencia Municipal de Colonia, Ministerio de Turismo y Deporte, Comisión de Patrimonio). Asimismo, es relevante mencionar que la Intendencia Municipal de Colonia y el Ministerio de Turismo y Deporte tendrán un stand en dicha feria a efectos de promocionar el destino Colonia.

BENEFICIARIOS:

Se considera beneficiarias las empresas turísticas del Departamento de Colonia y las instituciones públicas de referencia que se inscriban en este proyecto.

FINANCIAMIENTO:

Como se considera que el proyecto es abierto tendrá cofinanciamiento 60% - sesenta por ciento – con aporte PACC y un 40% - cuarenta por ciento – de aporte de los beneficiarios. El programa realizará los pagos sobre el monto efectivamente gastado, siendo el tope el monto presupuestado.

El costo por participante será de U\$S 2795,45.

SITUACIÓN ESPERADA AL FINAL DEL PROYECTO:

Sensibilizar a los empresarios participantes, instituciones públicas en general y a los representantes del consejo de patrimonial de la relevancia de un ámbito de gestión integrada del Barrio Histórico.

Aprender cómo se tratan los principales temas que atañen a la gestión turística patrimonial del destino Colonia en las ciudades patrimoniales españolas visitadas.

RIESGOS:

Dada la dinámica del proyecto y la incertidumbre asociada se podrán incorporar modificaciones a los destinos inicialmente previstos. Tales modificaciones deberán ser comunicados a la Unidad Ejecutora del PACC con anterioridad a las mismas.

VERIFICADORES:

Los verificadores del gasto serán los que figuran en la tabla “Desembolsos del Programa y metas que los determinan”.

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Productos, actividades y apertura de costos

Productos a alcanzar		Actividades que se realizan para alcanzarlo		Rubros que componen el costo de la actividad				Presupuesto (U\$S)
1	Participación en la Feria Internacional de Turismo en Madrid (España) con el fin de generar nuevas oportunidades de mercado y de evaluar la una presencia empresarial potencial en futuras ediciones.		Visita a la feria	1	Movilidad y viáticos internacionales			7.250,00
2	Visita de empresarios y de representantes de instituciones públicas de referencia a ciudades patrimonio mundial.		Visita a la ciudades patrimonio de la humanidad	1	Movilidad y viáticos internacionales			22.000,00
3	Ronda de negocios con empresarios turísticos.		Entrevistas con actores referentes del sector turístico en las ciudades visitadas.	1	Honorarios			1.500,00
4	Comunicar a otros agentes del sector turístico del Departamento de Colonia la información recabada en la Feria Internacional de Turismo en Madrid y en las visitas a las ciudades patrimoniales.		Talleres con agentes turísticos del Departamento de Colonia.	1	Otros			
								30.750

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Saldo Mes												
Saldo en CAJA												

Acumulado Aporte PACC	4.350	18.450										
Acumulado Aporte Beneficiarios	2.900	12.300										

% aporte PACC	60%	60%										
% aporte Beneficiarios	40%	40%										

Desembolsos del Programa y metas que los determinan (a ser llenado por el Evaluador del Programa)

Debe definirse en que momento se reciben los fondos del Programa, que metas deben estar alcanzadas a ese momento y cómo se verifican.

Desembolso U\$\$		% del total PACC	Metas por Desembolso	Verificadores	Fecha Estimada
1	4.350	24%	Compra a de pasajes aéreos.	Comprobante de gasto.	21-2-08
2	14.100	76%	Documento síntesis de las actividades realizadas realizadas y de la información recabada en la Feria de Turismo Internacional en Madrid (España) y en las ciudades patrimonio de la humanidad. El documento deberá incluir: a) lista de visitas y contactos realizados y b) elementos aplicables a la realidad uruguay. Organizar talleres con agentes turísticos del Departamento de Colonia.	Comprobante de gastos (viáticos y honorarios de consultoría). Documento elaborado y repartido entre los agentes turísticos del Departamento de Colonia. Al menos un taller con agentes turísticos del Departamento de Colonia. Lista de participantes en los talleres.	20-3-08
18.450		100%	TOTAL		