



USHUAIA, 23 DE MAYO DE 2022.

VISTO: El Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego "Itinerario 2020" (P.E.T.S.), la Resolución N° 925/2010 del Instituto Fueguino de Turismo que lo aprobó; y

CONSIDERANDO:

Que los modelos de planificación y gestión no son perennes y que necesitan adecuarse a los nuevos escenarios que la actividad propone, planteando un cambio de enfoque estratégico que la gestión institucional del turismo requiere para adecuarse al contexto actual.

Que su propósito primordial es la formulación de una estrategia integral de desarrollo que articule el accionar de los diferentes organismos, asociaciones, ONGs, y empresas que afectan al sector para que, en conjunto y de forma organizada, alcancen el cumplimiento de los objetivos formulados en el Plan.

Que pensar en calidad y promoción disociados en la estrategia de planificación y gestión, ya no representan una opción válida en el nuevo contexto de un organismo de gestión turística.

Que la actualización del P.E.T.S. representa la estrategia para el desarrollo turístico de Tierra del Fuego para los próximos 4 años. El nuevo Plan incorpora como herramienta organizacional un sistema de gestión y monitoreo de su plan operativo anual, aportando mayor flexibilidad y capacidad de adaptación de la planificación al contexto de volatilidad y cambio del nuevo escenario de gestión.

Que la planificación del turismo en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur se concibe desde cuatro premisas transversales relevantes para la gestión del P.E.T.S.: Identidad e integración; Sustentabilidad; Innovación; y Gestión inteligente.

Que la visión del P.E.T.S. acordada en 2010 representa la fuerza impulsora que ha orientado las acciones de planificación y gestión del Turismo en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. De cara al futuro y considerando la evolución de la actividad en los últimos 10 años, sumado a los cambios contextuales y del entorno político, económico, social y ambiental, la nueva visión incorpora tres atributos que le confieren mayor alcance y definición: la identidad integrada en toda la provincia, la sustentabilidad y la consideración del turismo como un componente trascendental de su matriz productiva.

Que esta actualización tiene como objetivo general organizar las acciones para que la actividad turística se desarrolle de manera sustentable, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población local, favoreciendo la inclusión, proveyendo una mayor calidad a la experiencia de viaje para los visitantes, manteniendo el equilibrio del medio ambiente y obteniendo mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística en beneficio de la población local.

Que la misma plantea como objetivos específicos: 1. Incrementar las pernoctaciones en la Provincia - Aumentar la estadía, 2. Distribuir territorialmente los flujos turísticos, 3. Disminuir la estacionalidad de la actividad turística, 4. Incrementar la calidad de las prestaciones turísticas, 5.

LAS ISLAS MALVINAS, GEORGIAS Y SÁNDWICH DEL SUR SON Y SERÁN ARGENTINAS



Diversificar la oferta turística, 6. Incrementar los niveles de sustentabilidad, accesibilidad e inclusión, y 7. Contribuir con la estrategia provincial de Objetivos de Desarrollo Sostenible desde el sector turístico.

Que este proceso se realizó con fondos provenientes del Consejo Federal de Inversiones, gestionados por la Provincia y con aportes propios del In.Fue.Tur.

Que pudo llevarse adelante con la participación de todas las áreas del In.Fue.Tur.

Que en este proceso de actualización participaron activamente diversos actores vinculados con la actividad turística, públicos, privados, educativos y del tercer sector, tanto de la esfera nacional, provincial y local.

Que como se hiciera oportunamente con el Plan anterior, corresponde darle una marco administrativo y legal al presente proceso de actualización, resultando necesario aprobar la implementación del "Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego – 2025" (PETS-TDF).

Que desde la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico se eleva el documento final del P.E.T.S. –T.D.F.

Que el suscripto se encuentra facultado para el dictado de la presente norma, de acuerdo a lo establecido en la Leyes Provinciales N.º 65 y Decreto Provincial N.º 4504/2019.

Por ello:

EL PRESIDENTE DEL  
INSTITUTO FUEGUINO DE TURISMO  
R E S U E L V E:

ARTICULO 1º- APROBAR Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego – 2025, que obra como ANEXO I de la presente. Ello acuerdo a lo expuesto en los considerandos.

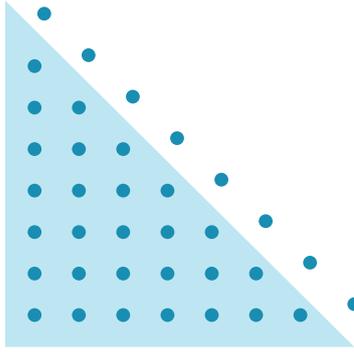
ARTICULO 2º- Comunicar, dar al Boletín Oficial de la Provincia y Archivar.

RESOLUCIÓN IN.FUE.TUR. N° 489 / 2022.



ANEXO I – RESOLUCIÓN IN.FUE.TUR. N° 489 / 2022

# Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego – 2025



# PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE 2025 TIERRA DEL FUEGO



# 01

## Introducción

- 1.1. Autoridades
- 1.2. Dirección y producción
- 1.3. Autores locales
- 1.4. Agradecimientos
- 1.5. Presentación del Presidente del IN.FUE.TUR.

# 02

## Enfoque Estratégico para la Gestión del Turismo

- 2.1. Un nuevo modelo de planificación y gestión del turismo
- 2.2. Turismo sustentable y ODS
- 2.3. Corresponsabilidad de los actores locales para la gestión del Plan
- 2.4. Premisas del Plan
- 2.5. Ejes estratégicos
- 2.6. Esquema estratégico

# 03

## La Actualidad del Turismo en Tierra del Fuego

- 3.1. Diagnóstico regional
- 3.2. Turismo antártico
- 3.3. Perfil turístico y escenario actual
- 3.4. Proceso de planificación participativa



# 04 Estrategia 2025

- 4.1. Visión
- 4.2. Objetivo general
- 4.3. Objetivos específicos
- 4.4. Programas y Proyectos (matriz)

# 05 Plan Operativo

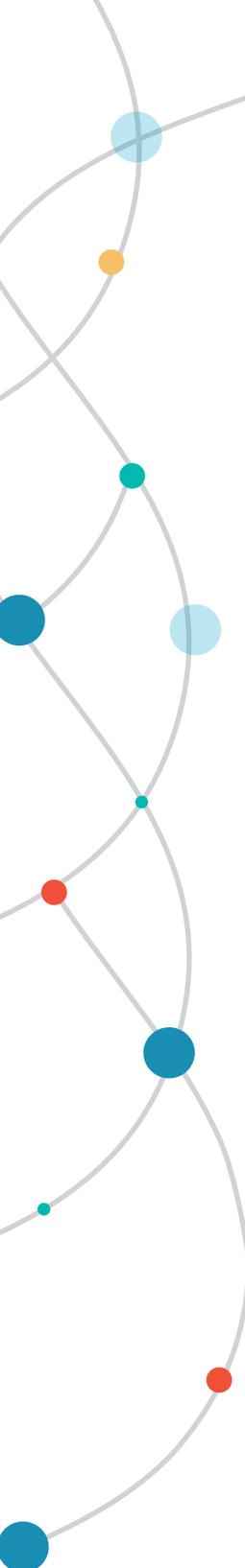
- 5.1. Descripción de proyectos de gestión
- 5.2. Descripción de proyectos de obras
- 5.3. Gestión de la comunicación del PETS
- 5.4. Sistema de gestión del Plan
- 5.5. Monitoreo del Plan





1

INTRODUCCIÓN



## 1.1 Autoridades

Gobernador de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur  
**Gustavo Melella**

Vicegobernadora de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur  
**Mónica Urquiza**

Ministra de Producción y Ambiente, representante ante el CFI  
**Sonia Castiglione**

Presidente del Instituto Fueguino de Turismo  
**Dante Querciali**

Secretario de Coordinación Estratégica  
**Juan Manuel Pavlov**

Secretaria de Política Externa  
**Andrea Barrio**

Secretario de Política Interna  
**Claudio Núñez Olivera**

Directora Provincial de Desarrollo y Gestión Zona Centro y Norte  
**Stella Alazard**

Director Provincial de Coordinación Administrativa y Financiera  
**Hernán Di Pietro**

## 1.2 Dirección y producción

### **Instituto Fueguino de Turismo**

Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico

**Lic. Silvina Cárdenas Romero**

**Arq. Marcia Ferreira**

**Lic. María Victoria Gómez**

**Arq. Griselda Mastropiero**

**Mg. María Victoria Ojeda**

**Mg. Andrea Carolina Ojeda**

Dirección de Comunicación y Prensa

**Lic. Ana Montiel**

Colaboradoras

**Lic. Fiorela Buiatti**

**Vanesa Mancilla Pincol**

Aportes técnicos

**Dirección de Promoción y Eventos**

**Dirección de Servicios Turísticos**

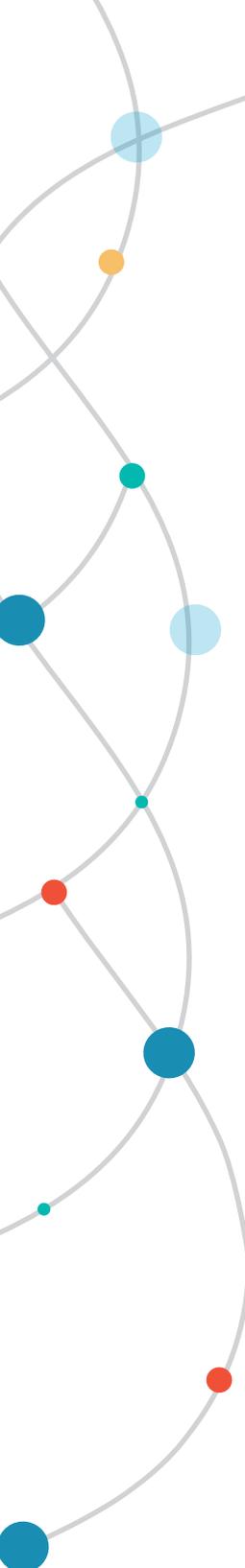
**Dirección de Informática**

**Dirección General de Auditoría Interna**

**Delegación Buenos Aires**

**Delegación Río Grande**





## EJIDO Asesores

Equipo estratégico

**Dr. Marcos Leonel Villella**

**Mg. Diego Braun Del Grande**

**Mg. Claudia Núñez Sánchez**

**Lic. Ricardo Stern**

**Tec. Rosalí Majluf**

**Lic. Aylén Maino**

**Lic. María Daniela Rovito**

Diseño

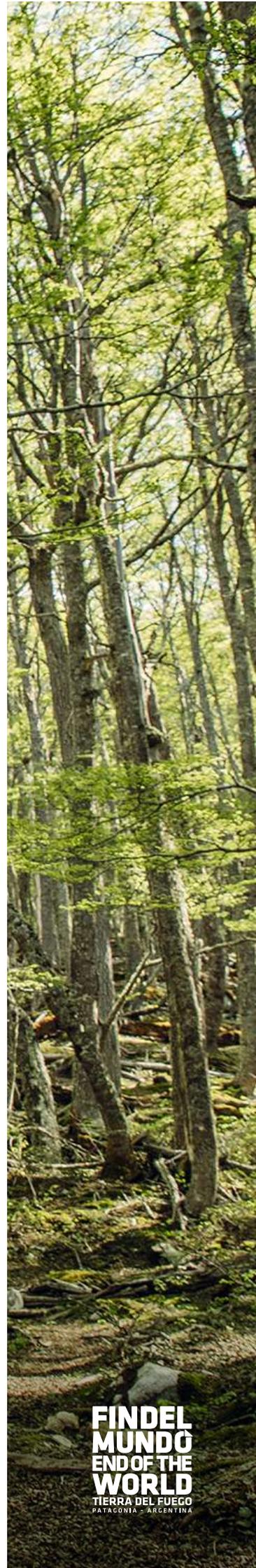
**Diseñadora Natalia Adami**

**Diseñadora Verónica Costes**

Equipo de desarrollo de plataforma de gestión

**Coordinador Martín Deiros**

Y otros colaboradores.



## 1.3 Autores locales

El PETS TDF 2025 se desarrolló siguiendo una dinámica de trabajo que incluyó etapas de relevamiento, entrevistas, talleres con el sector público y privado de Ushuaia, Puerto Almanza / Punta Paraná, Tolhuin y Río Grande, también con actores clave relacionados con el turismo antártico, y contó con amplia participación en los encuentros que se desarrollaron en los meses de agosto y octubre de 2021.

Agradecemos a los actores que participaron en estos talleres y a los que accedieron a las entrevistas, realizando importantes aportes para la concreción de este Plan.

Destacamos la presencia de los representantes del sector privado: Aeropuertos Argentina 2000, Anglers Aventuras, AVT Corazón de la Isla, La mesita de Almanza, Comisión Vecinal Puerto Almanza - Punta Paraná, Misión Salesiana Nuestra Señora de la Candelaria, Museo Monseñor Fagnano, Museo Marítimo y Presidio de Ushuaia, Compañía de Guías, Paseo del Ecotono, Bar Estudio, cabañas Altos de Tolhuin, camping Hain, camping Harwen de Lola, camping Piuke Lago, Chacinados San Andrés, Estancia Harberton, Estancia Las Hijas, Food Group, Hostel Argentino, Hostería Kaikén, La Sirena y el Capitán, Despedida S.A., centro de montaña Llanos del Castor, Lodge de pesca de Río Irigoyen, Lodge de pesca San José, Oveja Verde, centro de montaña Tierra Mayor, Panadería La Unión, Parador La Providencia - Akum Restó, Priotti Viajes, Puerto Pirata, Refugio Corazón Fueguino, Chacra Ruca Kellen, Ruta de la Centolla Almanza, Sendas Renting S.R.L., Bajo la Cruz del Sur, El Chaparral, Onas Restaurante, El Hípico S.R.L. y Sendero Indio.

Como así también agradecemos la participación de las asociaciones, centros, ONGs, Colegios y Cámaras: AHT Filial Tierra del Fuego, Asociación Riograndense de Pesca con Mosca, Asociación Argentina de Guías de Montaña (sede Ushuaia), Asociación de Agencias Fueguinas de Viajes y Turismo, Asociación de Profesionales en Turismo (APROTUR), Asociación Península Mitre, Cámara de Comercio Industria y Producción de Río Grande, Cámara de Cotos de Pesca Deportiva, Cámara de Industria, Comercio y Turismo de Tolhuin, Cámara de Turismo de Tierra del Fuego, Cámara Hotelera Gastronómica de Tierra del Fuego, Centro de Veteranos de Guerra, Agencia de Desarrollo Ushuaia (Ushuaia Bureau), Comité de Observación de Aves (RGA COAS), Asociación Mane'kenk y Fundación Ushuaia XXI, la Comunidad Indígena Yagan Paiakoala y el Comité de seguimiento del Compromiso Onashaga.

El sector público realizó valiosos aportes a este Plan, destacamos la participación a nivel nacional del Ministerio de Turismo y Deportes (MINTURDEP), Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), Dirección Nacional del Antártico –DNA– y Dirección Nacional de Política Exterior Antártica –DNPEA– (MRECIC), Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF), Intendencia del Parque Nacional Tierra del Fuego (PNTDF), Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Centro Austral de Investigaciones Científicas (CADIC).

De los Organismos de Tierra del Fuego: Ministerio de Trabajo, Ministerio de Producción y Ambiente; Secretaría de Malvinas, A.I.A.S. y Asuntos Internacionales; Secretaría de Planificación Estratégica, Secretaría de Comercio, Secretaría de Cultura, Secretaría de Deportes, Secretaría de Transporte Provincial, Agencia de Recaudación Fuegoquina (AREF), Dirección de Registro y Control de Alimentos (Ministerio de Salud), Museo del Fin del Mundo, Dirección Provincial de Protección Civil, Dirección Provincial de Puertos (DPP), Dirección Provincial de Vialidad (DPV), Dirección Provincial de Energía (DPE), Instituto Provincial de Análisis e Investigación, Estadística y Censos (IPIEC), CENT 35 (Río Grande), Colegio Provincial Ramón Alberto Trejo Noel (Tolhuin).

Así como la contribución de los municipios a través de los representantes de: Dirección de Turismo de la Municipalidad de Tolhuin, Dirección de Turismo de la Municipalidad de Río Grande, Secretaría de Turismo de Ushuaia, Museo Municipal Virginia Choquintel, Defensa Civil Municipal (Ushuaia), Secretaría de Cultura Municipal (Río Grande), Secretaría de Ambiente Municipal (Río Grande), Secretaría de Planificación y Ordenamiento Urbano (Tolhuin), Centro de Interpretación de la Reserva Costa Atlántica (Centro de Interpretación Ambiental Río Grande).

Y a UNISTAT CONSULTING S.A. en la persona de Juan Tarelli por sus aportes en el marco del desarrollo del proyecto "Medición de la Contribución Económica del Turismo a la Provincia de Tierra del Fuego", el que a la fecha se encuentra en proceso de elaboración.

## 1.4 Agradecimientos

Al equipo técnico de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico, por su labor en el desarrollo del Plan, y al personal de las áreas técnicas y administrativas por el acompañamiento.

A la Lic. Lucía Pérez por el compromiso demostrado con esta institución y por gestionar los medios necesarios para la concreción de este proyecto.

A la Ministra de Producción y Ambiente provincial, Sonia Castiglione, y todo su equipo por la constante colaboración y el trabajo realizado en conjunto con el Instituto.

Al Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología provincial, a la Dirección Provincial de Puertos, al Instituto Provincial de Educación Superior "Paulo Freire" y al Instituto Provincial de Educación Superior "Florentino Ameghino", a la Cámara de Turismo de Tierra del Fuego, a la Agencia de Desarrollo Ushuaia Bureau, a la Dirección de Turismo de Tolhuin, a la Hostería Kaikén y A'kum Restó, por poner a disposición sus instalaciones para el desarrollo de los talleres.

A Ejido Asesores por el profesionalismo demostrado en la elaboración del presente Plan.

A la Dra. Marisol Vereda docente e investigadora de la UNTDF por sus generosos aportes para la organización e implementación de los talleres sobre Turismo Antártico.

## 1.5 Presentación del Presidente del IN.FUE.TUR.

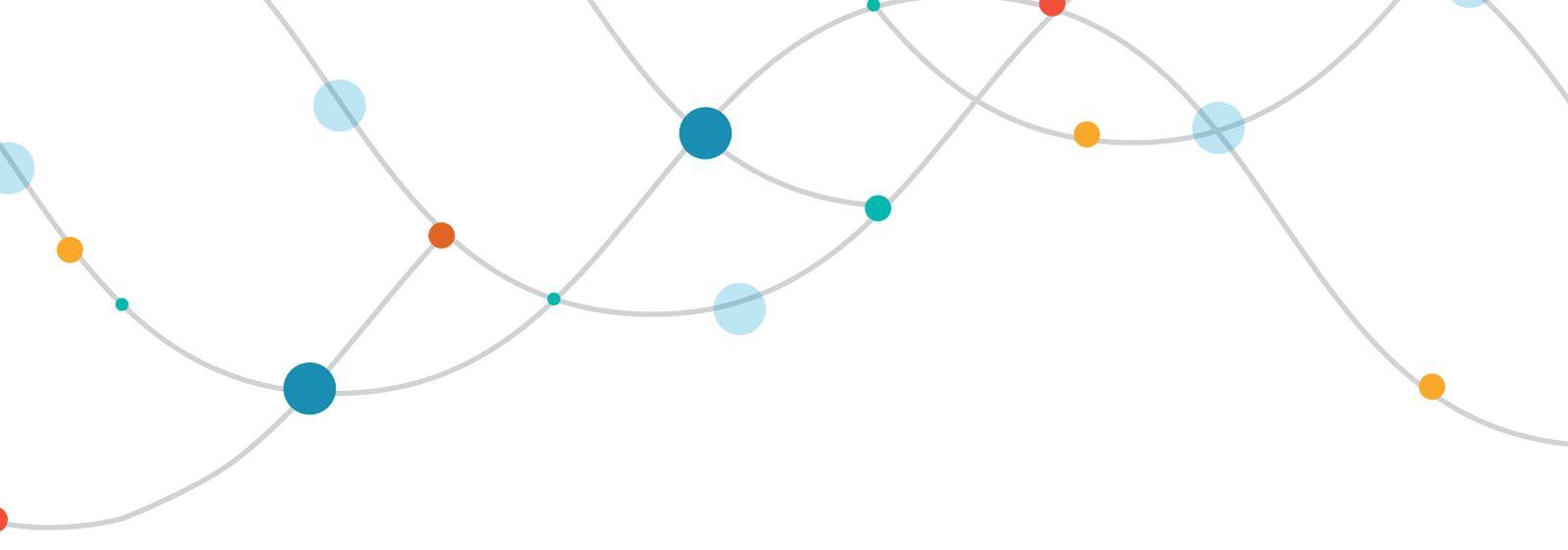
Tierra del Fuego, diciembre de 2021

El presente Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego 2025, nos invita a pensar a Tierra del Fuego como una provincia con un potencial de integración ambiental y cultural, dotando de identidad a cada una de sus regiones, poniendo en valor las diferencias que nos complementan como destino, con el fin de que la actividad turística aporte a un desarrollo que beneficie a la sociedad fueguina para fortalecer el Fin del Mundo como marca que abrace a toda la provincia.

Fue clave pensar el Plan definiendo cuatro premisas que son transversales a todos los ejes, programas y proyectos desarrollados, partiendo de la *identidad e integración*, que define a cada destino turístico, complementándose integradamente para ofrecer una oferta diversificada. En la actualidad, la *sustentabilidad* debe estar contemplada en cada acción evaluando la viabilidad económica, social, cultural y ambiental. Este contexto de cambios continuos nos exige *innovar* en la planificación y gestión del destino, procurando ser flexibles y adaptables, utilizando nuevas herramientas y tecnologías. Y por último, pero no menos importante, sabemos que los datos e información actualizada, completa, validada y analizada serán fundamentales para lograr una *gestión inteligente* del destino tanto en la relación con los responsables de gestionar como en la relación con el turista.

Estamos frente a una nueva instancia de poder encaminar y proyectar el destino de Tierra del Fuego – Fin del Mundo en el ámbito turístico, en esta etapa en la que la pandemia dejó a todo el sector nuevas formas de poder trabajar, comunicarnos, planificar, viajar, crear, entre otras cosas. Lo que nos desafía a sostenernos, fortalecernos y poder salir adelante renovados y con mayor impulso para trabajar juntos en este Plan que hoy tenemos el orgullo de presentar.

Considero importante destacar que este Plan resume el trabajo realizado por el personal del Instituto Fueguino de Turismo (IN.FUE.TUR.), en conjunto con los actores del ámbito público, privado y del tercer sector de Tierra del Fuego, en espacios de debate y comunicación con amplia participación de los integrantes de esos segmentos que están involucrados con la actividad turística en el día a día, entendiendo que el proceso participativo es la



mejor manera de entablar el diálogo y llegar a consensos con todo el sector.

Los programas y acciones descriptos en el presente documento son objetivos a cumplir que involucran a este Instituto, así como a otras instituciones nacionales, provinciales y municipales, y otros aliados estratégicos que serán necesarios para su concreción, entre ellos: las cámaras empresariales, ONG's y asociaciones, las empresas del sector y los prestadores de servicios turísticos.

Agradezco los aportes y colaboración que durante todo este tiempo han posibilitado el trabajo mancomunado hacia el fortalecimiento del destino Tierra del Fuego - Fin del Mundo, y los invito a continuar trabajando juntos en los años venideros para que este Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2025 sea un mapa de utilidad para todo aquel que integra el sector turístico de la provincia.

Un cordial saludo,

Dante Querciali  
Presidente  
Instituto Fuegoino de Turismo



# 2

Enfoque estratégico  
para la gestión del  
TURISMO

## 2.1 Un nuevo modelo de planificación y gestión del turismo

Argentina experimentó en las últimas dos décadas un crecimiento de la actividad turística que le ha permitido a los organismos de gestión de destinos asimilar los fundamentos de la gestión del desarrollo turístico y, a su vez, comprender que los modelos de planificación y gestión no son perennes y que necesitan adecuarse a los nuevos escenarios que la actividad propone. En este sentido, el destino Tierra del Fuego no solo no ha sido ajeno a este proceso evolutivo, sino que ha sido precursor del cambio de enfoque estratégico que la gestión institucional del turismo requiere para adecuarse al contexto actual.

El elemento central de este nuevo modelo que propone la actualización del PETS, parte del entendimiento de que los organismos de gestión de destinos no controlan las variables claves del desarrollo turístico. Por lo tanto, su propósito primordial es la formulación de una estrategia integral de desarrollo que articule el accionar de los diferentes organismos, asociaciones, ONGs, y empresas que afectan al sector para que, en conjunto y de forma organizada, alcancen el cumplimiento de los objetivos formulados en el Plan. Por consiguiente, la cooperación transversal de los actores clave y la integración interinstitucional representan factores determinantes de este nuevo planteo estratégico.

El camino transitado ha permitido, a su vez, asumir que la relación que los actores del destino establecen con el turista se fundamenta en un canal bidireccional en el que la calidad de su experiencia y de los servicios que consume deben ser un reflejo realista de la promesa emitida por la promoción o la imagen de marca, como mensajes motivacionales para captar su interés para la elección del destino. Pensar en calidad y promoción disociados en la estrategia de planificación y gestión, ya no representan una opción válida en el nuevo contexto de un organismo de gestión turística.

Lo novedoso de un modelo no siempre denota la incorporación de un elemento innovador, sino que por el contrario, en ocasiones refleja un cambio en la forma en la que se gestiona, aun cuando eso implique recuperar buenas prácticas del pasado. Es por esto que el IN.FUE.TUR., consciente de la necesidad de datos estadísticos y de información estratégica, ha decidido recuperar su inteligencia turística y aplicarla como sustento de la planificación y la

gestión del destino.

Finalmente, la actualización del PETS representa la estrategia para el desarrollo turístico de Tierra del Fuego para los próximos 4 años, entendiendo que la formulación del Plan, lejos de ser el final del proceso, es por el contrario el inicio de la secuencia de planificación. Por este motivo, el nuevo PETS incorpora como herramienta organizacional un sistema de gestión y monitoreo de su plan operativo anual. Esto aportará mayor flexibilidad y capacidad de adaptación de la planificación al contexto de volatilidad y cambio del nuevo escenario de gestión.

## 2.2 Turismo sustentable y ODS

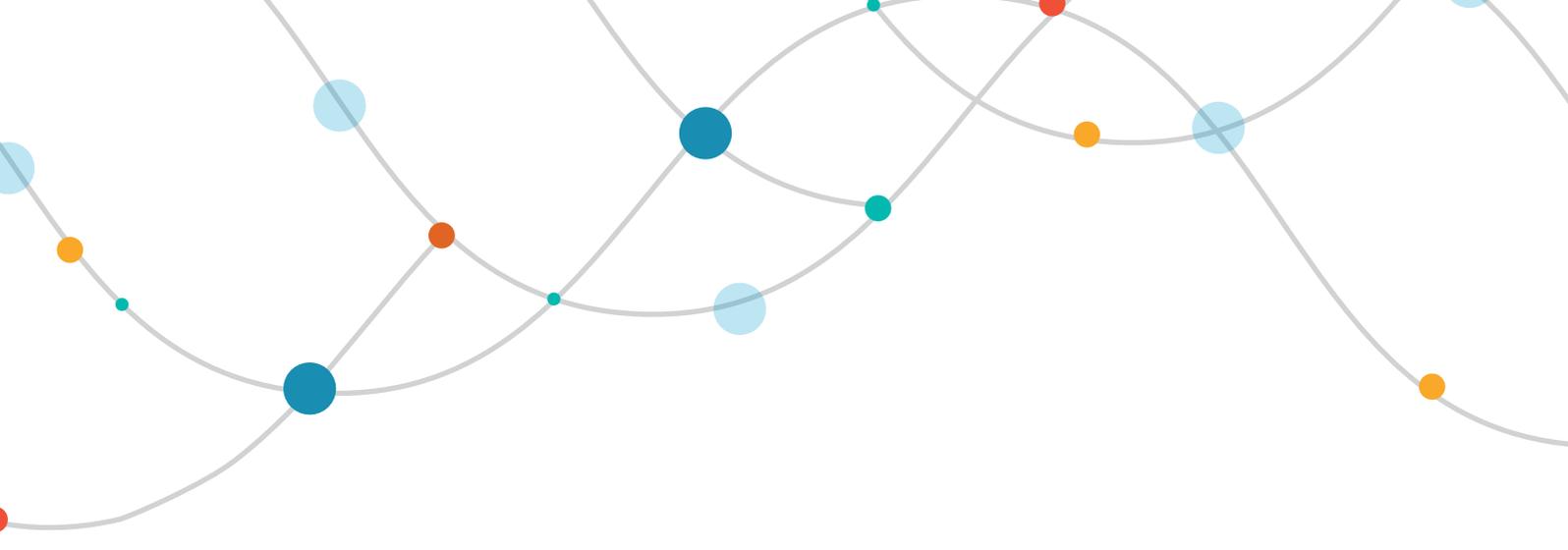
La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, acordados en 2015 por los líderes mundiales, es un plan ambicioso que busca eliminar la pobreza extrema, luchar contra la desigualdad y la injusticia y combatir el cambio climático para 2030.

Los esfuerzos mundiales por alcanzar estos objetivos requieren la participación de todos los gobiernos y sectores productivos, entre los cuales el turismo tiene un gran potencial debido a que, para 2015, era la tercera industria más grande del mundo por representar el 10% del PBI mundial.

Si bien el turismo es una de las industrias más golpeadas por la pandemia de Covid-19, también es una de las que más rápido puede recuperarse y eso representa una gran oportunidad para la contribución del turismo a la Agenda global, ya que es un sector que aporta directa e indirectamente al cumplimiento de los ODS. De manera directa, es evidente el aporte a los Objetivos 8, 12 y 14, relacionados con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos, respectivamente.

Pero también puede contribuir de manera indirecta con los demás objetivos, gracias a la extensa y diversa cadena de valor que conforma la industria, y al estrecho vínculo entre el turismo y la planificación urbana, la gestión de áreas protegidas y la conservación del patrimonio cultural y natural del mundo.

Es en este contexto global que el Gobierno Nacional de la República Argentina, para



dar cumplimiento a los compromisos asumidos para obedecer con la Agenda 2030, designó al Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales (CNCPS) como el órgano rector que coordina la implementación nacional y subnacional de la Agenda 2030 y los ODS. Uno de sus programas de trabajo a nivel federal es acompañar técnicamente a los gobiernos provinciales y municipales que manifiesten su interés en incorporar los principios y contenidos de la Agenda 2030 y los ODS.

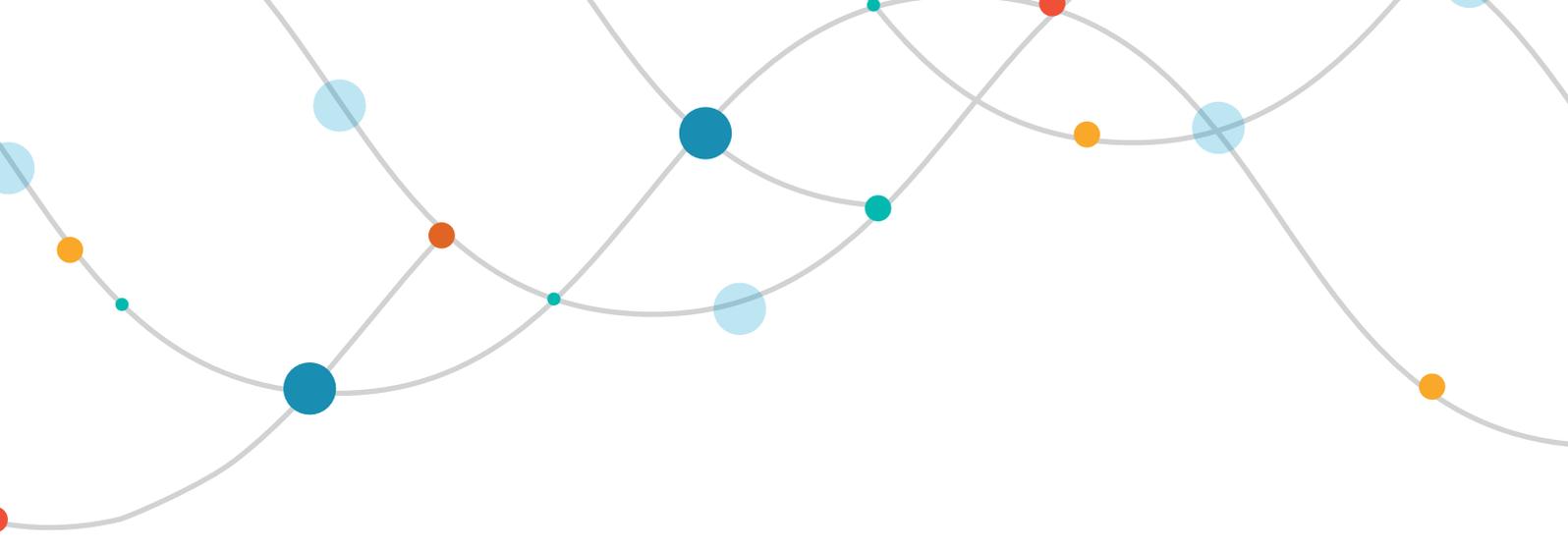
La Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur firmó el Acuerdo de cooperación con el CNCPS el 4 de noviembre de 2016, con el objetivo de implementar los ODS en territorio provincial mediante la integración de estos con los ejes estratégicos de la política de gobierno y constituyéndose en uno de los 17 Puntos Focales de la Red Federal ODS.

En junio de 2021, a la luz de las nuevas prioridades de la política pública y del contexto nacional, el Gobierno nacional publicó las Metas de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), un documento que presenta la política actualizada y los indicadores de seguimiento de las mencionadas metas. Desde el Comité Ejecutivo de ODS de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, adoptaron dicha actualización, por lo que la nueva priorización provincial responde a los lineamientos nacionales, que establecen la identificación y medición de resultados para cada uno de los 17 ODS, según corresponda para cada sector productivo o de Gobierno.

Siguiendo este lineamiento, cada proyecto fue analizado a la luz de los ODS y sus Metas, con el fin de aportar al cumplimiento de la estrategia provincial a través del PETS. Será parte del Plan Operativo definir los indicadores más apropiados para medir el impacto tangible de las acciones realizadas.

## 2.3 Corresponsabilidad de los actores locales para la gestión del Plan

La planificación participativa ha caracterizado este proceso de actualización del PETS, al desplegar en el territorio la convocatoria de los actores locales de diferentes ámbitos de actuación. Sin embargo, el rol de estos actores no se limita tan solo al aporte de su visión y



conocimiento en las instancias de definición estratégica. Por el contrario, son ellos los que accionan de forma cotidiana sobre los factores de desarrollo de la actividad. Por lo tanto, son corresponsables en la implementación del Plan y de acompañar la gestión del IN.FUE.TUR. para el logro de los objetivos propuestos.

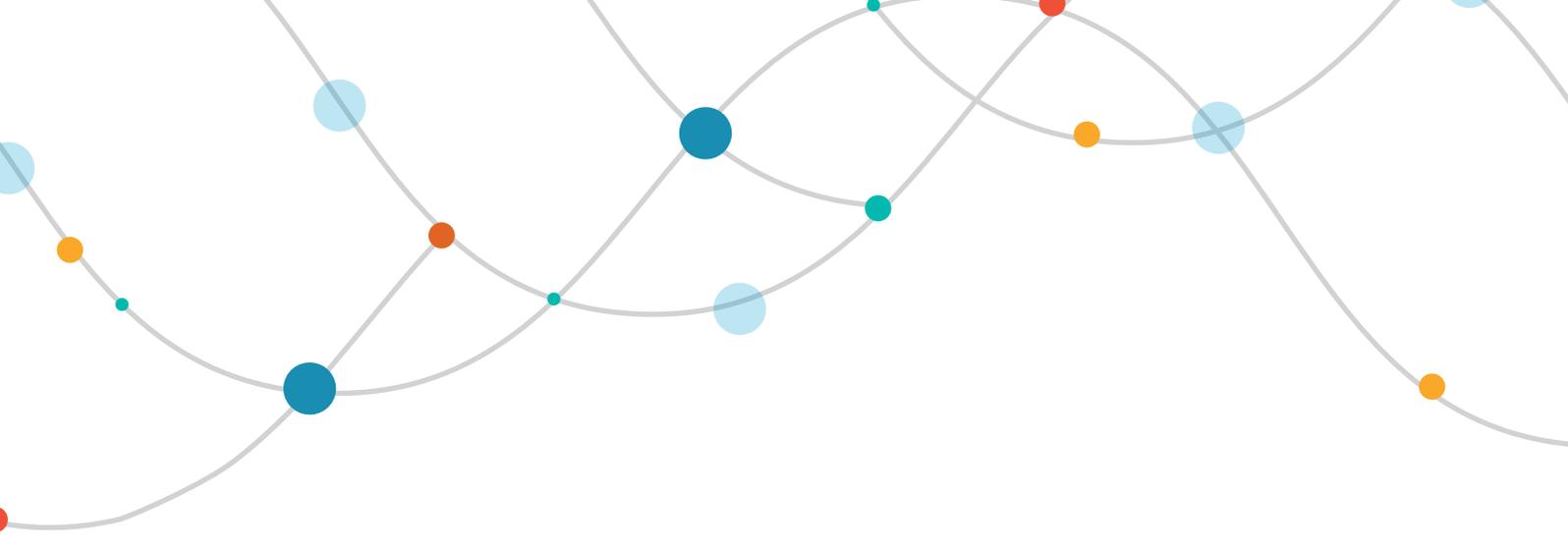
Es así que, para la concreción de las obras de infraestructura de base o de soporte a la actividad turística, se requiera del accionar conjunto con otros organismos del Estado provincial y nacional. Que para el desarrollo del producto antártico se necesita del trabajo articulado con las autoridades del puerto. Que para la configuración de nuevos productos turísticos resulta imprescindible la organización con el sector privado. O que para incrementar los niveles de sustentabilidad de la actividad, haya que implementar procesos conjuntos con organismos municipales, provinciales y con las instituciones académicas.

Pensar en un plan sectorial sin definir el rol definitorio de los actores locales resultaría impracticable a la hora de implementar el PETS, dada la transversalidad que el turismo tiene en relación a la organización del Estado, en términos de gestión pública; y a la forma en la que atraviesa al resto de las ramas productivas, desde el enfoque del sector privado. Por su parte, la comunidad local y las organizaciones del tercer sector cumplen un rol fundamental como guardianes de la sustentabilidad del desarrollo local.

## 2.4 Premisas del Plan

La planificación del turismo en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur se concibe desde cuatro premisas transversales relevantes para la gestión del PETS:

- » **Identidad e integración:** cada destino define su propia identidad turística complementándose con el resto, integrando una oferta diversificada.
- » **Sustentabilidad:** cada acción propuesta contempla su viabilidad desde un criterio de sustentabilidad político, económico, social, cultural y ambiental.
- » **Innovación:** la planificación y la gestión procuran ser flexibles y adaptables aprovechando nuevas herramientas y tecnologías.
- » **Gestión inteligente:** los organismos y los responsables de la gestión del turismo,



como la relación del destino con el turista, se sustentan con datos e información actualizada, completa, validada y analizada.

## 2.5 Ejes estratégicos

Los ejes sobre los cuales se basa la estructura de programas, proyectos y acciones han sido reorganizados para dar mayor coherencia a la gestión del PETS en un contexto de gestión del turismo moderno e inteligente.

### 1.Experiencia Turística

Contempla las acciones necesarias para el diseño de experiencias y/o productos que destaquen los atributos del destino, poniendo en valor los recursos. El aporte de valor e innovación de los productores de bienes y servicios para dotar de ventajas competitivas a la oferta turística provincial. La gestión sustentable, el impacto ambiental y la accesibilidad en los procesos de desarrollo turístico.

### 2.Relación del sector con el turista

Se compone de tres elementos indivisibles, dado que la promoción del destino no puede ni debe estar escindida de la calidad de la experiencia turística. Ambos polos de la relación entre el destino y el turista se conectan en una ecuación de mercado que hoy tiene nuevas reglas.

**Mejora continua:** se enfoca en la satisfacción de la compleja red de actores que interactúan en el devenir turístico y que conviven con intereses diferentes. Involucra a los residentes, los turistas y visitantes, las organizaciones públicas y privadas y las organizaciones del tercer sector. Requiere de un proceso de cooperación, integración y participación entre los actores del sector y en los diferentes niveles de la administración pública.

**Marketing y comunicación:** refiere al desarrollo e implementación de estrategias de marketing y acciones de comunicación que posicionen y promuevan el destino, con especial énfasis en la Investigación de mercado como fuente de información estratégica para la toma de decisiones y monitoreo de los resultados.

**Relación con los mercados:** entiende que gran parte de los hábitos de consumo actuales no son alcanzados por la promoción tradicional, por lo que requiere de estrategias concretas que accionen sobre las redes sociales, los canales de distribución y las tecnologías de comunicación y comercialización. La cooperación y las asociaciones estratégicas nacionales, como las relaciones internacionales se han convertido en requerimiento excluyente para acercar la oferta con la demanda turística.

### 3. Gestión del IN.FUE.TUR. y articulación con los actores clave

Se centra en el liderazgo institucional de la Organismo público encargada de la planificación y gestión del Turismo, para sostener la institucionalidad del sector y la sustentabilidad de sus políticas. Revisa el diseño de la organización y su sistema de información, la gestión del cambio y de sus procesos de planificación. Promueve la formación del capital humano, su motivación y productividad, cuidando la calidad de los procesos de gestión.

### 4. Cooperación transversal con el sector e Integración horizontal de la gestión gubernamental y legislativa

Representa un eje estratégico central del Plan, que asimila que el organismo de gestión de Turismo no controla la totalidad de las variables clave para el desarrollo del destino. Por lo que se requiere de un accionar cooperativo y transversal que integre los objetivos de desarrollo de las diferentes carteras gubernamentales, para la concreción de obras viales, de infraestructura, de conectividad y comunicaciones, para la gestión de los flujos migratorios, la

adecuación legislativa de las regulaciones que afectan al sector y del ordenamiento territorial.

Además, reconoce que el desarrollo del destino demanda un proceso de inversión pública y privada que redunde en beneficios para la población local, a través de la generación de divisas, la creación de empleo y el incremento de su calidad de vida. Para esto, el accionar tiene que estar dirigido hacia la captación de inversiones nacionales y extranjeras, la modernización de la oferta de servicios, la adecuación normativa y la generación de incentivos fiscales.

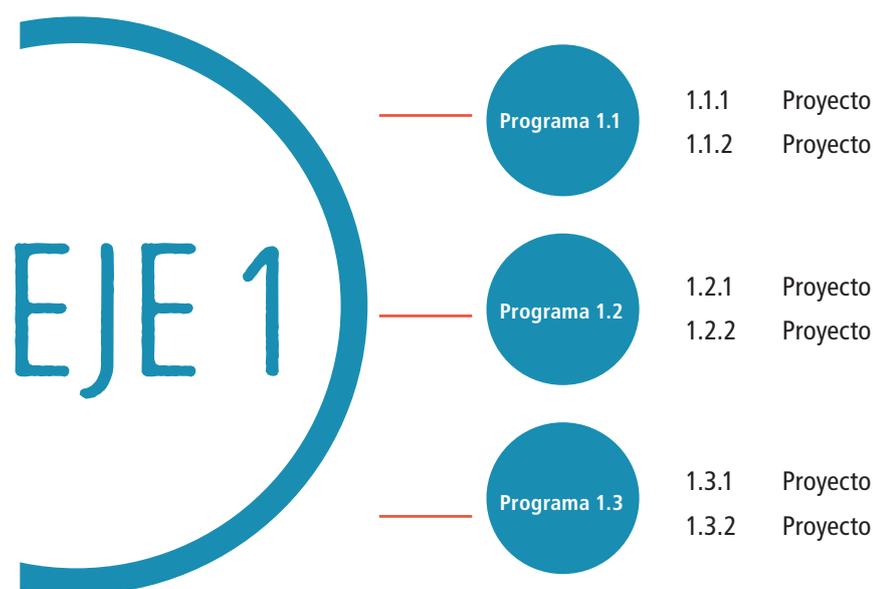
## 5. Inteligencia Turística

Se enfoca en la capacidad del destino para desarrollar una gestión inteligente a partir de la generación de información estratégica. Para esto es fundamental poder visualizar la estructura económica del destino y el impacto de la actividad turística, la estructura de la demanda y de la oferta turística, su nivel de precios, la rentabilidad económica del sector, su grado de diversificación y especialización, la estacionalidad y la competitividad del destino.

## 2.6 Esquema estratégico

La estrategia acordada con el sector turístico de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur se basa en los ejes estratégicos descritos previamente; a partir de los cuales, en los distintos talleres de trabajo, entrevistas y trabajo de gabinete se fueron estructurando los programas, los proyectos y las acciones concretas que conforman toda la estrategia sectorial (ver figura 1).

**Figura 1. Esquema de la estructura del PETS**



Fuente: elaboración propia, 2021

Respecto a los tiempos de implementación de las acciones que conforman los diferentes proyectos, se utilizó un nivel de prioridad que se detalla en la tabla 1. Esta definición es estimativa, ya que los tiempos de ejecución se darán en función de la capacidad de gestión que tenga el organismo junto con los actores clave para ponerlas en práctica.

Tabla 1. Niveles de prioridad para las acciones estratégicas del PETS

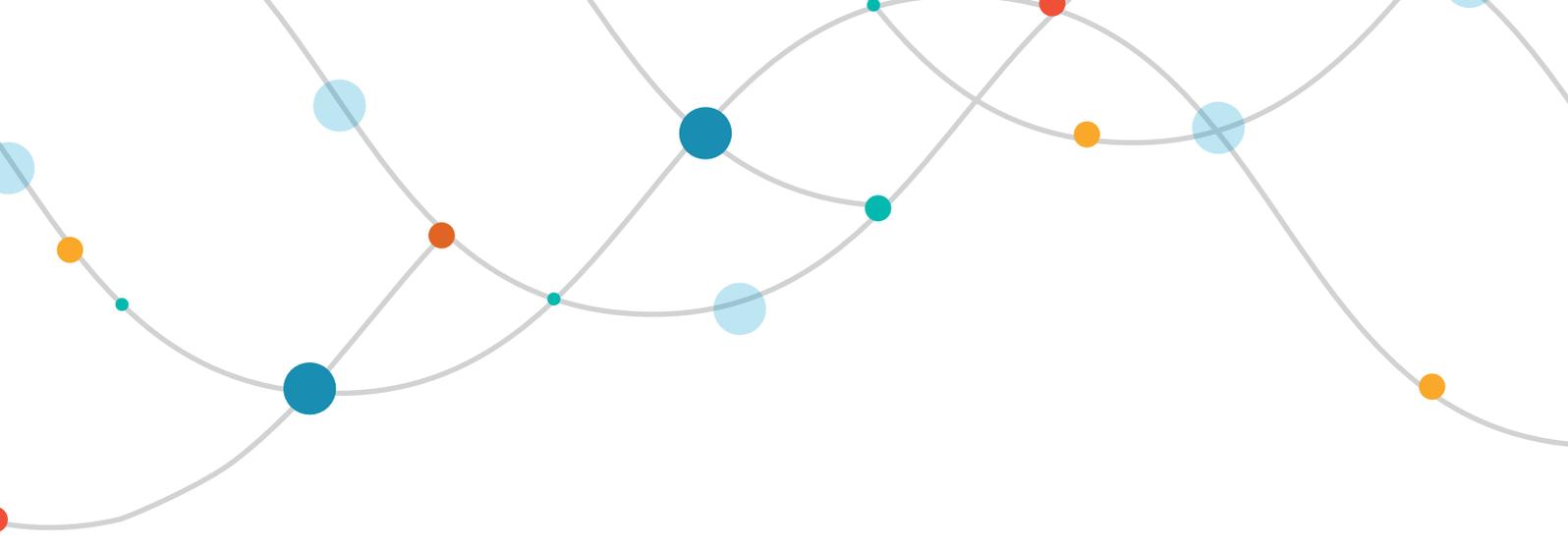
NIVELES DE PRIORIDAD	
<b>Inmediata</b>	Actuaciones IMPRESCINDIBLES para armonizar / equilibrar la actividad dentro del destino
<b>Prioritaria</b>	Actuaciones de IMPULSO de la actividad dentro del destino
<b>Importante a medio plazo</b>	Actuaciones DE INTERÉS para el destino
<b>Importante a largo plazo</b>	Actuaciones enfocadas a ENRIQUECER el destino y la oferta en su conjunto

Fuente: elaboración propia, 2021



3

La actualidad del  
TURISMO en Tierra  
del Fuego



El presente contexto se caracteriza por ser un momento de transición y de profundos cambios, en el que la resiliencia, la adaptación y la capacidad de respuesta se han convertido en las principales habilidades y cualidades que todo profesional de cualquier sector debería desarrollar para poder transitar este mundo que, sin duda, es V.U.C.A. (Volátil -*Volatile*-, Incierto -*Uncertain*-, Complejo -*Complex*- y Ambiguo -*Ambiguous*-).

Entender el escenario actual es el punto de partida para poder identificar cuáles son los principales paradigmas y las principales tendencias que están sucediendo y, en consecuencia, que deben ser tenidos en cuenta para la planificación y sus programas considerando el contexto, altamente disruptivo y cambiante.

En este entorno V.U.C.A., desde el sector turístico no podemos ser ajenos a algunas tendencias y/o nuevos paradigmas que están sucediendo y que marcarán el rumbo del siglo XXI:

- » 4ta. Revolución Industrial.
- » Destinos Turísticos Inteligentes.
- » Compromiso planetario por la sostenibilidad y hoja de ruta al 2030.
- » Crisis climática.
- » Nuevos consumidores, nuevos turistas y nuevas organizaciones.

A la luz de este contexto se realizó un diagnóstico participativo para cada una de las regiones turísticas de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur que sirvió como línea de base para la formulación de las propuestas del Plan.

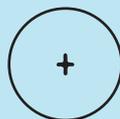
## 3.1 Diagnóstico regional

Para el diagnóstico, se realizó una matriz FODA (Fortalezas - Oportunidades - Debilidades - Amenazas) en función de una organización de ejes estratégicos reformulado, que refleja con mayor precisión la realidad de la gestión turística. Este nuevo enfoque se centra en las principales problemáticas que enfrenta la gestión del organismo turístico para la definición e implementación de un plan estratégico de turismo. Si bien en la etapa de diagnóstico se plantearon 6 ejes, luego del proceso participativo estos ejes fueron reformulados en 5 ejes estratégicos.

# FORTALEZAS

## 1. EXPERIENCIA TURÍSTICA (PRODUCTO)

- » Gran diversidad de recursos y productos turísticos, tanto consolidados como potenciales.
- » Desarrollo incipiente de nuevos productos turísticos (agroturismo, Cerro Castor en verano, oferta complementaria al viaje antártico, turismo de pesca, rural y de negocios -este último en particular en RGA-).
- » Existencia de un Sello de Calidad de Tierra del Fuego, que se encuentra vigente y genera resultados positivos.
- » Existencia de planes de manejo en áreas protegidas.
- » El puerto de Ushuaia está consolidado como destino del Fin del Mundo para el turismo de cruceros



# DEBILIDADES

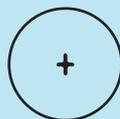
## 1. EXPERIENCIA TURÍSTICA (PRODUCTO)

- » El desarrollo de la oferta surge de forma espontánea y no está alineada a una visión o estrategia turística provincial.
- » Se requiere desarrollar la oferta de turismo de negocios y turismo rural.
- » Insuficiente y bajo nivel de mantenimiento en la infraestructura en sitios y circuitos de interés turístico (senderos, baños, señalética, accesibilidad).
- » La gestión del puerto de Ushuaia requiere una mejora en sus niveles de sustentabilidad (emisión de gases, residuos, flujos de turistas, capacidad de operaciones).
- » Las ofertas de los destinos locales no se complementan, ni hay circuitos que los conecten.
- » El desarrollo espontáneo desafía la sustentabilidad de los destinos turísticos.
- » Bajo conocimiento en el mercado del Sello de Calidad Tierra del Fuego.
- » Faltan recursos para la implementación efectiva de los planes de manejo en áreas protegidas (guardaparques, fiscalizadores, infraestructura).
- » Existencia de un sector privado desarrollado únicamente en la ciudad de Ushuaia. El resto de la provincia está desmotivado y desconectado.



## 2. RELACIÓN DEL SECTOR CON EL TURISTA

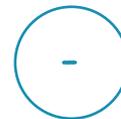
- » La marca "Fin del Mundo" representa un valor trascendental como destino turístico.
- » El residente local amplifica la difusión de recursos poco conocidos a través de las redes sociales.
- » Incipientes iniciativas que pueden desarrollarse y fortalecer más el sector, a partir de la identificación de atractivos con potencial turístico, como las culturas de los pueblos originarios.



- » No hay entrada desde el continente por aguas argentinas, generando dependencia de Chile para el ingreso de turistas por vía terrestre.
- » No hay imagen integrada de las instituciones de turismo de la provincia y los municipios.

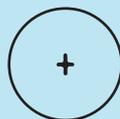
## 2. RELACIÓN DEL SECTOR CON EL TURISTA

- » El posicionamiento de marca y la comunicación concentra la atención de la demanda en Ushuaia. La marca "Fin del Mundo" cuenta con escasa apropiación por parte del resto de la provincia. Falta generar una identidad compartida alrededor del lema "Fin del Mundo".
- » Existe competencia entre marcas de promoción (provinciales, de ciudades).
- » La difusión de recursos poco conocidos a través de redes sociales representa un riesgo para su conservación.
- » La promoción internacional carece de una estrategia diversificada y con mayor alcance.
- » Con diferentes niveles dependiendo de la ciudad (Río Grande y Tolhuin), la población local no se autopercebe como destino turístico.
- » No existe una identificación acabada de la organización de la oferta en función de los mercados



### 3. GESTIÓN DEL IN.FUE.TUR. Y SU ARTICULACIÓN CON ACTORES CLAVE

- » Gestiones para el desarrollo turístico con otros organismos provinciales y nacionales.



prioritarios para toda la provincia, ni definición de las mejores estrategias para promocionarse en esos mercados.

- » Déficit en la conectividad a internet para facilitar la comunicación.
- » Déficit en los niveles de accesibilidad de los servicios turísticos.
- » Registro y fiscalización de servicios insuficiente (trabajo no registrado, habilitaciones, oferta informal).

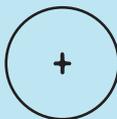
### 3. GESTIÓN DEL IN.FUE.TUR. Y SU ARTICULACIÓN CON ACTORES CLAVE

- » El IN.FUE.TUR. como organismo de gestión del destino no cuenta con el liderazgo sobre la estrategia de desarrollo turístico.
- » Falta mayor coordinación entre el IN.FUE.TUR. y otros organismos de gobierno para ser más efectivos en las acciones. No hay articulación que trascienda el período de gestión.
- » Escasez, por parte del IN.FUE.TUR., de instrumentos de gestión que impulsen las acciones estratégicas bajo un criterio de corresponsabilidad con el sector privado y el resto de los actores locales.
- » El IN.FUE.TUR. no tiene presencia equitativa en el territorio.
- » El IN.FUE.TUR. no está identificado como actor de gobierno vinculado a la estrate-



#### 4. COOPERACIÓN TRANSVERSAL

- » Existe relación cercana con la Universidad Nacional de Tierra del Fuego y la Municipalidad de Ushuaia.
- » El desarrollo del mercado turístico actual representa un atractivo para la captación de inversiones.
- » La gran diversidad de recursos naturales, recursos culturales, y productos turísticos, posibilita diversificar y ampliar la matriz productiva turística.
- » Existe una Comisión Fílmica de Tierra del Fuego de la Secretaría de Cultura de la provincia.



gia provincial de ODS.

- » Gestión del puerto de Ushuaia desarticulada de la estrategia turística.
- » El Consejo Provincial de Turismo se encuentra desarticulado y requiere de una redefinición como instrumento de gobernanza local.
- » Falta de comunicación entre las diferentes áreas para coordinar cuestiones operativas.

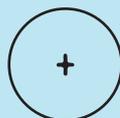
#### 4. COOPERACIÓN TRANSVERSAL

- » Déficit de infraestructura básica, como vías y accesos a recursos turísticos (zonas rurales), así como servicios básicos en algunos destinos (redes de agua potable y cloacas, internet).
- » Falta de oferta para personas con discapacidad (infraestructuras, servicios, recursos humanos capacitados).
- » Complejidad y superposición de regulaciones de los servicios turísticos. Falta de acuerdos y coordinación entre organismos públicos.
- » Procedimientos excesivamente burocráticos en la gestión de puertos, sumado a los conflictos sociales y laborales.
- » Faltan bicisendas.
- » Falta sensibilizar a la comunidad y medios de comunicación sobre los recursos



## 5. INTELIGENCIA TURÍSTICA

- » La condición insular facilita la gestión estadística y de datos.
- » Se percibe que el turismo contribuye significativamente a la economía local comprobado empíricamente por su ausencia durante la pandemia del Covid-19.



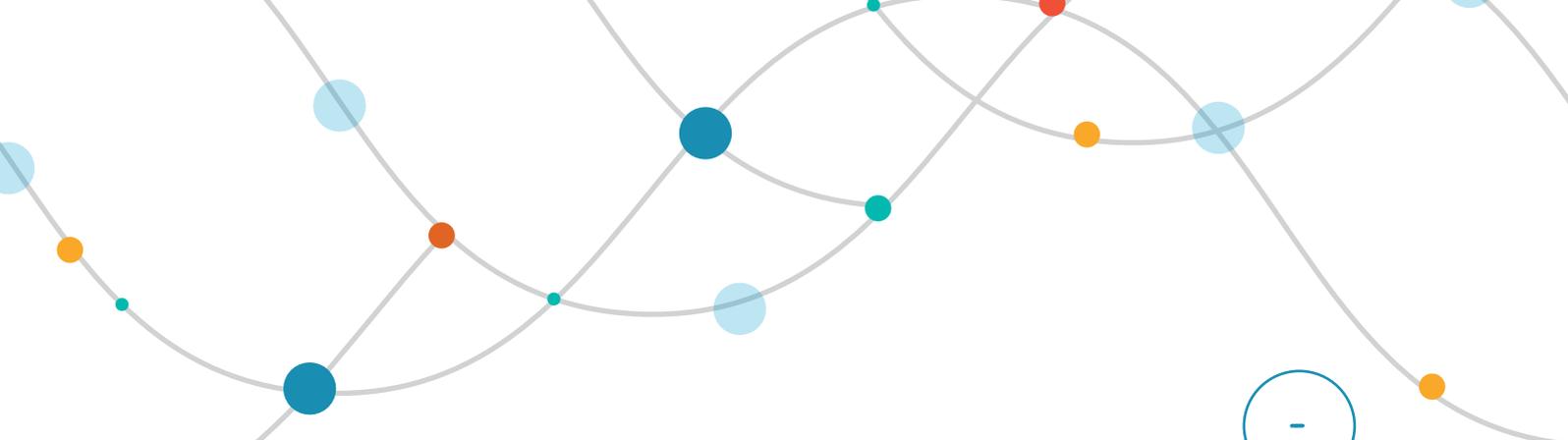
turísticos de las diferentes regiones.

- » Necesidad de articular un *film commission*.

## 5. INTELIGENCIA TURÍSTICA

- » Faltan estadísticas e información estratégica para la toma de decisiones.
- » No se ha implementado el Observatorio Turístico.
- » Datos insuficientes sobre la estructura de la oferta y la demanda turística, el nivel de precios, la rentabilidad económica del sector o el nivel de competitividad del destino.
- » Inexistencia de estudios de demanda e insuficiente integración de la información generada por el sector privado, sostenidos a lo largo del tiempo (discontinuidad).





# OPORTUNIDADES

## 1. EXPERIENCIA TURÍSTICA (PRODUCTO)

- » Integración de los Objetivos de Desarrollo Sustentable a la planificación y gestión del Gobierno provincial.
- » “Descarbonización” y sustentabilidad como diferencial del destino (a futuro).

## 2. RELACIÓN DEL SECTOR CON EL TURISTA

- » Aceleración de la incorporación de la comercialización online y la venta directa a los servicios turísticos.
- » Mayor facilidad para desarrollar un plan de comunicación online (sitio web, redes sociales, e-mail marketing, influencers).

## 3. GESTIÓN DEL IN.FUE.TUR. Y SU ARTICULACIÓN CON ACTORES CLAVE

- » Articulación de la gestión integrada y complementaria de las tres ciudades principales.
- » Sector privado parcialmente organizado en entidades empresariales.
- » Relación de trabajo con el Ministerio de Producción y Ambiente y la Secretaría de Planificación Estratégica que requiere ser potenciada para perfeccionar la gestión



# AMENAZAS

## 1. EXPERIENCIA TURÍSTICA (PRODUCTO)

- » La coexistencia entre los sectores turístico e industrial genera discusiones que marcan las tensiones entre el crecimiento económico y la conservación ambiental, dificultando la visualización de su integración en un contexto de desarrollo sostenible.

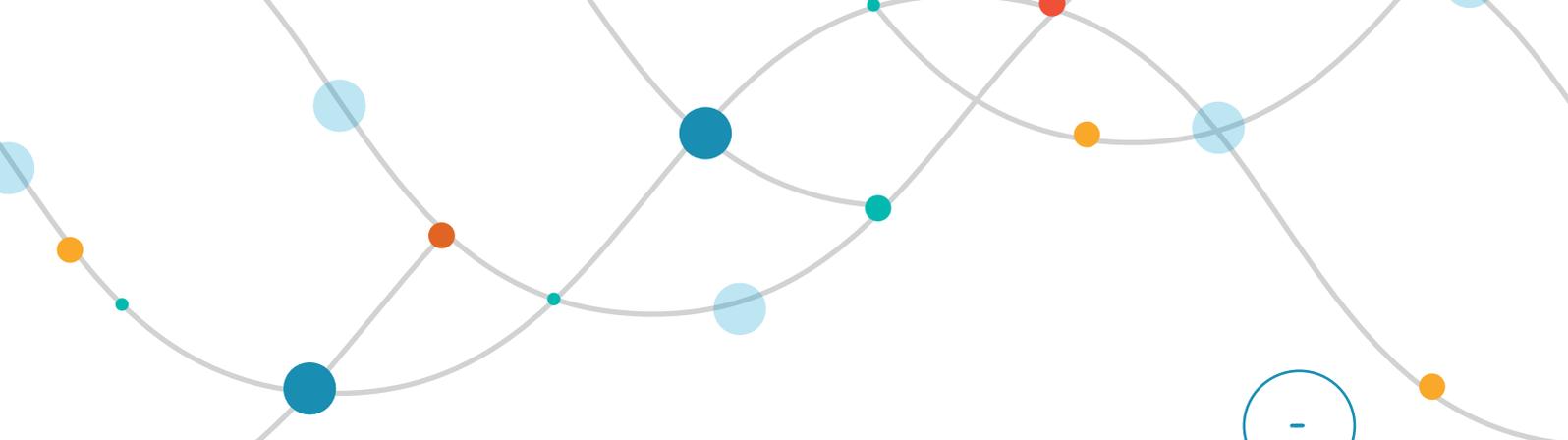
## 2. RELACIÓN DEL SECTOR CON EL TURISTA

- » El uso de redes sociales por parte de la población local concentra la demanda, afectando la capacidad de carga de sitios y recursos naturales, y promoviendo áreas de alta dificultad o con problemas de seguridad para el turista individual.

## 3. GESTIÓN DEL IN.FUE.TUR. Y SU ARTICULACIÓN CON ACTORES CLAVE

- » La planificación del desarrollo turístico se ve afectada por la inestabilidad de las operaciones aéreas (por ser un destino aerodependiente), la inestabilidad del tipo de cambio (por la incidencia del turismo internacional en el destino), las exigentes condiciones climáticas y la falta de interés en el desarrollo del turismo nacional y local.





ambiental y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

» Gestiones aisladas para el desarrollo turístico con otros organismos (IPIEC, UNTDF, CADIC-CONICET, CIECTI) que requieren mayor profundidad.

#### 4. COOPERACIÓN TRANSVERSAL

» Organización de productos binacionales con Chile y su respectiva promoción conjunta.

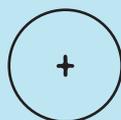
» Desarrollo de industrias y servicios de abastecimientos de los buques y cruceros que circulan por Ushuaia.

» Buena disposición entre organismos públicos y privados para impulsar iniciativas conjuntas.

» Relación cercana con instituciones académicas y de investigación presentes en la provincia, que requiere ser potenciada.

» Existencia de tierras y recursos fiscales provinciales (excepto en RGA).

» Mejora de la comunicación del Plan para promover la participación del sector privado.



#### 4. COOPERACIÓN TRANSVERSAL

» Chile representa una opción competitiva como puerta de entrada a la Antártida.

» Crecimiento urbano de Ushuaia sobre tierras de interés turístico para producción y conservación.

» Estabilidad y confiabilidad de Chile como competidor en la captación de inversiones.

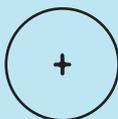
» Inestabilidad de las condiciones de promoción industrial de la Isla (debilidad resuelta durante el transcurso del proceso de planificación).

» Inestabilidad macroeconómica y fluctuaciones del tipo de cambio.



## 5. INTELIGENCIA TURÍSTICA

- » Adopción de las recomendaciones para el desarrollo de destinos turísticos inteligentes.
- » Utilización de nuevas tecnologías para la generación de datos estratégicos (tarjetas de crédito, compañías de telefonía móvil).
- » Articulación con el sector académico para acceder a información complementaria.
- » Desarrollo del proyecto "Armonización de las estadísticas de turismo provinciales" que garantiza el compromiso y vínculo de acompañamiento técnico en la especificidad de los tratamientos estadísticos, coordinado por la Dirección Nacional de Mercados y Estadística del MINTURDEP.



## 5. INTELIGENCIA TURÍSTICA

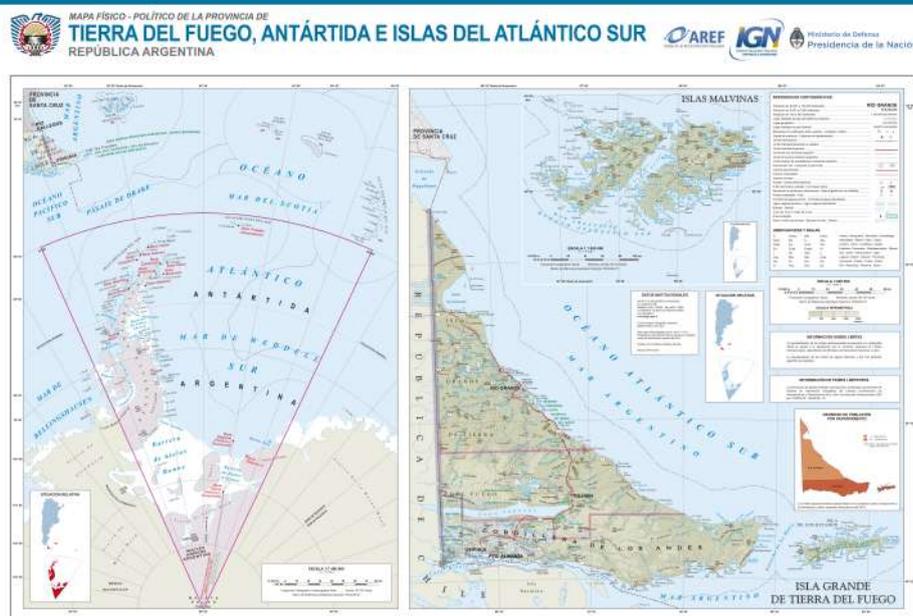
- » Pérdida de confianza de la gestión del IN.FUE.TUR.
- » Exclusión del sector rural por falta de acceso a nuevas tecnologías.



## Análisis regional:

Se realizó un análisis del estado de situación de cada región turística de la provincia (Norte: Río Grande, centro: Tolhuin y Sur: Ushuaia, Puerto Almanza, Punta Paraná y Antártida e Islas del Atlántico Sur). Este análisis también fue consensuado y validado por los actores clave locales en los talleres regionales participativos y en la mesa técnica de Antártida. A continuación, se presenta la caracterización de cada región analizada. También se detallan los slogans o frases que identifican cada destino elaboradas por los asistentes de los talleres, que reflejan la visión compartida y los conceptos identitarios que tienen para cada región.

Figura 2. Mapa de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur



Fuente: Instituto Geográfico Nacional (IGN)

## Región Norte (Río Grande)

Río Grande es un importante y diversificado enclave productivo, en el que las actividades vinculadas a la extracción y transporte del gas y petróleo coexisten con aquellas de tipo industrial que surgen y se consolidan alrededor del denominado Sub Régimen de Promoción Industrial iniciado en 1972. Esto la diferencia de otras ciudades de la región cuya base económica está vinculada, además, a la administración pública y/o el turismo, o actividades de producción primaria.

Se destaca la falta de acciones que pongan en valor el patrimonio histórico-cultural y natural de la ciudad. No existen políticas públicas que atiendan la conservación del patrimonio arquitectónico y, a causa de ello, la mayoría de los edificios históricos muestran muy malas condiciones edilicias. Las estancias que rodean Río Grande son uno de los aspectos históricos que se están poniendo en valor a través del impulso de recorridos turísticos organizados por los municipios de Río Grande y Tolhuin.

Este sector de la Costa Atlántica, aproximadamente 202 km de costa, es parte de una zona marina-costera protegida, de importancia ecológica para la conservación del recurso agua y gran relevancia internacional para aves playeras migratorias. El sector se incorporó al Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas mediante la sanción de la Ley Provincial N° 415 de creación de la "Reserva Costa Atlántica" (1998), que le asignó la categoría de Reserva Costera Natural. Desde 1992 constituye, además, un sitio de la Red Hemisférica para Aves Playeras y un humedal de importancia internacional declarado sitio RAMSAR (SAyDS, 2009).

Asimismo, la ciudad cuenta con un calendario variado de eventos y festividades, muchas de ellas relacionadas al ámbito deportivo y otras relacionadas con las tradiciones culturales de la ciudad. Los eventos se distribuyen a lo largo de todo el año y suman un total de 18 (información brindada por la Dirección de Turismo). De todos modos, se destaca que se trata de eventos de escasa promoción, con convocatoria mayormente a nivel local y regional, y que no se cuenta aún con ninguna fiesta posicionada como Fiesta Nacional. Como evento de reconocimiento nacional, Río Grande es la Capital Nacional de la Vigilia por Malvinas.

Pese a diferentes esfuerzos para potenciar el turismo receptivo vinculado a ofertas de servicios en estancias, excursiones de observación de aves u otro tipo de propuestas culturales/naturales no se ha podido consolidar como oferta turística. Es importante destacar en este

sentido la reducida cantidad de agencias receptoras en la zona norte, lo que podría condicionar o influir en la estabilidad y/o en la prestación.

El servicio turístico principal es el de alojamiento, afectado principalmente a clientes corporativos, relacionados al perfil industrial y de empresas petroleras y gasíferas, entre otras. La oferta de alojamiento de Río Grande, actualizada a octubre de 2021, engloba 17 establecimientos hoteleros y parahoteleros, sumando una disponibilidad diaria de 216 habitaciones y 491 plazas (información brindada por la Dirección de Servicios Turísticos del IN.FUE.TUR.).

En cuanto a la oferta de lodges de pesca deportiva, que se especializan en alojar y atender pescadores nacionales e internacionales, se encuentra constituida por un total de nueve establecimientos, la mayoría se encuentran diseminados en cercanías del río Grande y el río Menéndez.

Cuenta con el Aeropuerto Internacional Gobernador Ramón Trejo Noel, cuya frecuencia aérea de Aerolíneas Argentinas a la ciudad de Buenos Aires varía a lo largo del año. Asimismo, LADE ofrece conexiones a Río Gallegos. Durante octubre de 2021, el Aeropuerto Internacional de Río Grande contaba con 11 vuelos semanales que operaban las rutas anteriormente mencionadas.

La región posee un gran potencial como puerta de entrada del turismo nacional e internacional, considerando que cuenta con dos pasos fronterizos.

» **Paso San Sebastián:** une el Departamento Río Grande con las comunas Primavera, Porvenir y Timaukel de la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena. Es la única vía de comunicación terrestre/marítima con el resto del continente y, para acceder a la Isla Grande, se debe haber realizado los trámites migratorios en el paso próximo a la ciudad de Río Gallegos llamado "Paso Fronterizo Integración Austral" y realizar un cruce en ferry por territorio chileno que tiene una duración aproximada de 15 minutos.

» **Paso Internacional Bella Vista (Ex Paso Radman):** comunica el sector de Puerto Porvenir (Chile) con Río Grande (se encuentra a 85 km). Su habilitación es temporaria desde noviembre a marzo.

En determinadas épocas del año, principalmente fines de semanas largos e inicio de vacaciones, se registran extremas demoras para realizar el cruce por los pasos fronterizos, debido a la alta confluencia. Y en algunas ocasiones se han sumado conflictos gremiales u otros problemas que generaron cortes que no permitían el ingreso de pasajeros ni mercadería



a la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, Argentina.

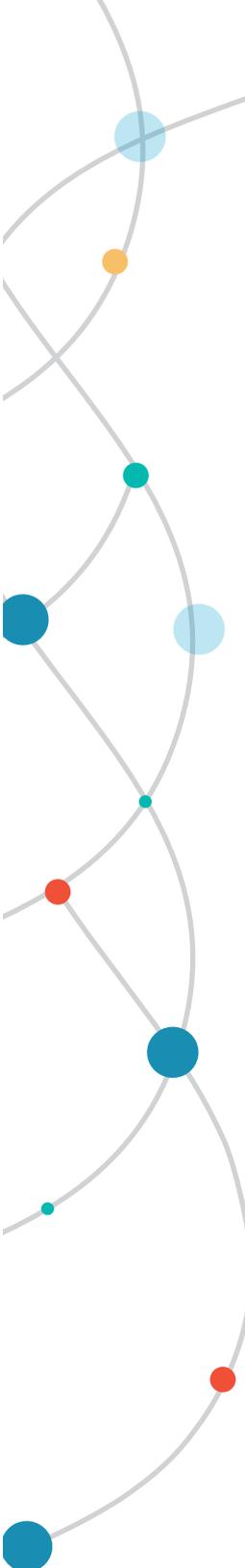
La ciudad cuenta con capacidad para actuar como cabecera de actividades de naturaleza, turismo aventura, observación de aves y pesca deportiva. Se organizan eventualmente actividades que son propuestas principalmente por el Municipio de la ciudad de Río Grande y de ONG's vinculadas la observación de aves, estando aún en una etapa incipiente que tiene posibilidades de fortalecerse si fuera apropiada también por las agencias de turismo locales, que suman un total de ocho, pero solo una de ellas brinda servicios de turismo receptivo de forma intermitente (solamente cuando tiene demanda, no cuenta con servicios regulares).

# Caracterización ambiental

En la tabla 2 se presenta un resumen de los principales aspectos ambientales identificados en esta región.

**Tabla 2.** Caracterización ambiental Región Norte (Río Grande)

CENTRO URBANO PRINCIPAL		Río Grande
ENERGÍAS RENOVABLES		Potencial energía eólica y mareomotriz (generación y uso).
AGUA Y SANEAMIENTO		Red de agua potable, la planta depuradora solo trata el 50% de los efluentes (en proyecto de construcción de otras dos plantas) de acuerdo al informe Plan de Acción del Centenario Río Grande Sostenible, 2021.
RESIDUOS		Relleno sanitario con cobertura del 100% de la población. No hay recolección diferenciada (planteado para cuando tengan planta de reciclaje). Lo que se separa se envía al continente.
MOVILIDAD		Fuerte dependencia del auto particular, hay transporte público, no hay combis turísticas, hay combis de transporte interurbano.
ACCESIBILIDAD		Casi inexistente, falta infraestructura.
PROBLEMÁTICA AMBIENTAL PRINCIPAL		Contaminación del agua -en especial costera- por vertido de aguas sin tratar.
ÁREAS PROTEGIDAS		Reserva Natural Urbana Punta Popper, dentro de la Reserva Costa Atlántica (municipal y sitio RAMSAR). Reserva Natural Urbana Laguna de los Patos (municipal).



## Conceptos identitarios de los actores locales:

- » Viento sin horizonte, el cielo rojizo y el día más largo en contacto con la inmensidad de la estepa.
- » Cordero orgánico gourmet en estancias fueguinas.
- » Desafiando el fanatismo motor en el fin del mundo.
- » Río Grande agreste.
- » Ciudad de los atardeceres eternos.
- » Portal del fin del mundo (pensado en consonancia con Ushuaia).
- » Río Grande: visita la puerta al fin del mundo.
- » Horizonte abierto del fin del mundo.
- » Comienzo del fin del mundo.
- » Ciudad de mar, estepa y tranquilidad.
- » Puerta de entrada al fin del mundo.
- » La estepa te espera y el viento te abraza.
- » Tierra de horizonte, pioneros y héroes.
- » Tierra de estepa fueguina.

Las ideas propuestas en los talleres regionales destacan la relación de la ciudad con el paisaje natural de estepa, la belleza de lo agreste y su riqueza histórica y cultural. Reflejan el interés de transmitir esos valores a los turistas e integrarse como destino complementario del "Fin del mundo".



## Región Centro (Tolhuin)

Esta región, encabezada por la ciudad de Tolhuin, que fue fundada en 1972, durante el Gobierno del Gral. Lanusse, por medio de la Ley Territorial N° 31. Está ubicada en el corazón de la actividad forestal primaria de la provincia. Posee una población de 3.004 habitantes según el Censo Nacional de Población del año 2010 (CNP-INDEC, 2010). En el año 2001, eran tan solo 1.382 habitantes, esto da cuenta del crecimiento exponencial de la ciudad. En el año 2012, la comuna adquirió su categoría de Municipio, teniendo en cuenta los datos arrojados por el CNP-INDEC del año 2010.

Según un estudio realizado por Mónica Díaz, en el año 2014, la economía de la localidad de Tolhuin se basa tradicionalmente en la producción maderera, incorporándose actualmente y de modo muy dinámico, la extracción de turba y turística; con 42% de empleo en la actividad privada; 32% actividad estatal y un 26% de subocupados (ocupados por causas involuntarias durante un lapso reducido) y desocupados.

El mismo equipo de trabajo realizó una caracterización de los usos del suelo existentes a nivel provincial. Para la zona de cordillera y en lo que respecta a sus valles interiores, describe los siguientes usos existentes y pautados:

- » Servicios y oferta turística y gastronómica. Usos puntuales de residencia no permanente.
- » Para el perillago del Fagnano: explotación forestal, aserraderos, turba, ganadería, horticultura, circuitos turísticos, usos urbanos y residenciales no permanentes.  
Con relación a estas actividades describen como alertas detectadas:
  - » Ausencia de un plan de desarrollo urbano-ambiental para Tolhuin.
  - » Dificultad de los actores locales para establecer acuerdos.
  - » Abigeato.

Las actividades turísticas se dan de forma incipiente en la margen sur del Lago Fagnano y relacionadas con el municipio de Tolhuin, aunque de manera más informal y con escasa organización. Este ofrece arroyos, ríos y lagos acompañados de paisajes únicos y especiales para el desarrollo de la pesca deportiva.

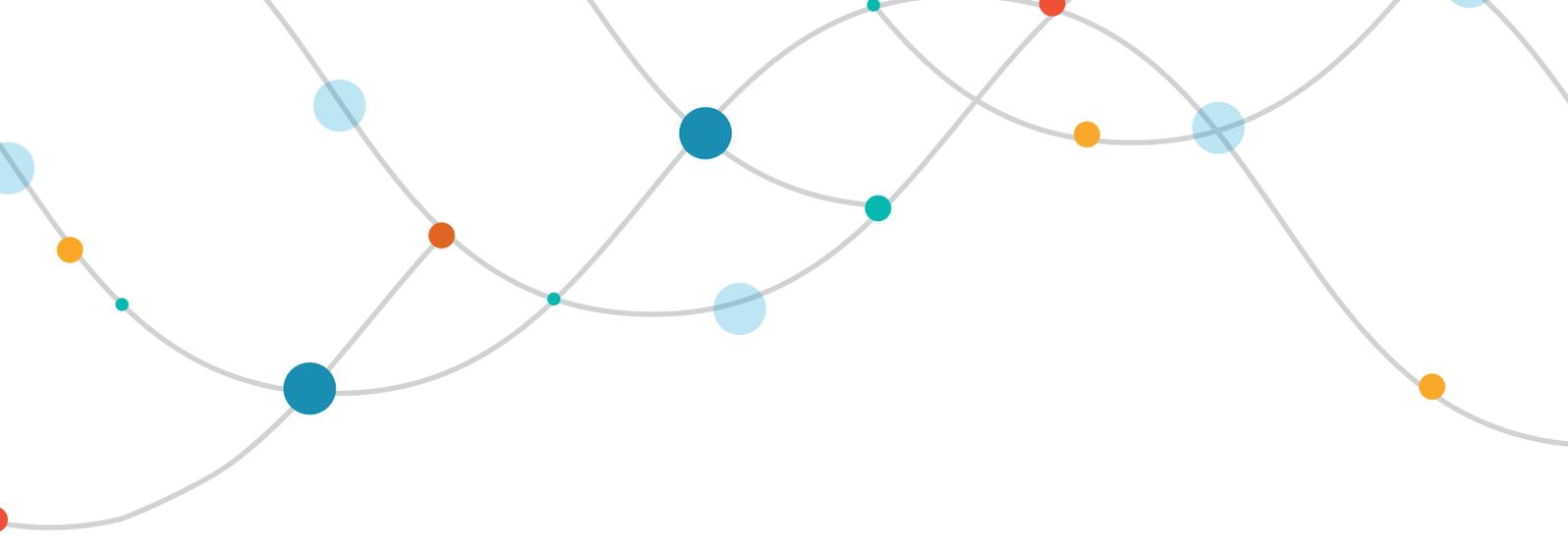
Otro de los valores a destacar de la zona próxima a Tolhuin es que se encuentra

rodeado de las siguientes Áreas Naturales Protegidas Provinciales:

» **Reserva Laguna Negra:** posee una superficie de 1.204 hectáreas, ubicada sobre la margen noreste del Lago Fagnano que constituye su límite sur. La reserva es apta para el uso forestal sustentable, ya que comprende masas de "bosque productivo", perteneciente a la cuenca del Lago Fagnano. Sin embargo, el desarrollo de la actividad turístico-recreativa es priorizado en la declaración de la reserva como tal. El área cuenta con un sendero interpretativo "Paisaje en movimiento", con cartelería informativa que indica los cambios naturales que han actuado sobre este paisaje. Todo este sector posee un importante potencial para el turismo geoambiental, según lo indican Schwarz, Coronato y Acevedo (2013), al igual que la reserva Río Valdez, donde se encuentra el frente norte de la placa de Scotia, representada solo en este sector de Argentina. Por su cercanía a la ciudad de Tolhuin, constituye un ambiente natural que brinda a la sociedad y, principalmente a sus habitantes, un espacio recreativo importante.

» **Reserva Río Valdez:** posee una superficie de 2.343 hectáreas, presenta una gran cantidad de caminos producto de la actividad forestal realizada antes de su creación y un tramo de la antigua traza de la Ruta Nacional N° 3, que forma parte de un camino costero que permite apreciar la inmensidad del paisaje en la margen sur del Lago Fagnano. La reserva cuenta con dos cuerpos de agua: Laguna del Indio y un sector de la Laguna Aguas Blancas, laguna de origen glaciar, rodeada de ambiente de turberas. Ambas lagunas son utilizadas por la comunidad para realizar actividades recreativas y de apreciación del paisaje. Junto al camino de acceso a la Laguna Aguas Blancas, se ubican las parcelas demostrativas de ensayos de manejo forestal de Mutarelli, donde se puede observar cómo ha evolucionado un sector del bosque sometido a diferentes tratamientos silviculturales. Estas parcelas poseen un alto valor desde el punto de vista educativo.

» **Reserva Corazón de la Isla:** el ingreso se encuentra a 80 km de la ciudad de Tolhuin, siendo el núcleo urbano más próximo a la reserva. Integra el Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas de la provincia. Constituye una superficie aproximada a las 100.000 ha, siendo el área protegida más extensa de la Isla Grande de Tierra del Fuego, República Argentina. Ocupa tierras de propiedad fiscal ubicadas al norte del Lago Fagnano, contiguas a la porción septentrional del Parque Nacional Tierra del Fuego, con el que conforma un área de conservación que funciona como un importante corredor ecológico.



Con respecto a la actividad turística, por el momento, el municipio ha ido desarrollando un esquema espontáneo, orientado básicamente al turismo interno, recibiendo visitantes fundamentalmente de Río Grande y de Ushuaia. Es el lugar elegido por los residentes de la provincia para visitar y descansar, como así también por el turismo de paso de la gente que llega a Ushuaia en auto desde Patagonia norte.

La zona presenta un déficit de mantenimiento de infraestructura vial que dificulta el acceso a los recursos turísticos durante parte del año. Y desde los emprendimientos existentes se indica que no se logra cubrir la demanda de personal capacitado necesario para la adecuada prestación de los servicios turísticos.

Por un lado, actualmente existen pocos operadores turísticos y agencias que trabajen en el desarrollo de posibles alternativas de circuitos y propuestas, son en su mayoría de la ciudad de Ushuaia y realizan excursiones por el día. Por otro lado, resulta importante trabajar en la articulación de los privados con el sector público, a fin de generar acciones que potencien esta actividad.

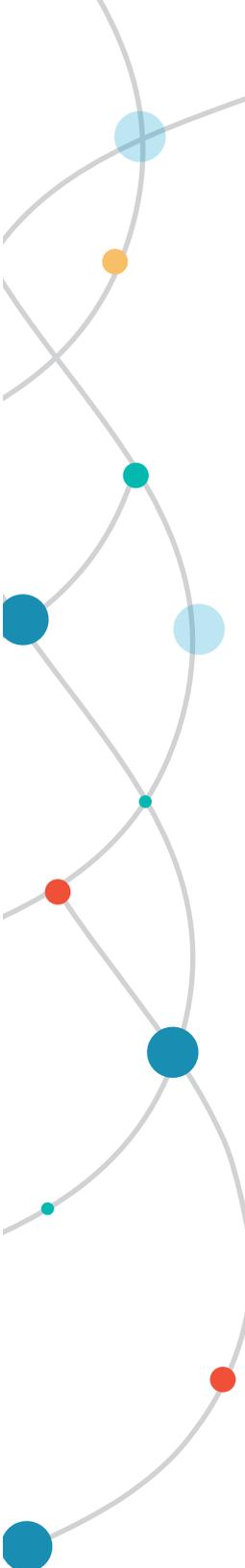
Otra situación preocupante es la infraestructura de base, la que resulta limitada, y requiere principalmente la mejora y ampliación de la red de agua potable y cloacas. A su vez, la conectividad interprovincial y las comunicaciones de celulares y wi-fi son deficientes y, en algunos lugares, inexistentes.

# Caracterización ambiental

En la tabla 3 se presenta un resumen de los principales aspectos ambientales identificados en esta región.

**Tabla 3.** Caracterización ambiental Región Centro (Tolhuin)

CENTRO URBANO PRINCIPAL		Tolhuin
ENERGÍAS RENOVABLES		Potencial biomasa (generación y uso).
AGUA Y SANEAMIENTO		Red de agua potable (no cubre el 100%) y no hay red cloacal. Contaminación del Lago Fagnano.
RESIDUOS		No hay recolección diferenciada. Basural a cielo abierto.
MOVILIDAD		Fuerte dependencia del auto particular, (no hay transporte público).
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL		Inexistente, falta infraestructura.
PROBLEMÁTICA AMBIENTAL PRINCIPAL		Falta de servicios públicos (todos).
RESERVAS DE USOS MÚLTIPLES PROVINCIALES		Corazón de la Isla Río Valdez Laguna Negra



## Conceptos identitarios de los actores locales:

- » Descubrir, hallazgo, lo auténtico, lo natural.
- » Naturalmente Tolhuin, todo por descubrir.
- » Descubrí Tolhuin todo el año.
- » Auténticamente Tolhuin.
- » Tolhuin, naturaleza que late.
- » La identidad se construye y permite desarrollar elementos nuevos que surgen de la vinculación con lo actual.
- » Tolhuin, un mundo por descubrir.
- » Tolhuin, un día distinto a la vez.

Las ideas propuestas en los talleres regionales destacan los atractivos naturales, la diversidad y la posibilidad de realizar actividades durante todo el año. Es un destino auténtico y con mucho por descubrir.



## Región Sur (Ushuaia)

La ciudad de Ushuaia, como capital de la provincia, posee una dinámica económica en la que coexisten principalmente los sectores administrativo, turístico e industrial.

Como polo de desarrollo industrial y de servicios, Ushuaia necesita profundizar la generación de economías de aglomeración, entendidas como concentración de capacidades técnicas, logísticas y de producción de bienes y servicios, en el entramado de empresas presentes en el territorio. Tal vez abocarse a cuestiones básicas como la disponibilidad y costo competitivo de la energía, el gas y los servicios sanitarios esenciales, la organización funcional y logística de los sistemas de distribución y almacenamiento de cargas, el mejoramiento de las capacidades de conectividad virtual, la integración y articulación de la educación y la investigación científica con este perfil productivo de la ciudad, la identificación y promoción de innovaciones tecnológicas y de gestión empresarial para nuevas actividades o para optimizar las existentes.

En materia netamente turística, tiene una oferta concentrada en menos productos/recursos, frente a las posibilidades que ofrece el destino, que generan congestión de vehículos y de personas en temporada alta. Posee altos costos de servicios para atender la demanda nacional. El puerto de Ushuaia necesita optimizar sus servicios y desarrollar una oferta más competitiva respecto de los puertos de la región, para mantener su posicionamiento como la principal puerta de entrada al Continente Antártico, vía marítima. La facilitación administrativa-burocrática juega un papel fundamental en esta cuestión, junto con el manejo responsable de los residuos provenientes de las embarcaciones turísticas.

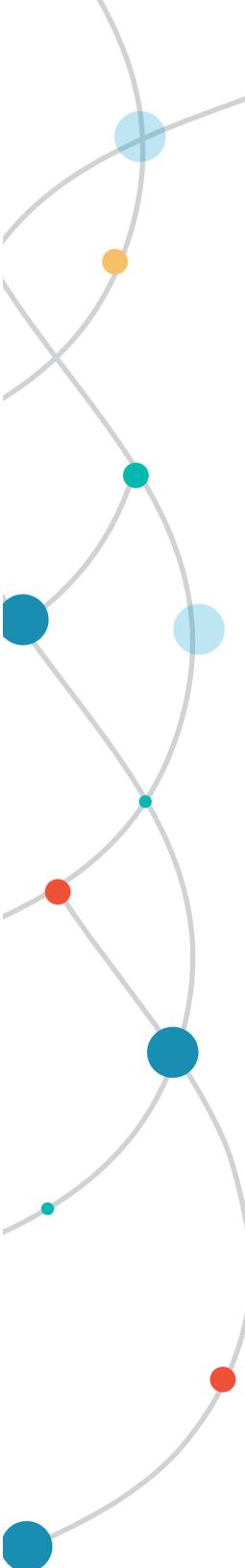
Sin dudas, ser la ciudad del Fin del Mundo resulta atractivo para el turismo internacional que, junto con la combinación irreplicable de recursos turísticos, la convierte en un destino altamente irresistible para el turismo tradicional y de aventura, de naturaleza y de cruceros. Los sitios turísticos más destacados del destino incluyen El Centro de esquí Cerro Castor para el turismo de invierno, la Reserva Natural y Paisajística de Tierra Mayor y el Glaciar Martial (Área Natural Protegida L. Martial), el canal Beagle y el Parque Nacional Tierra del Fuego, los que se pueden disfrutar todo el año. Contando además con un gran potencial para el segmento de congresos y convenciones.

# Caracterización ambiental

En la tabla 4 se presenta un resumen de los principales aspectos ambientales identificados en esta región.

**Tabla 4.** Caracterización ambiental Región Sur (Ushuaia)

CENTRO URBANO PRINCIPAL		Ushuaia
ENERGÍAS RENOVABLES		Potencial biomasa (uso).
AGUA Y SANEAMIENTO		Redes de agua potable y cloacal no cubren el 100%. Las situaciones más deficitarias se encuentran en el borde norte de la ciudad, en los barrios que se fueron extendiendo en las cotas más altas y en la zona del Valle de Andorra.
RESIDUOS		No hay recolección diferenciada (solo algunos puntos de acopio en la ciudad para que las personas voluntariamente separen allí los materiales reciclables), no hay planta de reciclaje, el relleno sanitario no se percibe con un buen manejo, parte de lo que se separa se envía al continente.
MOVILIDAD		Alta dependencia del auto particular, hay transporte público (buses), hay presencia de combis para transporte de turistas. Hay combis de transporte interurbano.
ACCESIBILIDAD		Escasa (solo algunos alojamientos y servicios turísticos certificados con Directrices de Accesibilidad). Ordenanza N° 3.005 Accesibilidad.
PROBLEMÁTICA AMBIENTAL PRINCIPAL		Gestión de residuos. Basural.
ÁREAS PROTEGIDAS		Parque Nacional Tierra del Fuego Reserva Provincial Natural y Paisajística del Valle de Tierra Mayor Área Natural Protegida Provincial L. Martial Reserva Provincial Cultural - Natural Playa Larga Reserva Natural Urbana Bahía Encerrada Reserva Recreativa Natural Laguna del Diablo (Creada por Ley Provincial, actualmente declarada reserva urbana) Reserva Natural Urbana Barrio Ecológico Reserva Natural Privada Cerro Alarkén



## Conceptos identitarios de los actores locales:

Durante los talleres regionales, se validó que los actores locales tienen una visión muy clara de los atractivos turísticos de su destino, con diversidad de oferta para el turismo tradicional, de naturaleza, de cruceros y de eventos. La coexistencia entre los sectores turístico e industrial ha generado discusiones en las que prevalecen las tensiones entre el crecimiento económico y la conservación ambiental, por lo que resulta aún difícil visualizar su integración hacia un desarrollo sostenible. Específicamente para el turismo, existe el dilema, en Ushuaia y en toda la provincia, entre la preservación de los atractivos y su destrucción o banalización, que debe ser abordado por el proceso de planificación.



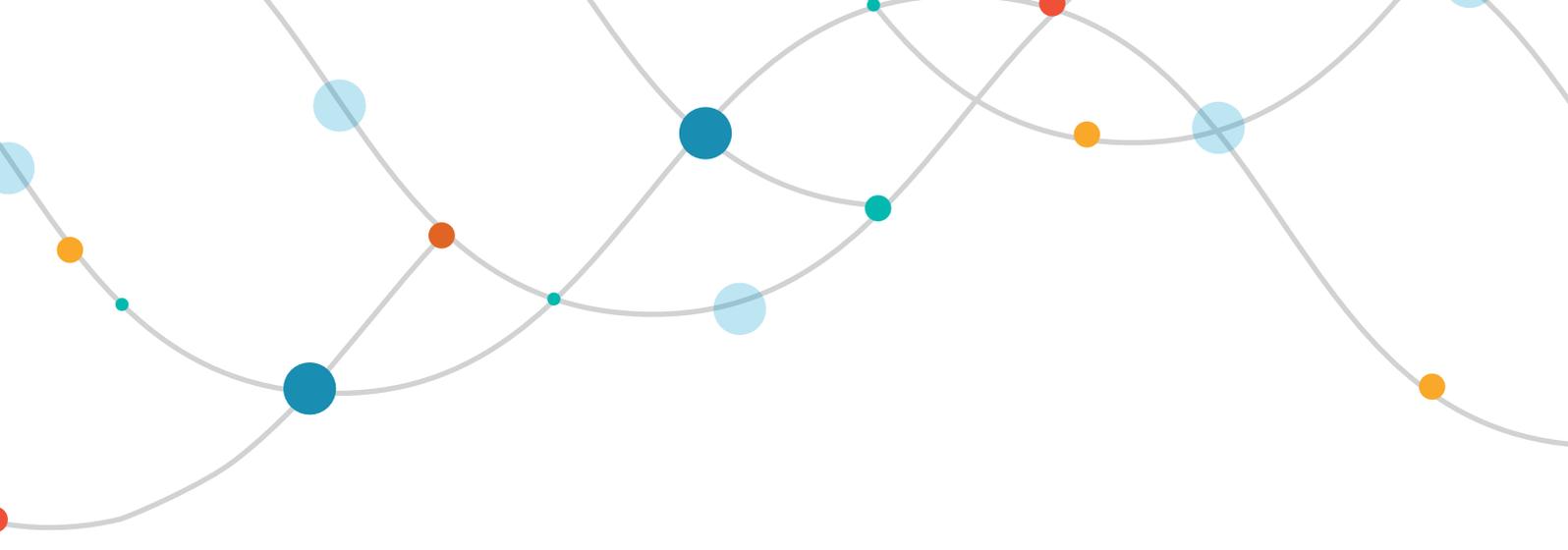
## Región Sur (Puerto Almanza / Punta Paraná)

Almanza es un asentamiento poblacional creado a orillas del Canal Beagle por Ley Territorial N° 308 del año 1987 con el objeto de generar un polo de desarrollo vinculado con la cría de peces, moluscos, bivalvos y el cultivo en invernaderos de especies hortícolas para el consumo local. Se encuentra a escasos 40 km al este de Ushuaia, en línea recta, sobre la Ruta Provincial N° 30, la que comienza al este de Ushuaia, en la Reserva Natural y Cultural Playa Larga (Ley Provincial N° 384) y continúa hasta Baliza Escarpados, pero luego se ve interrumpida su construcción a lo largo de 20 km y tiene continuidad desde el sector de Punta Paraná, próximo a Puerto Almanza, las rutas complementarias K y J dan continuidad hasta Estancia Moat, corre de manera paralela al Canal Beagle. Al no estar finalizada la construcción de la ruta por la costa, para acceder se debe transitar por la Ruta Nacional N° 3 y luego por la Ruta Complementaria Nacional J con un recorrido aproximado de 75 km. Siendo gran parte del recorrido por camino de ripio.

La única calle abierta es la ruta que atraviesa de este a oeste el área de estudio. Una parte pertenece a la Ruta Complementaria Nacional K y otra a la Ruta Provincial N° 30.

A 10 km hacia el este de Puerto Almanza se puede visitar la histórica Estancia Harberton, la primera de Tierra del Fuego. Hacia el oeste, a unos 15 km se ubica la Estancia Remolino en donde se pueden observar importantes yacimientos arqueológicos. Existen también opciones de trekking y caminatas por la zona, que se abrieron espontáneamente: en el sector de Ruta J: Laguna Victoria y Cerro Cornú, la cascada del río Lasifashaj (Ea. Harberton), sendero de Lucas Bridges u Ona (Ea. Harberton - Aguas Blancas en la Reserva Río Valdez), o la Cascada del Duende, (Punta Paraná), entre los que actualmente están siendo utilizados por usuarios y empresas turísticas. También cuenta con puntos panorámicos de alto valor, entre ellos Bahía Brown. Otras excursiones incluyen la Isla Gable y la Pingüinera de Isla Martillo (Ea. Harberton).

El desarrollo como potencial polo gastronómico-turístico tanto de Puerto Almanza como de Punta Paraná surge de un proceso coordinado por el INTA para la creación de la Ruta de la Centolla (ruta agroalimentaria), actualmente presenta un crecimiento poco planificado y no formalizado como "ruta gastronómica". Cabe destacar que, aunque la centolla dio origen a



este circuito, debido a la sobreexplotación hoy es un recurso amenazado porque las tasas de captura superan los períodos de reproducción y crecimiento (de acuerdo con información de investigadores del INTA y CADIC-CONICET).

Si bien la Ley Territorial N° 308/1987 de creación del Asentamiento urbano "Almanza" prevé la conformación de una Comisión de Fomento, la organización de la población aún se realiza a través de una "Comisión de Puerto Almanza y Punta Paraná", la que se encuentra solicitando al Gobierno provincial atender al cambio de figura de representación para tener mayor poder de decisión en su territorio.

No posee red de agua potable ni cloacas y las comunicaciones y la conectividad a internet son insuficientes. Además, Punta Paraná tampoco cuenta con electricidad. Su oferta de alojamiento no se encuentra formalizada, los prestadores locales actuales o potenciales tienen dificultades para regularizar la tenencia de las tierras. Su acceso es dificultoso especialmente en temporada invernal.

La construcción de la Ruta N° 30 permitiría otra vía de conexión con la ciudad de Ushuaia, pero los trabajos fueron suspendidos debido a las irregularidades del Estudio Impacto Ambiental, lo que genera incertidumbre para los pobladores de esas localidades, habiendo opiniones encontradas con respecto al impacto y beneficios que la ruta podría generar en la población.

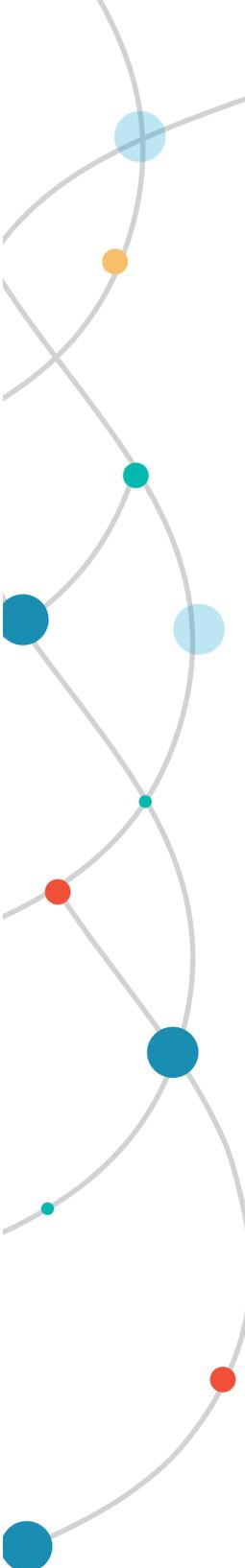
En la zona conviven la producción con el turismo de forma armónica y complementaria. Representa una oportunidad de diversificación de la oferta de Ushuaia y la posibilidad de convertirse en un modelo de destino turístico sustentable si se implementa un proceso de planificación y gestión coordinado.

# Caracterización ambiental

En la tabla tabla 5 se presenta un resumen de los principales aspectos ambientales identificados en esta región.

**Tabla 5.** Caracterización ambiental Región Sur (Puerto Almanza / Punta Paraná)

CENTRO URBANO PRINCIPAL		Puerto Almanza
ENERGÍAS RENOVABLES		Potencial biomasa (uso).
AGUA Y SANEAMIENTO		No hay redes de agua y saneamiento, en proyecto instalación.
RESIDUOS		Sin recolección.
MOVILIDAD		Dependencia del auto particular. No hay transporte público ni combis de turismo, solo excursiones.
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL		Inexistente, falta infraestructura.
PROBLEMÁTICA AMBIENTAL PRINCIPAL		Falta de redes de agua y saneamiento.
AREAS PROTEGIDAS		Reserva Natural Privada Estancia Harberton (monumento histórico nacional).



## Conceptos identitarios de los actores locales:

- » Más allá del Fin del Mundo.
- » Centro geográfico de la Argentina (si se incluye a la Antártida).
- » Ruta de la Centolla.
- » Escala artesanal.
- » Mantener la idiosincrasia original a través de la cultura pesquera tradicional.
- » Ecoturismo.

Durante los talleres regionales los actores locales definieron una visión del destino que conserve sus tradiciones y actividades productivas, con desarrollo del turismo de baja escala y que les permita desarrollarse de manera sustentable.



# Región Antártida e Islas del Atlántico Sur

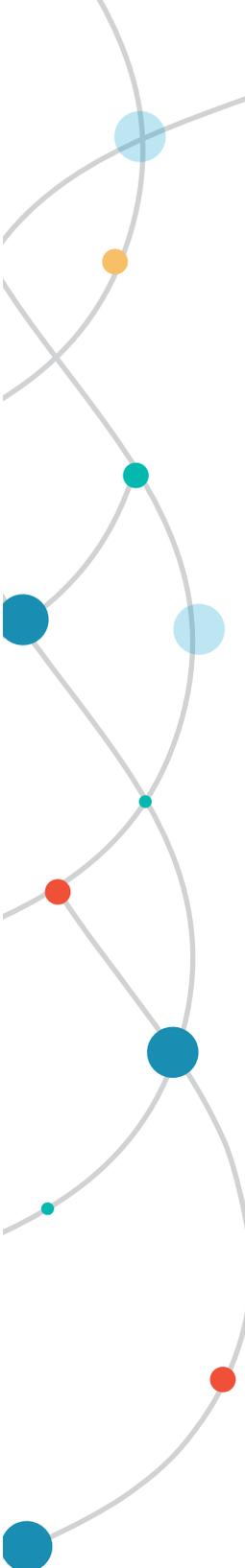
El Sector Antártico Argentino forma parte del territorio de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (Ley N° 23.775), aunque está sujeto al régimen del Tratado Antártico firmado en 1959 y a todos sus protocolos, así como también al Protocolo de Madrid. En aquel momento, siete de los doce signatarios originarios del Tratado, incluida la Argentina, sostenían reclamos de soberanía en distintos sectores de la Antártida.

El Artículo IV del Tratado contiene una salvaguarda de las reivindicaciones de soberanía respecto de la Antártida, así como de sus fundamentos. La Argentina es Parte Consultiva del Tratado Antártico desde su entrada en vigor en 1961. Dentro del Sector Antártico Argentino, nuestro país administra trece bases o estaciones, de las cuales seis son permanentes (operativas todo el año) y el resto, temporarias (operativas sólo en verano).

Ushuaia (54 o 48' S – 68 o -19' O) se posiciona como la ciudad más próxima a la Península Antártica, separada por tan solo 1.000 km de distancia de esta. Situación que le proporciona una ventaja geográfica estratégica respecto de las otras puertas de entrada que, sumado a su puerto natural de aguas profundas, infraestructura, logística y servicios de apoyo, la sitúan como una de las principales puertas de entrada a la Antártida.

El término "puerta de entrada a la Antártida" deriva de "Estados de entrada" que se refiere a los países ubicados en el hemisferio sur, tiene su origen en la Conferencia de Washington que creó el Tratado Antártico en 1959 (Guyer, 2006). La ciudad de Punta Arenas ( 53 o08' S- 70 o 55' O) en Chile es la otra puerta de entrada que se ubica en Sudamérica a 1.500 km. Otras ciudades del hemisferio sur también fueron declaradas puertas de entrada, entre ellas se encuentran: Hobart (42 o 54' S – 147 o 18' E) en Australia; Christchurch (44o33'S - 172o4'E) en Nueva Zelanda y Ciudad del Cabo (33 o 54' S – 18 o 24' E) en Sudáfrica; por su proximidad, la primera de ellas resulta una





competencia a nivel regional (Vereda, 2008:3).

Según datos del Informe Estadístico de Cruceros 2019-20 del IN.FUE.TUR., el puerto de Ushuaia es utilizado como puerto base para sus operaciones, transitando por él aproximadamente un 90% del tránsito marítimo mundial de cruceros antárticos. Este posicionamiento se debe a la conjunción de las distintas dimensiones (natural, histórica y simbólica) que confluyen en Tierra del Fuego y Antártida, las cuales continúan potenciándose para el surgimiento de nuevas prácticas turísticas que consolidan a Ushuaia como "antesala" de la experiencia turística antártica (Vereda, 2008), lo que requerirá el desarrollo de una oferta complementaria al viaje antártico en Ushuaia y el resto del territorio provincial.

Según indican Mariana Morgavi, Carolina Cohen y Marisol Vereda, el turismo antártico de cruceros requiere de ciudades-puerto ubicadas estratégicamente, que les permita a las operadoras turísticas (principalmente domiciliadas en el hemisferio norte), desarrollar sus operaciones a lo largo de cada temporada turística. Se visualiza desde hace más de 20 años la oportunidad de posicionar a Tierra del Fuego como plataforma operativa, logística, académica, científica y educativa, en el marco de lo dispuesto por la Constitución Provincial, las leyes provinciales, e incluso por el Decreto Nacional N° 2.316/903.

En este sentido, Ushuaia es la ciudad que capitaliza estos beneficios dada la creciente actividad que desarrolla la comunidad nacional e internacional en el cuadrante sudamericano del continente antártico, la que debe responder a la demanda del desarrollo de servicios y recursos humanos para proveer a los buques y cruceros.

Cabe señalar que en la provincia se encuentra la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, cuyo Instituto de Desarrollo Económico e Innovación (IDEI) posee, entre sus carreras, la Tecnicatura y la Licenciatura en Turismo, en las que se trabajan cuestiones vinculadas al espacio antártico; así como el Instituto de Ciencias Polares, Ambiente y Recursos Naturales (ICPA), que cuenta con Licenciaturas en Biología, Ciencias Ambientales y Geología, las que también abarcan esta temática. En este mismo sentido, se destaca que durante el último año se incorporó a la oferta académica la Maestría en Estudios Antárticos, que brinda una formación actualizada en aspectos históricos, políticos, ambientales, científico-educativos y logísticos de la problemática



ca antártica, y que posibilita la capacitación de los recursos humanos locales generando nuevas oportunidades para la innovación y desarrollo de proyectos públicos y privados vinculados a la temática.

Entre otras situaciones que influyen favorablemente para la elección de operar desde el puerto de Ushuaia se destacan la oferta de bienes y servicios, que es mayor en la región, sobre todo en infraestructura contando con diversidad y capacidad hotelera, así como su aeropuerto internacional y empresas marítimas con experiencia en abastecimiento y logística.

Sin embargo, se presentan las siguientes situaciones con respecto a la identidad fueguina y su vínculo con la Antártida Argentina:

- » Déficit en la valoración de la población en general del potencial antártico.
- » Déficit en la valoración y desconocimiento del rol de nuestro país con respecto a las actividades que realizan referidas a la Antártida.
- » Inexistencia de un proyecto integral de formación curricular en temas antárticos en los distintos niveles de la educación fueguina.

Y con respecto al turismo antártico en particular, las situaciones desfavorables que se observan son:

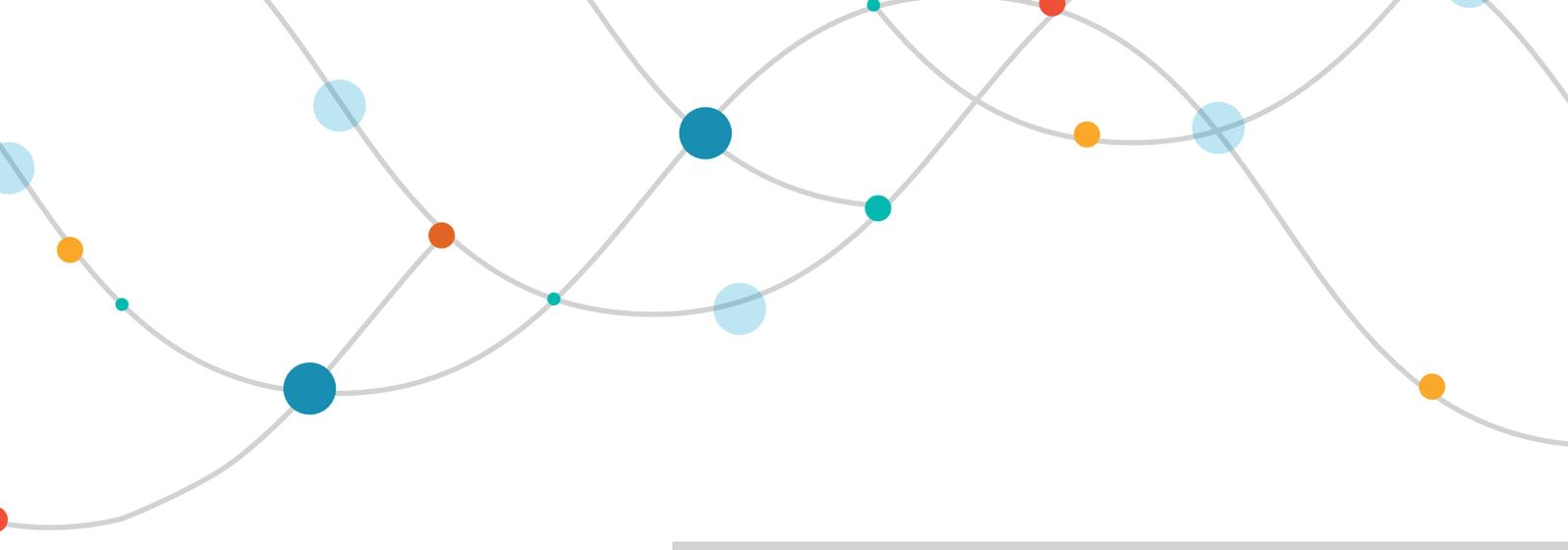
- » Solicitud permanente de mejora en la calidad de los servicios directos e indirectos (abastecimiento, mecánica, residuos, salud, servicios consulares, etc.).
- » Déficit en la especialización y aplicación de estándares de calidad en la producción de bienes y servicios para el abastecimiento de las embarcaciones.
- » Ausencia de un centro de visitantes antárticos, circuitos o espacios que permitan vincular la historia, la ciencia, la naturaleza, etc. que conectan a la Isla de Tierra del Fuego con el continente blanco.

# Caracterización ambiental

En la tabla 6 se presenta un resumen de los principales aspectos ambientales identificados en esta región.

**Tabla 6.** Caracterización ambiental área de influencia turismo antártico (Región Antártida e Islas del Atlántico Sur)

CENTRO URBANO PRINCIPAL		Ushuaia (puerta de entrada).
ENERGÍAS RENOVABLES		-
AGUA Y SANEAMIENTO		-
RESIDUOS		Separación de residuos en cruceros, que luego se disponen sin segregar en Ushuaia (debido a normativa de Senasa).
MOVILIDAD		Cruceros
ACCESIBILIDAD		S/D
PROBLEMÁTICA		Riesgo de introducción de especies no nativas y riesgo de afectación de ecosistemas por el tránsito de personas y/o generación de residuos.
AREAS PROTEGIDAS		Todo el continente es una gran reserva natural protegida, pero el Tratado Antártico establece que algunas áreas requieren una protección adicional, por lo que se encuentran tres tipos: <ul style="list-style-type: none"><li>- Zonas Antárticas Especialmente Protegidas (ZAEP): sectores terrestres o marinos con valores naturales o científicos excepcionales, en los que se encuentra restringido el acceso humano.</li><li>- Zonas Antárticas Especialmente Administradas (ZAEA): zonas donde se ordenan diferentes actividades que confluyen en un mismo espacio (ejemplo, actividades logísticas y turísticas, como la Isla Decepción).</li><li>- Sitios y Monumentos Históricos (SMH): sitios históricos más valiosos de la Antártida.</li></ul>



En el siguiente link se puede acceder al listado completo de las áreas protegidas: [www.ats.aq/devph/es/apa-database](http://www.ats.aq/devph/es/apa-database)

Otras áreas protegidas que se encuentran en el área marítima de influencia del turismo de cruceros antárticos son:

- » Reserva Provincial Ecológica, Histórica y Turística, Isla de los Estados, Isla de Año Nuevo e islotes adyacentes.
- » Área marina protegida Namuncurá-Banco Burdwood (nacional).

## 3.2 Turismo antártico

El marco legal que regula todas las actividades gubernamentales y no gubernamentales es el Tratado Antártico, firmado en 1959 por 12 países signatarios, entre ellos Argentina, y que entró en vigor en junio de 1961. El tratado aboga por el uso pacífico y no militarizado de este territorio y promueve las actividades científicas. Considera las actividades turísticas como actividades no gubernamentales permitidas. El tratado se compone, además, por los Protocolos, Convenciones y Recomendaciones que fueron firmados posteriormente y se denomina Sistema del Tratado Antártico.

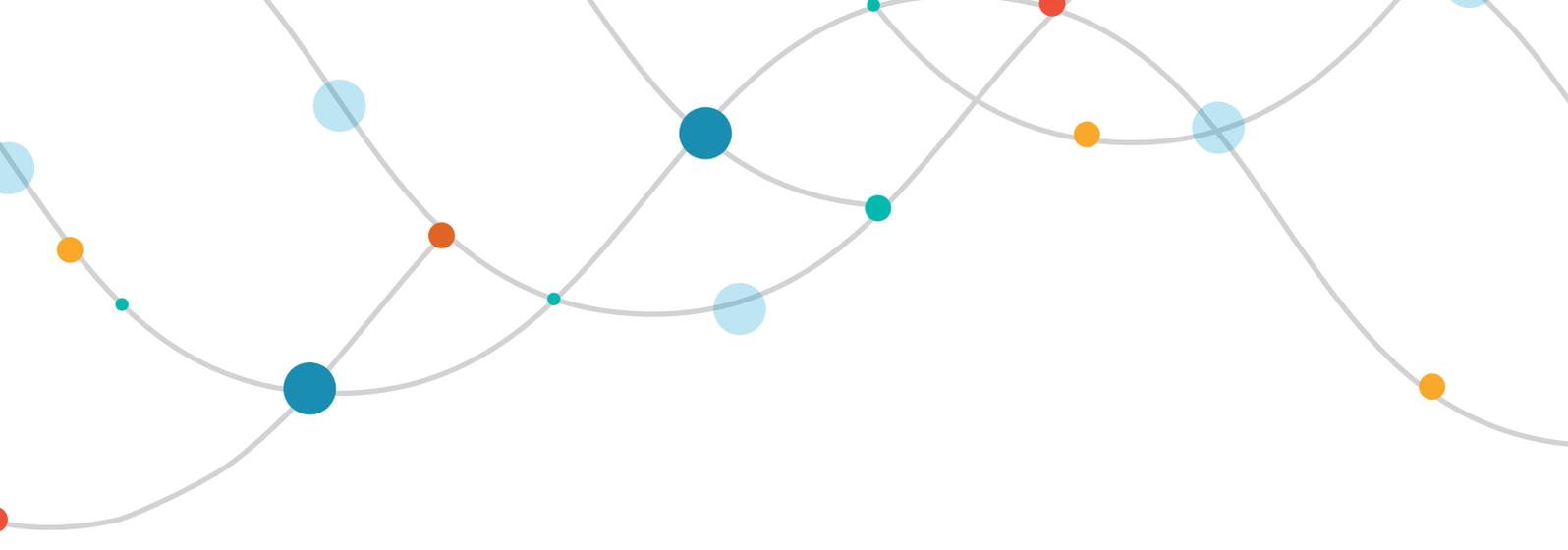
Argentina es sede permanente de la Secretaría del Tratado Antártico además de poseer voz y voto en las reuniones consultivas anuales que realizan los Estados miembros.

El tipo de turismo que se realiza en este continente es mayoritariamente de cruceros y se encuentra orientado a actividades de tipo expedición/aventura, en las que los visitantes realizan toda la estadía en el barco y solo desembarcan en botes tipo *zodiacs* y en lugares libres de hielo de fácil accesibilidad para realizar caminatas, visitar diferentes sitios de interés histórico, bases científicas, avistaje de avifauna y fauna marina, siempre dependiendo de las condiciones climáticas.

Desde Ushuaia se puede visitar la Antártida solamente por vía marítima, siendo esta la opción más popular entre los viajeros. La temporada de cruceros inicia en noviembre, cuando hay mayor cantidad de horas de luz solar y las condiciones meteorológicas son más benignas y acordes para la navegación en la zona; y culmina en marzo, cuando finaliza el verano.

## Comercialización y empresas de turismo antártico:

El inicio formal de la actividad turística comercial en la Antártida comenzó en el verano de 1958 cuando el transporte naval argentino "Les Eclaireurs" transportó por primera vez a turistas hacia el continente antártico.



Otro hito importante en los inicios del turismo antártico mencionado en Vereda, Jensen y Fontana (2019) se dio en enero de 1966. La empresa Lindblad Travel Inc., con asiento en Nueva York, junto con la agencia de turismo Astra de Buenos Aires, arrendaron al Comando de Transportes Navales el buque ARA Lapataia y organizaron el "Primer Viaje Internacional de Conocimiento Científico a la Antártida Argentina - enero de 1966" (Borten, 1974, p. 4).

Usualmente, la venta de los viajes es multicanal y se adquieren mediante agencias de viajes o directamente de los tour operadores. También es posible encontrar precios promocionales, como aquellos denominados "de último minuto".

En la actualidad, el turismo antártico se comercializa a través de diferentes tipos de empresas:

» Las que realizan cruceros de expedición. La mayoría de las operadoras turísticas son extranjeras y se encuentran en Estados Unidos, Canadá y Europa. Vale destacar que hay una sola empresa que fue fundada por empresarios argentinos y tiene asiento en Ushuaia (Antarpply Expeditions), que opera con un buque propio desde la temporada 2002/2003, el MV Ushuaia.

» También hay otros buques de gran porte que realizan algunos viajes a la Antártida, pero sin efectuar desembarcos.

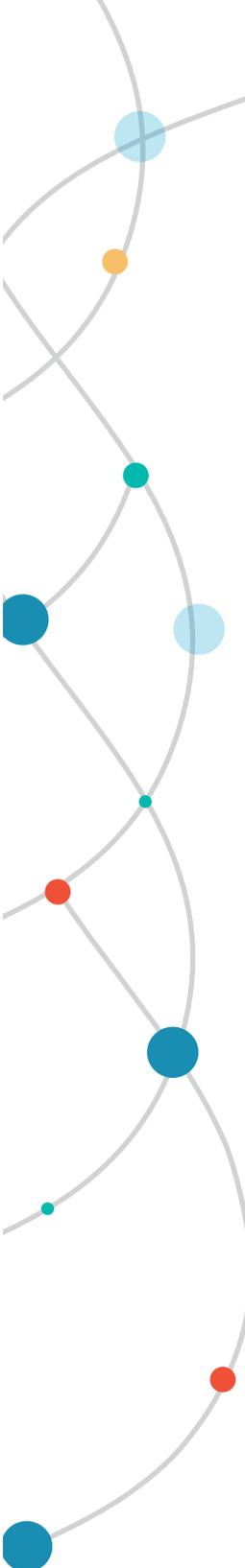
Algunas compañías ofrecen actividades extras no convencionales, como *kayaking*, buceo, *trekking*, campamentos, vuelos en helicóptero, *snorkel* y hasta surf de remo, entre otros.

Respecto de la nacionalidad de los pasajeros, las predominantes son Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Canadá, Australia y China.

## El viaje antártico:

Los itinerarios en Antártida varían en función de la cantidad de días, lugares a recorrer, tipo de embarcación y servicios ofrecidos, y cuentan con una duración promedio de entre diez y veinte días.

La mayoría de los programas de viaje comercializan principalmente la región de la Península Antártica y las Islas Shetland del Sur, y algunos itinerarios incluyen también las Islas Malvinas y Georgias del Sur.



Para llegar a la Península Antártica, los barcos deben atravesar el Pasaje de Drake, donde convergen el Océano Pacífico y el Océano Atlántico. El cruce demora unas 24 horas de ida, y es posible avistar aves como el albatros errante, albatros cabeza gris, albatros de ceja negra, el petrel damero, petrel plateado, petrel de las tormentas, petrel antártico y otros.

Entre los circuitos que realizan la mayoría de las compañías se encuentran:

» **El circuito clásico -Antártida Clásica-:** que tiene una duración de 10 a 12 días. Donde se visitan las Islas Shetland del Sur (como las Islas Decepción y 25 de Mayo) y en la Península lugares como el Estrecho de Gerlache, el Canal Neumayer y el Canal Lemaire son estrechos pasajes entre imponentes rocas y glaciares espectaculares, Isla Danco, Puerto Neko, Bahía Paraíso, y otros.

» **Antártida vía Malvinas y Georgias del Sur:** este itinerario es el segundo más elegido después del viaje clásico. Además de visitar la Península Antártica, ofrece la oportunidad de explorar los paisajes y la fauna de las Islas Malvinas y de las Islas Georgias del Sur, hogar del pingüino Rey. La duración de este viaje es más larga, con un promedio de entre 20 y 22 días.

» **Cruce del Círculo Polar Antártico:** otro circuito más abarcativo es el cruce del círculo polar antártico, que va más allá de la Península con una duración promedio de 14 a 15 días, los barcos navegan hasta cruzar el Círculo Polar Antártico, paralelo de latitud 66° 33° sur.

Uno de los lugares más interesantes es la visita a la Isla Decepción, que es una isla con forma de anillo que en realidad es la cima de un volcán, una caldera inundada. Está situada en las Islas Shetland del Sur, al norte de la Península Antártica. La Caldera tiene un diámetro de unos 15 kilómetros y tiene una entrada estrecha por un lado, los Fuelles de Neptuno. A través de este paso, los barcos pueden navegar hacia el interior del cráter inundado. Este volcán está todavía activo, y dentro de la caldera hay actividad geotermal. Allí se realizan desembarcos para caminar por la playa y visitar una antigua estación ballenera y, como consecuencia de la actividad geotermal, es posible darse un baño en los piletones de agua caliente que se pueden formar en la playa.



Figura 3: Mapa de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur bicontinental (Ley Nacional N° 26.651)



Fuente: Ministerio de Educación, Argentina

## 3.3 Perfil turístico y escenario actual

El perfil turístico del destino permite conocer las preferencias y expectativas de los visitantes, las cuales son datos fundamentales para mejorar la oferta de productos y servicios que impacten en la experiencia turística.

Las estadísticas estructurales disponibles para Tierra del Fuego provienen de diferentes organismos oficiales nacionales, provinciales y académicos. A nivel nacional, las fuentes de información son recopiladas por la Dirección Nacional de Mercados y Estadística (DNMyE) del MINTURDEP y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Asimismo, en el ámbito provincial, el Instituto Fuegoino de Turismo, la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, el Instituto Provincial de Análisis e Investigación, Estadística y Censos (IPIEC) y las secretarías y/o direcciones de turismo municipales cuentan con datos anuales y disponibles hasta 2019. A partir del 2020, algunos de los operativos y series se han visto afectados como consecuencia de la pandemia del Covid-19.

Por un lado, a partir del análisis de los datos que se presentan a continuación, se observa que el destino Tierra del Fuego - Fin del Mundo posee diferentes estados de desarrollo turístico, destacando la zona sur que incluye a Ushuaia y su área de influencia con un alto nivel de consolidación nacional e internacional. Por otro lado, el resto de la isla atraviesa un proceso de desarrollo creciente con flujos de turismo local y/o nacional.

## Demanda Turística

Durante el año 2019, la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur recibió un poco más de medio millón de viajeros (503.516), arribados vía aérea, terrestre y marítima. La variación interanual respecto del 2018 presentó un incremento del 11,0%.

De la totalidad de llegadas, el 92,4% correspondió a viajeros que arribaron a la ciudad de Ushuaia; y el 7,6% restante a Río Grande. Además, y en relación al origen de los viajeros, el 41,6% se correspondió a viajeros residentes, mientras que el restante 58,4% a no residentes. En líneas generales, el saldo del año ha sido positivo, sin embargo, las expectativas de crecimiento para el 2020 se vieron interrumpidas debido a la emergencia sanitaria vincula-

da al Covid-19.

**Figura 4: Cantidad de turistas anuales**

CANTIDAD DE TURISTAS ANUALES		
	Turistas	Part. en %
Turistas Residentes	209.341	41,6%
Turistas Extranjeros	294.175	58,4%
<b>TOTAL DE TURISTAS</b>	<b>503.516</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo, Informe de Avance-2019.

La temporada alta se da en los meses de octubre a marzo, siendo el primer y el cuarto trimestre del año los que concentran la mayor afluencia de turistas, como se ve en el siguiente cuadro.

**Figura 5: Porcentaje de turistas por trimestre**



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a Encuesta de Ocupación Hotelera - INDEC y UNTDF.

# TURISMO INTERNO<sup>1</sup>

La pandemia de Covid-19 que se declaró en Argentina, en marzo de 2020, generó un cambio en el escenario turístico mundial y, particularmente en nuestro país, en destinos turísticos donde había una mayor participación de turismo receptivo<sup>2</sup>, como lo es Tierra del Fuego - Fin del Mundo. Con la crisis sanitaria, se originó el desafío de transformar el mercado hacia el turismo interno. Por lo tanto, esto conlleva también la necesidad de generar nuevas estadísticas en el mediano plazo que permitan actualizar el perfil turístico del destino.

**Figura 6: Principales indicadores | Turismo Interno | Promedios 2012-2019**

Promedios 2012-2019	TURISTAS ARGENTINOS	PERNOCTACIONES Noches	ESTADÍA MEDIA Noches	GASTO PROMEDIO POR TURISTA en \$ Jun. 2020	GASTO PROMEDIO DIARIO en \$ Jun. 2020
Tierra del Fuego	251.241	2.164.474	8,6	24.395	2.832
Total País	48.511.012	257.556.595	5,3	9.167	1.727

Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, DNMyE en base a datos de la EVyTH y la ETI-Indec.

**Figura 7: Posición en el ranking de provincias | Promedios 2012-2019**

Indicadores	Ranking
Cantidad de turistas recibidos	24°
Gasto total	16°
Gasto promedio por turista	1°

Fuente: DNMyE en base a datos de la EVyTH.

1 Turismo interno: visitantes que se desplazan dentro del mismo país en el que residen.

2 Turismo receptivo: visitantes no residentes que viajan al país de referencia.

**Figura 8: Perfil del turista interno que viaja a la provincia**

Promedios 2012-2019

Variables	% del total de turistas
<b>Motivos de viaje</b>	
Ocio	57%
Visita a familiares y amigos	38%
Trabajo, negocios	4%
Otros	1%
<b>Tipos de alojamiento</b>	
Hoteles	42,3%
Casa de familiares y amigos	42,4%
Segunda vivienda del hogar	9%
Alquiler por temporada	4,3%
Camping	1%
Otros	1%
<b>Edad en tramos</b>	
Menores de 14 años	15%
de 14 a 29 años	27%
de 30 a 44 años	20%
de 45 a 59 años	19%
60 años o más	19%

Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, DNMyE en base a datos de la EVyTH.

Por sus características paisajísticas Tierra del Fuego invita a recorrer variedad de áreas naturales, tales como bosques, valles, estepa, lagos, costas y montañas. Las actividades vinculadas a la naturaleza son las más elegidas por quienes visitan el destino.



### Figura 9: Actividades realizadas

Participación sobre el total de turistas. Promedios 2012-2019



Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, DNMyE en base a datos de la EVyTH.

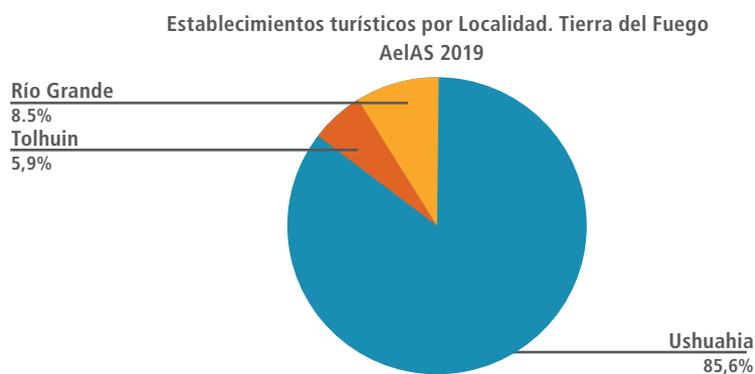
## OFERTA TURÍSTICA

La oferta de alojamiento de Tierra del Fuego a diciembre 2019, engloba a 188 establecimientos hoteleros con un total de 4.961 plazas diarias; 30 de ellos corresponden a la categoría Hotel y representan el 51,3% de las plazas ofertadas.



De los destinos de la provincia, Ushuaia concentra la mayoría de la oferta total (88,6%) con 4.396 plazas; 361 corresponden a plazas de alojamiento en Río Grande y 204 plazas en Tolhuin representando, respectivamente, un 7,3% y un 4,1% del total de plazas ofertadas.

**Figura 10: Establecimientos turísticos por localidad**



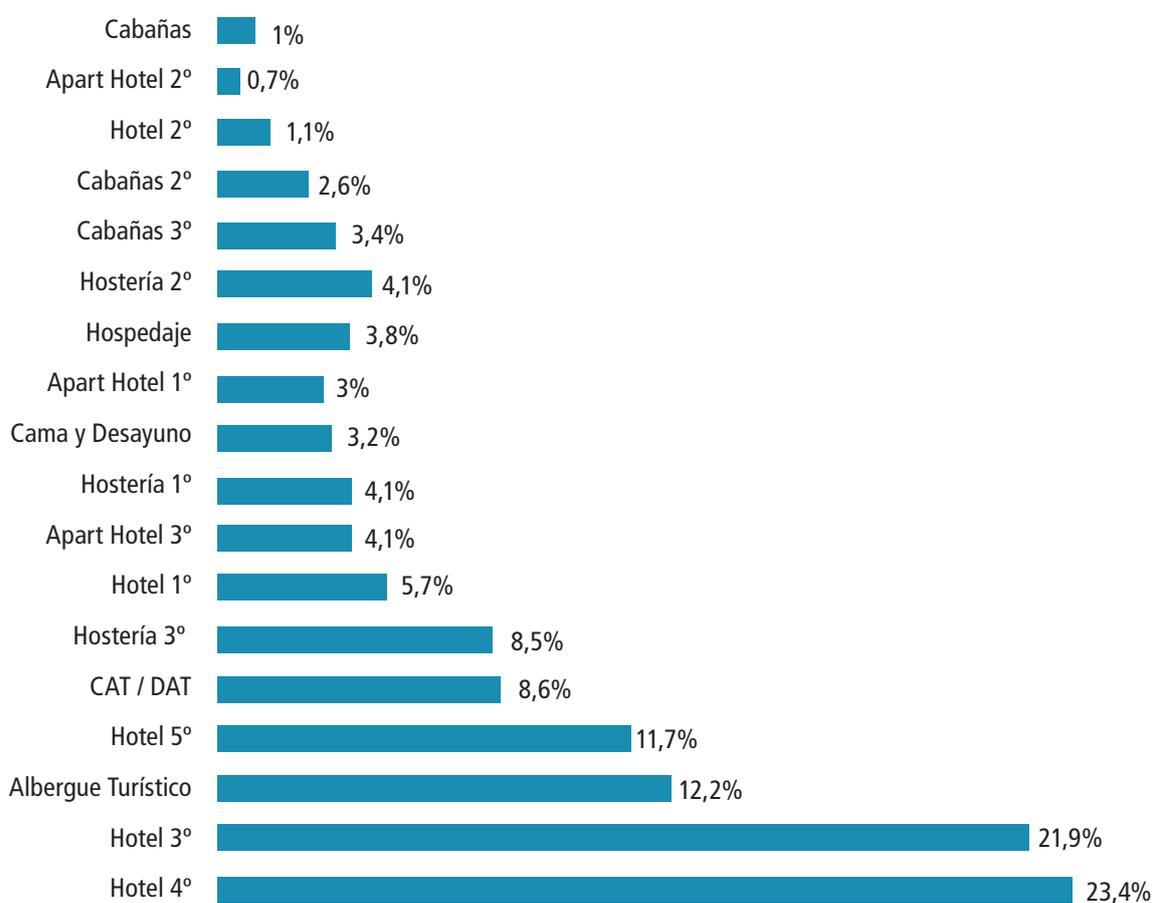
Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de la Dirección de Servicios Turísticos.

**Figura 11: Cantidad de establecimientos y Plazas diarias por localidad**

Cantidad de Establecimientos	Plazas diarias	
<b>Tota Provincial</b>	<b>188</b>	<b>4.961</b>
<b>Río Grande</b>	<b>16</b>	<b>361</b>
<b>Tolhuin</b>	<b>11</b>	<b>204</b>
<b>Ushuaia</b>	<b>161</b>	<b>4.396</b>

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de la Dirección de Servicios Turísticos.

**Figura 12: Principales Categorías de Alojamiento. Participación sobre el Total de Plazas. Año 2019.**



Fuente: Instituto Fuegoño de Turismo en base a datos de la Dirección de Servicios Turísticos.

### Cadenas Hoteleras Nacionales con presencia en Tierra del Fuego en 2019

Tremun Hoteles  
 A.C.A.  
 Australis Hoteles  
 Lennox Hotels

## CONECTIVIDAD AÉREA

De acuerdo a datos emitidos por la Administración Nacional de Aviación Civil Argentina, entre enero-diciembre 2019, la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur registró un total de 520.284 pasajeros desembarcados (+14% respecto de 2018). De esta totalidad, un 86,2 % correspondió al movimiento total de personas en el Aeropuerto Internacional "Malvinas Argentinas", de Ushuaia; y el restante 13,8% al Aeropuerto Internacional "Governador Ramón Trejo Noel", de Río Grande.

Figura 13: Conectividad aérea

Aeropuertos que operan vuelos de cabotaje regulares	Pasajeros 2019	Var. i.a. % Pasajeros	Asientos 2019	Var. i.a. asientos	% del total de asientos 2019
Aeropuerto Int. Malvinas Argentinas (Ushuaia)	448.298	17%	556895	18%	85%
Aeropuerto Int. Gob. Ramón Trejo Noel (Río Grande)	71.986	-3%	98.160	13%	15%
<b>Total</b>	<b>520.284</b>	<b>14%</b>	<b>655.055</b>	<b>18%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, DNMyE en base a datos de la ANAC.

**Figura 14: Conexiones de cabotaje.  
Año 2019.**

Destinos de cabotaje	% asientos 2019
<b>USHUAIA</b>	
Buenos Aires (AEP, EPA desde nov'19, y EZE)	70%
El Calafate	16%
Córdoba	5%
Bahía Blanca	3%
Trelew (estacional)	5%
Río Gallegos (desde mar'19)	0,4%
<b>RÍO GRANDE</b>	
Buenos Aires (AEP)	99%
Río Gallegos (hasta mar'19)	1%

**Figura 15: Compañías aéreas que opera-  
ron en Tierra del Fuego (enero - diciembre  
2019)**

Aerolíneas	% asientos 2019
<b>USHUAIA</b>	
Aerolíneas Argentinas	79%
LATAM	19%
Norwegian Air Shuttle	1%
LADE	1%
JetSMART Airlines	0,4%
Andes Líneas Aéreas	0,2%
<b>RÍO GRANDE</b>	
Aerolíneas Argentinas	97%
LADE	3%

Fuente: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, DNMyE en base a datos de la ANAC



## Turismo De Cruceros

A nivel mundial y a lo largo de las últimas décadas, la actividad de cruceros se ha posicionado como un destacado segmento turístico al presentar una sostenida tasa de crecimiento y un importante dinamismo.

Gran parte de los turistas que visitan la ciudad de Ushuaia arriban por vía marítima, por lo que el segmento de cruceros es de gran importancia para el destino, al representar un significativo porcentaje en las llegadas de turistas y visitantes durante la temporada estival.

La temporada de cruceros dura aproximadamente seis meses, que comprende desde octubre a marzo, correspondiéndose con el período de primavera-verano austral. El puerto recibe gran variedad de embarcaciones: desde cruceros pequeños hasta buques de gran porte, funcionando como puerto base, puerto de escala y puerto de inicio o fin de los itinerarios, según corresponda.

El puerto de Ushuaia se constituye en un factor clave en relación con las operaciones de cruceros al permitir la operación simultánea de tres barcos de turismo de gran porte (más de 500 pasajeros) y dos o tres de tamaño mediano (entre 101 y 299 pasajeros).

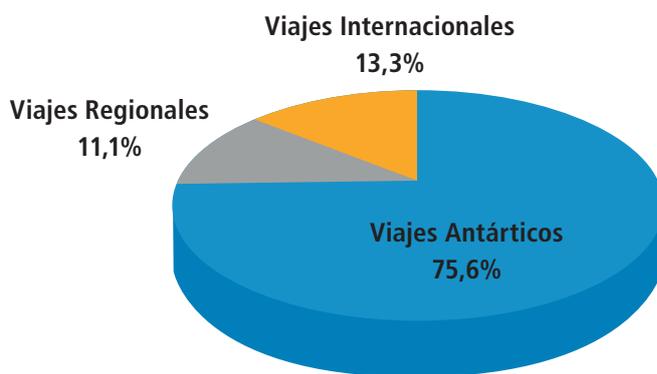
Durante la última temporada 2019-20 recalaron un total de 57 embarcaciones, las que hicieron un total de 443 viajes, transportando a 135.153 pasajeros y 75.826 tripulantes (Informe de Cruceros-2019-2020). Por el puerto de Ushuaia pasa aproximadamente un 90% del tránsito marítimo mundial de cruceros antárticos.

**Figura 16: total demanda de cruceros y pasajeros por tipo de viaje**  
**Período septiembre 2019 - abril 2020**

Total demanda de cruceros y pasajeros por tipo de viaje. Periodo septiembre 2019 - abril 2020						
Mes	Cruceros Antárticos		Cruceros Regionales		Cruceros Internacionales	
	Cant. de Viajes	Volumen de Pasajeros	Cant. de Viajes	Volumen de Pasajeros	Cant. de Viajes	Volumen de Pasajeros
Sep.	0	0	2	297	1	336
Oct.	7	514	9	1.157	1	12
Nov.	62	8.892	10	1.227	11	6.233
Dic.	80	16.337	8	1.041	10	13.098
Ene.	87	20.821	8	1.196	8	10.964
Feb.	74	19.296	6	862	18	19.809
Mar.	25	2.547	6	601	10	9.811
Abr.	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>68.409</b>	<b>49</b>	<b>6.481</b>	<b>59</b>	<b>60.263</b>

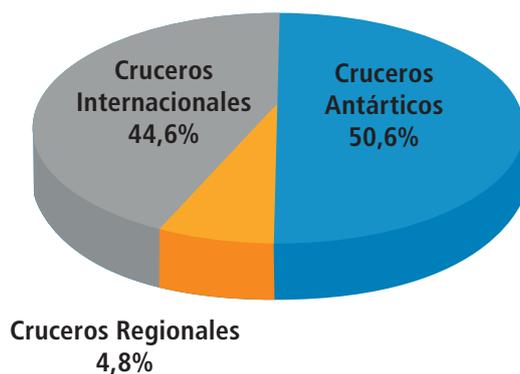
Fuente: Informe de Cruceros-2019-2020, IN.FUE.TUR. en base a datos proporcionados por la UNTDF.

Figura 17: Cantidad de Viajes. Temporada 2019/2020.



Fuente: Informe de Cruceros-2019-2020, IN.FUE.TUR. en base a datos proporcionados por la UNTDF.

Figura 18: Volumen de pasajeros. Temporada 2019 / 2020



Fuente: Informe de Cruceros-2019-2020, IN.FUE.TUR. en base a datos proporcionados por la UNTDF.

## 3.4 Proceso de planificación participativa

Los procesos de planificación participativa tienen el objetivo de garantizar la representación de los intereses de los actores sociales, la legitimación de los acuerdos realizados y la coordinación de los esfuerzos necesarios para alcanzar los resultados esperados.

Teniendo en cuenta que la cadena de valor del turismo involucra diversos sectores productivos, y que estamos atravesando una crisis mundial causada por la pandemia de Covid-19, resulta fundamental incorporar en la planificación turística a los actores locales, quienes conocen en profundidad el territorio de Tierra del Fuego, sus limitaciones, sus potencialidades y los aspectos críticos que deben ser abordados en el corto plazo para la recuperación del sector y el desarrollo sustentable de la provincia.

Para la actualización del PETS, se siguió un enfoque participativo desde el diagnóstico hasta la formulación, con el fin de escuchar todas las voces, necesidades e intereses de los actores que hacen parte del sector turístico de la provincia, incluyendo prestadores, funcionarios municipales y provinciales, académicos e, incluso, organismos del orden nacional ligados a la gestión del turismo antártico.

En la etapa de diagnóstico, se realizaron talleres participativos en cada una de las regiones turísticas (Río Grande, Tolhuin, Ushuaia, Puerto Almanza - Punta Paraná), además de una mesa técnica de Antártida. Estos primeros talleres se realizaron con representantes del sector público y privado, en los que se identificaron las ventajas y desventajas para el turismo en cada destino. También se definió con los participantes la visión de destino deseado.

En la etapa de planificación, se realizaron talleres nuevamente en cada región turística, además de una nueva reunión con organismos nacionales y provinciales de coordinación del turismo antártico. Para los talleres, se conformaron grupos con representantes de todos los sectores, con el fin de consensuar el diagnóstico regional, validar el esquema estratégico y la propuesta de ejes, programas y proyectos. En esta instancia, se ajustaron las propuestas, se definieron prioridades, y pudieron inscribirse para el trabajo futuro de coordinación de los ejes en que voluntariamente quisieran participar. El objetivo de la conformación de un grupo de actores locales interesados en cooperar para la ejecución de los proyectos es promover la participación no solo durante la etapa de formulación, sino durante su implementación.



# 4.

Estrategia 2025

## 4.1 Visión

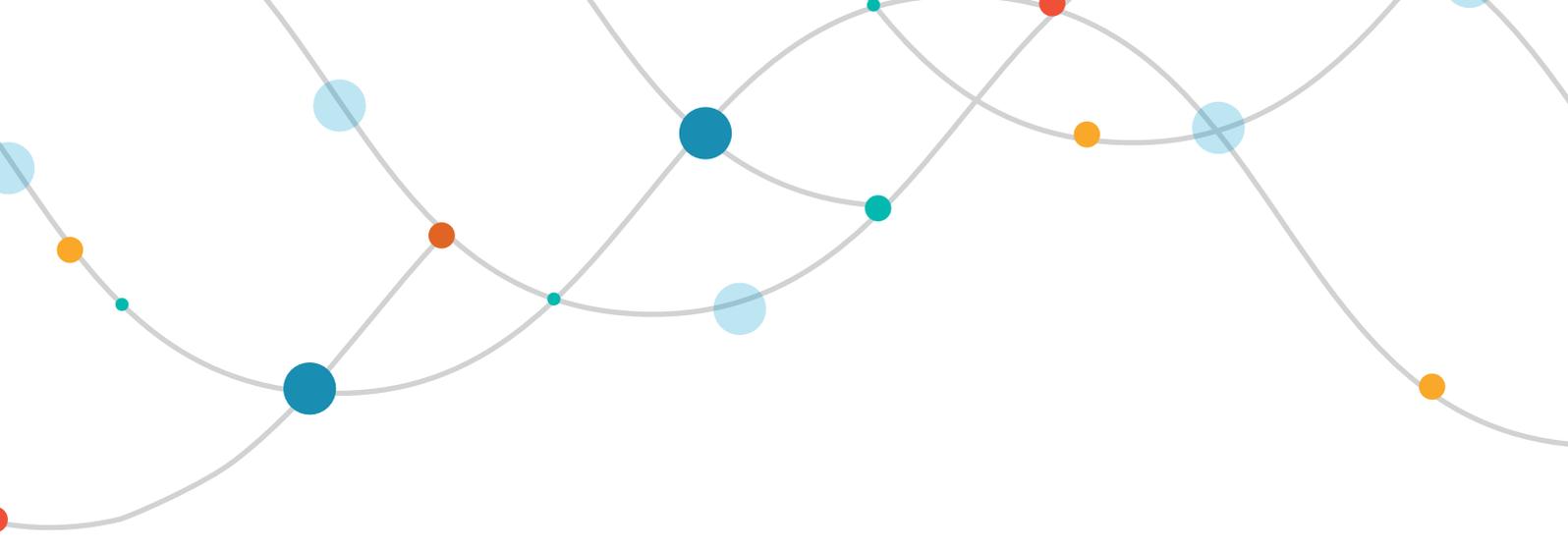
La visión del PETS acordada en 2010 representa la fuerza impulsora que ha orientado las acciones de planificación y gestión del Turismo en la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. De cara al futuro y considerando la evolución de la actividad en los últimos 10 años, sumado a los cambios contextuales y del entorno político, económico, social y ambiental, la NUEVA VISIÓN incorpora tres atributos que le confieren mayor alcance y definición:

La "*identidad integrada en toda la provincia*", aspira a que cada destino encuentre su rol distintivo dentro del concierto turístico provincial, en el marco de una apropiación identitaria común que amalgame los intereses y voluntades de todos los sectores de la sociedad.

La "*sustentabilidad*" como valor central y transversal de la provincia, con una concepción prioritaria de las políticas públicas en materia de planificación y gestión, entendiendo la sustentabilidad no solo como una condición del desarrollo local, sino como el elemento rector de las acciones de los gestores públicos, los actores privados, la comunidad local y los visitantes del destino en línea con la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

La "*consideración del Turismo como un componente trascendental de su matriz productiva*", reconoce su importancia y valor como actividad económica y entiende que la actividad no se desarrolla de forma independiente del resto de las ramas productivas de la provincia, por lo que requiere de un proceso de integración político y económico que atraviese los diferentes organismos de gestión tanto públicos como privados.

**Hacer de Tierra del Fuego un destino turístico de excelencia con marcada identidad integrada en toda la provincia, más sustentable, inclusivo y competitivo, que contribuya al desarrollo de la sociedad, considerando al Turismo como un componente trascendental de su matriz productiva.**



## 4.2 Objetivo general

Organizar las acciones para que la actividad turística se desarrolle de manera sustentable, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la población local, favoreciendo la inclusión, proveyendo una mayor calidad a la experiencia de viaje para los visitantes, manteniendo el equilibrio del medio ambiente, obteniendo mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística en beneficio de la población local.

## 4.3 Objetivos específicos

Para poder establecer metas más concretas que logren hacer que se cumpla el objetivo general al que se aspira, se han identificado siete objetivos específicos que en forma sinérgica pueden lograr la concreción del gran objetivo del PETS.

1. Incrementar las pernoctaciones en la Provincia - Aumentar la estadia
2. Distribuir territorialmente los flujos turísticos
3. Disminuir la estacionalidad de la actividad turística
4. Incrementar la calidad de las prestaciones turísticas
5. Diversificar la oferta turística
6. Incrementar los niveles de sustentabilidad, accesibilidad e inclusión
7. Contribuir con la estrategia provincial de Objetivos de Desarrollo Sostenible desde el sector turístico

## 4.4 Programas y proyectos



### 1. Experiencia Turística (producto)

#### Programa 1.1 Gestión de los productos turísticos

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Desarrollo e innovación para el diseño e implementación de productos turísticos

Proyecto 1.1.1 Desarrollo de productos de naturaleza	<b>ODS Relacionado:</b> 8 - 14 - 15
Proyecto 1.1.2 Desarrollo de productos culturales	<b>ODS Relacionado:</b> 2 - 8 - 11 - 12
Proyecto 1.1.3 Desarrollo de nuevos productos	<b>ODS Relacionado:</b> 8 - 9 - 12
Proyecto 1.1.4 Innovación y fortalecimiento de productos existentes posicionados	<b>ODS Relacionado:</b> 8 - 12

#### Programa 1.2 Gestión de la infraestructura turística

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Ejecución de obras que potencian la actividad

Proyecto 1.2.1 Obras de interés turístico	<b>ODS Relacionado:</b> 8-9
Proyecto 1.2.2 Desarrollo de proyectos y construcción de obras en áreas naturales	<b>ODS Relacionado:</b> 8-9-15
Proyecto 1.2.3 Infraestructura complementaria a la actividad turística	<b>ODS Relacionado:</b> 8-9

## Programa 1.3 Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo antártico

### OBJETIVO DEL PROGRAMA:

Mejora de la competitividad del destino vinculado al Turismo de Cruceros y Antártico

Proyecto 1.3.1 Gestión del Desarrollo Local y de RR. HH. para el turismo de cruceros antárticos

**ODS Relacionado:** 8 -9-11-12

Proyecto 1.3.2 Gestión de Turismo Antártico

**ODS Relacionado:** 8 -9-11-12

## Programa 1.4 Turismo como herramienta de inclusión

### OBJETIVO DEL PROGRAMA:

Incrementar los niveles de inclusión del turismo

Proyecto 1.4.1 Accesibilidad Universal

**ODS Relacionado:** 10-11

Proyecto 1.4.2 Turismo y diversidad (LGTBIQ+)

**ODS Relacionado:** 5-10-11

Proyecto 1.4.3 Turismo para los fueguinos

**ODS Relacionado:** 4-10-11-12



## 2. Relación del sector con el turista

### Programa 2.1 Mejora continua

#### OBJETIVO DEL PROGRAMA:

Incrementar los niveles de calidad en la experiencia turística. Cumplir con la promesa al turista

Proyecto 2.1.1 Gestión del conocimiento en el ámbito privado

**ODS Relacionado:** 4-8-11

Proyecto 2.1.2 Gestión del conocimiento en el ámbito público

**ODS Relacionado:** 4-8-11

Proyecto 2.1.3 Articulación con el sector turístico (entramado empresarial provincial)

**ODS Relacionado:** 8-11-12

Proyecto 2.1.4 Seguridad Turística  
Proyecto 2.1.5 Organización de los agentes  
y promotores sociales

**ODS Relacionado:** 3-11  
**ODS Relacionado:** 11-12

## Programa 2.2 Marketing y comunicación

### **OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Mejorar la captación de turistas -cantidad y calidad para incrementar la captación de divisas, el PBI y el empleo. Formular la promesa al turista

Proyecto 2.2.1 Inteligencia de Mercados y  
Plan de Marketing del Destino Tierra del Fuego

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.2.2 Fortalecimiento y apropiación  
de la Marca Destino

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.2.3 Promoción del destino con  
cooperación del sector privado

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.2.4 Promoción del destino con  
cooperación de organismos nacionales y regionales

**ODS Relacionado:** 8-12-17

Proyecto 2.2.5 Comunicación estratégica para la  
difusión del destino

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.2.6 Información al turista online

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.2.7 Información al turista offline

**ODS Relacionado:** 8-12

## Programa 2.3 Relación con los mercados - Promoción comercial

### **OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Mejorar la capacidad del destino de ser elegido

Proyecto 2.3.1 Fortalecimiento Comercial

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.3.2 Generadores de contenido,  
formadores de opinión locales (influencers, fotógrafos)

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 2.3.3 Asociaciones estratégicas  
nacionales e internacionales

**ODS Relacionado:** 8-12-17

Proyecto 2.3.4 Marketplace del Fin del Mundo

**ODS Relacionado:** 8-12



## 3. Gestión del IN.FUE.TUR. y su articulación con los actores clave

### Programa 3.1 Gestión Interna

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Mejorar la gestión institucional del IN.FUE.TUR

Proyecto 3.1.1 Organización interna a partir de la implementación del PETS

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 3.1.2 Modernización de los sistemas internos

**ODS Relacionado:** 8-9-12

Proyecto 3.1.3 Revisión de las fuentes de financiación interna

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 3.1.4 Desarrollo de capital humano

**ODS Relacionado:** 4-8-12

### Programa 3.2 Gestión Externa

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Incrementar la cooperación sectorial / Mejorar el Liderazgo en el sector turístico

Proyecto 3.2.1 Gobernanza participativa

**ODS Relacionado:** 8-12-16-17

Proyecto 3.2.2 Armonización y actualización de normativa

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 3.2.3 Formalización y fiscalización turística

**ODS Relacionado:** 8-12

Proyecto 3.2.4 Comunicación del IN.FUE.TUR.  
con el Sector Turístico

**ODS Relacionado:** 8-12-16-17

Proyecto 3.2.5 Corresponsabilidad y cooperación

**ODS Relacionado:** 8-12-16-17



## 4. Cooperación transversal con el sector e Integración horizontal de la gestión gubernamental y legislativa

### Programa 4.1 Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Mejorar las condiciones sobre las que se sustenta la actividad turística en el destino y, además, adecuar el marco legislativo

Proyecto 4.1.1 Cooperación para el turismo antártico

**ODS Relacionado:** 8-12-14-17

Proyecto 4.1.2 Articulación para el ordenamiento territorial

**ODS Relacionado:** 8-11-12-14-15-17

Proyecto 4.1.3 Articulación para la regularización de las actividades y servicios turísticos

**ODS Relacionado:** 8-12-17

Proyecto 4.1.4 Conectividad aérea y terrestre

**ODS Relacionado:** 8-11-12-14-15-17

Proyecto 4.1.5 Gestión parlamentaria

**ODS Relacionado:** 8-12-17

### Programa 4.2 Inversiones turísticas

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Incrementar el financiamiento para el desarrollo de la actividad turística

Proyecto 4.2.1 Estudio de necesidades y oportunidades de inversiones en Tierra del Fuego

**ODS Relacionado:** 9-11-12

Proyecto 4.2.2 Estrategias de financiamiento para la inversión pública

**ODS Relacionado:** 9-11-12

Proyecto 4.2.3 Estrategias de financiamiento para la inversión privada

**ODS Relacionado:** 8-9-11-12



## 5. Inteligencia Turística

### Programa 5.1 Gestión estadística

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Contar con datos certeros para mejorar la gestión y el desarrollo turístico del destino

Proyecto 5.1.1 Producción de estadísticas de turismo y estudios de mercado

**ODS Relacionado:** 8-9-16

Proyecto 5.1.2 Inteligencia de datos

**ODS Relacionado:** 8-9-16

Proyecto 5.1.3 Elaboración de estudios socioeconómicos vinculados al impacto de la actividad turística

**ODS Relacionado:** 8-9-16

### Programa 5.2 Información estratégica

**OBJETIVO DEL PROGRAMA:**

Divulgar información estratégica para la toma de decisiones del sector

Proyecto 5.2.1 Organización y comunicación de datos estadísticos

**ODS Relacionado:** 8-9-16



# 5

## Plan Operativo

# 5.1 Descripción de proyectos de gestión

## Índice de corresponsables y glosario

APN: Administración de Parques Nacionales

APROTUR: Asociación de Profesionales en Turismo

AREF: Agencia de Recaudación Fuegoquina

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CADIC: Centro Austral de Investigaciones Científicas

CFI: Consejo Federal de Inversiones

CFT: Consejo Federal de Turismo

CM: Centros de montaña

CRM: Gestión de relaciones con el cliente (del inglés, *customer relationship management*)

DNA: Dirección Nacional del Antártico

DNPEA: Dirección Nacional de Política Exterior Antártica

DPMF: Dirección Provincial de Manejo del Fuego

DPP: Dirección Provincial de Puertos

IN.FUE.TUR.: Instituto Fuegoquino de Turismo

INPROTUR: Instituto de Promoción Turística

INTA: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

IPIEC: Instituto Provincial de Análisis, Investigación, Estadística y Censos

MICE: Turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (del inglés, *Meeting, Incentives, Conferencing y Exhibitions*)

MINTURDEP: Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación

OMT: Organización Mundial del Turismo

OTAS: Agencia de viajes online por sus siglas en inglés

PBG: Producto Bruto Geográfico

PIPEF: Pista Provincial de Esquí de Fondo

PNTDF: Parque Nacional Tierra del Fuego

RR. SS.: Redes sociales

UNTDF: Universidad Nacional de Tierra del Fuego

UPMF: Unidad Provincial de Manejo del Fuego

## Eje 1: Experiencia turística

### Programa 1.1 Gestión de los productos turísticos

Planificar un desarrollo ordenado de la oferta de productos turísticos que dé respuesta a las demandas de los turistas, que contemple diferentes actividades durante todo el año y, al mismo tiempo, garantice las condiciones de sustentabilidad para evitar la degradación de los atractivos naturales y culturales de la provincia.

<b>N° de Proyecto:</b> 1.1.1	<b>Nombre:</b> Desarrollo de productos de naturaleza
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión de los productos turísticos	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Desarrollo de la Oferta	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Servicios Turísticos</li> <li>• Dirección de Promoción Turística</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretarías de Turismo Municipales</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de prestadores turísticos</li> <li>• Administración de Parques Nacionales (APN)</li> <li>• Secretaría de Ambiente Provincial</li> <li>• Dirección Provincial de Tierras Fiscales</li> <li>• Asociaciones de Profesionales en Turismo y de guías de montaña</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 14</li> <li>• 15</li> </ul>	<b>Premisas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La provincia posee ambientes naturales diversos y únicos que requieren el desarrollo planificado de los productos teniendo en cuenta los usos turísticos que admiten los diferentes ambientes, los flujos de visitantes que pueden soportar, las temporadas en que se pueden visitar y las necesidades e intereses de los turistas. Los productos relacionados a la naturaleza se podrán promocionar como oferta de turismo aventura, deportivo y ecoturismo, siempre en un marco de gestión sustentable que garantice la conservación de los recursos naturales y paisajísticos. Lo anterior también implica trabajar en la regulación, control, promoción y fomento de actividades y servicios de turismo aventura, tal como lo establece la Ley N° 837/2010, reglamentada por Decreto Provincial N° 1135 del año 2015. En ese sentido, se propone la implementación de la normativa a todas las actividades turísticas, e indagar sobre nuevas tendencias regionales e internacionales, para prever futuros productos, asistir en la innovación e incorporación de infraestructura o equipamientos de apoyo que se requiera y trabajar en la adecuación de la normativa para abarcar estos productos y servicios.	
<b>Objetivos:</b> Diversificar la oferta de productos turísticos de naturaleza de una forma planificada y ordenada, que permita preservar las características agrestes y únicas que atraen a los visitantes, sin que la presión turística alcance niveles críticos en lugares de alta fragilidad ambiental.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Registro y habilitación de operadores y servicios de turismo aventura.	Inmediata	■	■	■														
Desarrollo articulado de la oferta de producto observación de aves con prestadores turísticos y ONGs.	Prioritaria				■	■	■	■										
Diseño de circuitos para el turismo deportivo (ciclismo, escalada, náutico, etc.).	Prioritaria			■	■	■	■	■										
Gestión de servidumbres de paso para acceder a los recursos turísticos de dominio público.	Prioritaria			■	■	■	■	■										
Diseño de nuevos circuitos para el turismo de naturaleza en áreas protegidas.	Prioritaria			■	■	■	■	■										
Estudios de capacidad de carga para definir límites de uso de sitios naturales en riesgo por el alto flujo de visitantes.	Importante a medio plazo					■	■	■	■	■	■	■	■					
Implementación de acciones para reducir la saturación de sitios de interés turístico.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo de productos integrados y obras de interés turístico (1.2.1) necesarios para mejorar la calidad y accesibilidad a los productos turísticos.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>N° de Proyecto:</b> 1.1.2	<b>Nombre:</b> Desarrollo de productos culturales
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión de los productos turísticos	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Desarrollo de la Oferta	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento de Promoción y Eventos</li> <li>• Dirección de Coordinación Ejecutiva Zona Centro y Norte</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretarías de Turismo Municipales</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de prestadores turísticos</li> <li>• Secretaría de Cultura Provincial</li> <li>• Agrupación Yagan / Selk'nam</li> <li>• Colectivos de Inmigrantes</li> <li>• Instituciones Académicas</li> <li>• Centro Austral de Investigaciones Científicas (CADIC)</li> <li>• Asociación de Profesionales en Turismo (APROTUR)</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2</li> <li>• 8</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las tradiciones y manifestaciones culturales de Tierra del Fuego reflejan aspectos de la historia de la provincia relacionados con la interacción de diferentes etnias, la necesidad de adaptación a condiciones climáticas extremas, la relación con el mar y la cercanía a la Antártida. Esto se ve reflejado en la configuración de las ciudades; las estancias, misiones religiosas e infraestructuras históricas; los puertos y los barcos naufragados; la gastronomía; las tradiciones de los pueblos Selk'nam y Yagan (o Yámana); las expediciones científicas y los viajes a la Antártida, entre otros. Todo lo anterior complementa y enriquece la oferta turística de naturaleza del destino. El IN.FUE.TUR puede trabajar de manera coordinada con las secretarías de turismo y cultura municipales, las agrupaciones de las comunidades Yagan y Selk'nam y los prestadores turísticos, para definir los circuitos históricos y las necesidades de mejora para la calidad de la oferta turística.	
<b>Objetivos:</b> Diversificar la oferta de productos turísticos culturales de una forma planificada y ordenada, que promueva la conservación y difusión de las tradiciones culturales y gastronómicas de la provincia, que permita contar la historia de Tierra del Fuego a través de su patrimonio histórico y que fortalezca la identidad y el arraigo de los residentes locales.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Identificación y registro de sitios de interés histórico y cultural.	Inmediata	■	■	■	■													
Relevamiento de obras de valor turístico provincial que requieran tareas de restauración.	Prioritaria		■	■	■													
Diseño de circuitos turísticos históricos y gastronómicos (naufragios, estancias, expediciones científicas, étnicos, religiosos, etc.).	Prioritaria			■	■	■	■	■	■									
Gestión de servidumbres de paso para acceder a los recursos turísticos de dominio público.	Prioritaria			■	■	■	■	■	■									
Gestión del acceso a los recursos de valor patrimonial ubicados en tierra privada.	Prioritaria			■	■	■	■	■	■									
Apoyo a la programación de los eventos culturales y fiestas tradicionales que se realizan actualmente (Carrera de la Hermandad, Vuelta a la Tierra del Fuego, raid náutico, etc.).	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo de productos integrados y obras de interés turístico (1.2.1) necesarios para mejorar la calidad y accesibilidad a los productos turísticos.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>N° de Proyecto:</b> 1.1.3	<b>Nombre:</b> Desarrollo de nuevos productos
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión de los productos turísticos	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Desarrollo de la Oferta	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Servicios Turísticos</li> <li>• Departamento Proyectos y Desarrollo Turístico</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agencia de Desarrollo Ushuaia</li> <li>• Instituciones Académicas</li> <li>• Asociaciones de Profesionales en Turismo y de Guías de Montaña</li> <li>• Cámaras de prestadores turísticos</li> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Secretaría de Cultura Provincial</li> <li>• Municipios / Asociación Vecinal Puerto Almanza</li> <li>• Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF)</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La globalización y las nuevas demandas de los turistas generan la necesidad de desarrollar productos innovadores, atractivos, adaptados a sus requerimientos e intereses y vinculados a las características naturales e históricas del destino. Para dar respuesta a los diferentes segmentos de turistas, surgen alternativas, como el turismo de bienestar, el filmico, el rutero, el turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE por sus siglas en inglés), el educativo, el científico, entre otros, los cuales tienen el potencial de posicionarse en la provincia de Tierra del Fuego como complementarios a la oferta tradicional de naturaleza. Para desarrollar estos nuevos productos se requiere el trabajo coordinado entre las secretarías y direcciones de turismo, las cámaras empresarias, entes mixtos (como la Agencia de Desarrollo de Ushuaia), el Ministerio de Producción y Ambiente y las instituciones académicas.	
<b>Objetivos:</b> Incrementar la oferta turística alternativa para dar respuesta a los nuevos perfiles de turistas que buscan atractivos y servicios turísticos no tradicionales, y cuyas visitas a Tierra del Fuego están aumentando en los últimos años.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de factibilidad para la implementación de rutas temáticas: ruta del oro, de las estancias, de los naufragios, de pesca, de las huellas glaciares (pasos bioceánicos), de lagos, Geositios, etc.	Prioritaria	■	■	■	■	■	■	■	■								
Fortalecimiento y articulación de la oferta turística del corredor (El Calafate - Pto. Natales - Pta. Arenas - Tierra del Fuego).	Importante a medio plazo									■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo de productos integrados Argentina - Chile.	Importante a medio plazo									■	■	■	■	■	■	■	■
Apoyo a la puesta en valor de las termas de Tolhuin.	Prioritaria									■	■	■	■				
Coordinación de recorridos turísticos para estudiantes de instituciones municipales, provinciales y nacionales.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Análisis y propuesta de circuitos ruteros (mapas) en áreas naturales que vinculen Ruta Nº 3.	Importante a medio plazo									■	■	■	■	■	■	■	■
Diseño de circuitos para grupos de jubilados.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■								
Desarrollo de productos integrados y obras de interés turístico (1.2.1) necesarios para mejorar la calidad y accesibilidad a los productos turísticos.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>Nº de Proyecto:</b> 1.1.4	<b>Nombre:</b> Innovación y fortalecimiento de productos existentes posicionados
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión de los productos turísticos	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Desarrollo de la Oferta	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Calidad y Capacitación</li> <li>• División Relaciones Institucionales</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> <li>• Agencia de Desarrollo Ushuaia</li> <li>• Asociaciones de Profesionales en Turismo y de Guías de Montaña.</li> <li>• UNTDF y otras instituciones académicas</li> <li>• Secretaría de Ambiente Provincial</li> <li>• Municipios / Asociación Vecinal Puerto Almanza</li> <li>• Dirección Provincial de Puertos (DPP)</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El desarrollo de los productos turísticos ya consolidados y/o posicionados permite trabajar sobre la innovación en los procesos de gestión de los servicios, así como también en la mejora y/o adaptación de los mismos. La innovación o el agregado de valor puede estar dado en realizar las mismas actividades en nuevos espacios, reutilizar los espacios de otra manera, repensar los sitios subutilizados e incorporar un componente nuevo en la misma oferta o, por ejemplo, diferenciar el mismo circuito abordado desde temáticas diferentes.	
<b>Objetivos:</b> Mejorar e innovar en las prestaciones turísticas, denominadas clásicas y/o posicionadas para aportar valor a las excursiones o servicios actuales y dar respuesta a las nuevas demandas y perfiles de turistas que buscan atractivos y servicios turísticos aún tradicionales.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Innovación en procesos de gestión para el desarrollo de nuevos servicios, mejora y adaptación de servicios.	Prioritaria																
Tematizaciones	Importante a largo plazo																
Estrategias y actividades para el uso de espacios subutilizados	Importante a medio plazo																

## Programa 1.2 Gestión de la infraestructura turística

Tiene como objetivo la ejecución de obras que potencian la actividad turística.

La infraestructura turística juega un papel clave para la competitividad de la provincia como destino turístico, permitiendo el acceso y distribución en el territorio de los flujos, dando el soporte necesario para la realización de las distintas actividades turísticas potenciando su desarrollo en áreas de interés. Se vincula directamente al desarrollo de productos turísticos que persigue como objetivo la diversificación y ampliación de la oferta turística actual, a través de diferentes proyectos.

<b>Nº de Proyecto:</b> 1.2.1	<b>Nombre:</b> Obras de interés turístico
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión de la infraestructura turística	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Gestión del Destino	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• División Arquitectura</li><li>• Secretaría de Coordinación Estratégica</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li><li>• Dirección de Tierras Fiscales</li><li>• Ministerio de Turismo y Deporte de Nación. (MINTURDEP)</li><li>• Banco Interamericano de Desarrollo (BID)</li><li>• Obras Públicas Provinciales</li><li>• Dirección Nacional del Antártico (DNA)</li><li>• Dirección Nacional de Política Exterior Antártica (DNPEA)</li><li>• Municipios</li><li>• Secretaría de Ambiente Provincial</li></ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 8</li><li>• 9</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identidad e integración</li><li>• Sustentabilidad</li><li>• Innovación</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>La provincia de Tierra del Fuego posee destinos turísticos actuales y potenciales con diferentes perfiles turísticos, así como tipos de atractivos y grados de desarrollo, es así que se considera esencial abarcar los diferentes aspectos constructivos que cada uno de los destinos requieren, propiciando la generación de espacios públicos, equipamientos, infraestructuras, etc. siendo un soporte esencial para la gestión turística, así como para poner en valor y conservar nuestro patrimonio y propiciar una distribución territorial de los flujos turísticos y así mismo promover el vínculo entre la comunidad y el entorno natural a través de la creación de ámbitos de interpretación ambiental/cultural, de uso educativo, científico, así como recreativo/deportivo.</p> <p>Otra acción relevante está relacionada con el impulso de la conectividad, tanto física como digital, con el fin de garantizar la conexión de los destinos. Esto implica garantizar el óptimo funcionamiento de las infraestructuras de la provincia, avanzando en la gestión de las comunicaciones para los destinos turísticos.</p> <p>Los ejes rectores de cada obra serán la innovación, la inclusión y la sostenibilidad, proponiendo la construcción de nodos de servicios turísticos en áreas alejadas de centros urbanos que propiciarán la generación de nuevos circuitos turísticos, así como el desarrollo de centros de visitantes con objetivos interpretativos, educativos e identitarios.</p>	
<b>Objetivos:</b> <p>Contribuir a la generación y mejora de equipamientos e infraestructuras que constituyen un soporte esencial para la gestión y el uso de espacios turísticos.</p>	

<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales/provinciales</li> </ul>

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Desarrollo de proyecto ejecutivo y obras vinculadas a la Antártida (Ej. Centro Antártico para visitantes).	Prioritaria				■	■	■	■	■	■	■	■	■					
Desarrollo de nodos de servicios en áreas de interés (Ej. Laguna Esmeralda).	Prioritaria				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Nº de Proyecto: 1.2.2	Nombre: Desarrollo de proyectos y construcción de obras en áreas naturales
Programa al que pertenece: Gestión de la infraestructura turística	
Área/s responsable/s del proyecto: Departamento Gestión del Destino	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Desarrollo de la Oferta</li> <li>• División Arquitectura</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li> <li>• Secretaría de Ambiente Provincial</li> <li>• Dirección de Tierras Fiscales</li> <li>• Obras Públicas Provinciales</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• BID</li> <li>• Municipios y Comisión Vecinal Pto. Almanza - Pta. Paraná</li> </ul>	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 15</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> </ul>
<p><b>Descripción y Marco Institucional:</b></p> <p>Tierra del Fuego cuenta con una gran diversidad de áreas naturales tanto protegidas como tierras fiscales de un alto valor paisajístico y de recursos turísticos que permiten proyectar una diversificación de la oferta turística a través de acciones que propicien el desarrollo del producto "Turismo de Naturaleza", entendido como "Modalidad de turismo responsable" que se desarrolla en el entorno natural, donde las motivaciones de los visitantes se relacionan con la apreciación y observación de la naturaleza e interacción con el medio, contribuyendo a la conservación y protección de las áreas naturales de la provincia. En este sentido se propone generar infraestructura para el desarrollo de nuevas alternativas para actividades recreativas, turísticas, científicas y de educación; todas ellas vinculadas con el uso sustentable de los recursos naturales y acorde a los objetivos de conservación. Estas inversiones posibilitará ampliar la oferta de actividades de recreación y turismo de residentes y visitantes de la Provincia, permitiendo nuevas formas de vinculación entre los ciudadanos y su entorno natural y cultural, promoviendo la realización de actividades en genuino contacto con la naturaleza y propiciando la protección del bosque nativo y el ambiente en general. Las intervenciones se realizarán en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Refugios de actividades turísticas para diferentes modalidades (senderos, off road, bicicletas, pesca, etc).</li> <li>-Construcción y mantenimiento de miradores.</li> <li>-Construcción de centro de visitantes.</li> <li>-Construcción, mejora y señalización de la red de senderos provinciales.</li> <li>-Construcción Sendero del Fin del Mundo.</li> <li>-Construcción de circuitos para bicicletas y multimodales.</li> <li>-Puerto Almanza: miradores, señalización.</li> <li>-Pista Provincial de Esquí de Fondo (PiPEF) reconstrucción de puentes, señalización.</li> <li>-Desarrollo de senderos de invierno vinculando los CM del Valle.</li> </ul>	
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Ampliar la oferta de actividades de recreación y turismo de residentes y visitantes de la Provincia.</p>	

<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales/provinciales</li> </ul>

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Desarrollo de proyectos ejecutivos.	Inmediata		■	■	■	■	■	■	■									
Llamado a Licitación para la ejecución de las obras.	Prioritaria				■	■	■	■	■	■								
Construcción de obras.	Importante a medio plazo									■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>N° de Proyecto:</b> 1.2.3	<b>Nombre:</b> Infraestructura complementaria a la actividad turística
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión de la infraestructura turística	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> División Arquitectura	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Gestión del Destino</li> <li>• Secretaría de Coordinación Estratégica</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vialidad Provincial</li> <li>• Vialidad Nacional</li> <li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li> <li>• Secretaría de Ambiente Provincial</li> <li>• Dirección de Tierras Fiscales</li> <li>• Obras Públicas Provinciales</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• BID</li> <li>• Municipios y Comisión Vecinal Pto. Almanza - Pta. Paraná</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La propuesta de desarrollar nuevas obras turísticas en el ámbito provincial requiere la generación de infraestructura complementaria como estacionamientos, mejoras de caminos y rutas, comunicaciones, red de acampes, entre otras, que no se generan únicamente con fines turísticos, sino en pos del desarrollo integral de la provincia. Estas mejoras permitirán proyectar, expandir y mejorar la oferta de actividades turístico-recreativas tanto a residentes y visitantes. Para lograrlo se requiere el trabajo coordinado con organismos provinciales y nacionales.	
<b>Objetivos:</b> Diversificar y mejorar la oferta turística existente en la provincia	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales/provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Estacionamientos en Ruta N° 3, complementarias nacionales y rutas provinciales.	Inmediata		■	■	■	■												
Instalación de repetidoras / señales de celular en la provincia.	Inmediata	■	■	■														
Desarrollo de campings organizados, incluidos los servicios para motorhomes.	Prioritaria			■	■	■	■	■										

### Programa 1.3 Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo antártico

Mejorar la competitividad del destino Tierra del Fuego y el posicionamiento de Ushuaia como principal puerta de entrada a la Antártida, a través del fortalecimiento de la cadena de valor de los cruceros y el turismo antártico. Y mediante el desarrollo de productos turísticos complementarios que permitan aumentar la estadía de los turistas en la Isla Grande de Tierra del Fuego, generando de esta forma mayor beneficio para toda la provincia.

<b>Nº de Proyecto:</b> 1.3.1	<b>Nombre:</b> Gestión del Desarrollo Local y de RR. HH. para el turismo de cruceros antárticos
<b>Programa al que pertenece:</b> Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo antártico	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Desarrollo de la Oferta	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Calidad y Capacitación</li> <li>• Departamento Turismo Antártico</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancillería (DNA/DNPEA)</li> <li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Ministerio de Trabajo</li> <li>• UNTDF</li> <li>• Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)</li> <li>• DPP</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La competitividad de Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida depende, además de su localización, de la eficiencia en los servicios logísticos y calidad de los productos de abastecimiento para cruceros que refuercen las condiciones para operar en esta ciudad. Por lo tanto, para mejorar el posicionamiento y la competitividad del turismo antártico es necesario trabajar en cuestiones como el fortalecimiento del entramado productivo local que puede abastecer las embarcaciones; la mejora en la eficiencia de servicios logísticos; la prestación de servicios complementarios (salud, servicios consulares, etc.); el desarrollo de productos turísticos complementarios y la profesionalización de recursos humanos, entre otros. Para lograrlo se requiere el trabajo coordinado de los sectores público y privado, no solo turístico, sino productivo y portuario.	
<b>Objetivos:</b> Desarrollar la cadena de proveedores locales de cruceros de turismo antártico para aumentar la competitividad, calidad y cantidad de los productos y servicios ofrecidos.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Desarrollo del polo logístico antártico.	Prioritaria																	
Definición de canales de comercialización de servicios turísticos en el puerto de Ushuaia.	Prioritaria																	
Vinculación de productores locales y operadores marítimos para el abastecimiento de buques (relacionado con el proyecto 4.1.1).	Importante a medio plazo																	
Desarrollo de oferta especializada y/o temática destinada al segmento de cruceristas antárticos.	Importante a medio plazo																	
Generación de base de datos de necesidades de RR. HH., cruceros y expediciones antárticas (bolsa de trabajo).	Importante a medio plazo																	
Apoyo al desarrollo de empresas locales que brinden servicios especializados complementarios.	Importante a largo plazo																	
Mejora de la calidad de los servicios (abastecimiento, mecánica, residuos, salud, servicios consulares, etc.).	Prioritaria																	
Apoyo a procesos de asociatividad de productores de alimentos locales para que puedan incrementar la escala de producción y abastecer a los cruceros.	Importante a largo plazo																	

Nº de Proyecto: 1.3.2	Nombre: Gestión de Turismo Antártico
Programa al que pertenece: Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo antártico	
Área/s responsable/s del proyecto: Departamento Gestión del Destino	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Desarrollo de la Oferta</li> <li>• Departamento Calidad y Capacitación</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancillería (DNA/DNPEA)</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• Min. Producción y Ambiente</li> <li>• UNTDF</li> </ul>	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<p><b>Descripción y Marco Institucional:</b>  La provincia de Tierra del Fuego y, en particular, Ushuaia como puerta de entrada a la Antártida, posee recursos turísticos que pueden complementar el itinerario de cruceros antárticos, ya que se pueden diseñar circuitos que tengan una continuidad con la historia, la naturaleza y las expediciones científicas.  Estos circuitos no solo resultan complementarios para extender la estadía de los turistas de cruceros, sino que son productos que pueden ser visitados por turistas que no viajan a la Antártida por diferentes motivos, pero a los que les gustaría conocer más sobre el continente blanco y “vivir la experiencia antártica” sin salir de la isla. Es el caso del centro antártico de visitantes y los recorridos por formas geológicas y ambientes naturales con estrecha relación con los ambientes de la Antártida.  Para llevar a cabo una gestión del turismo antártico desde una visión integradora se requiere una construcción colectiva de los circuitos turísticos y de la historia de la relación de la Argentina con el continente antártico, en la que participen los actores nacionales y locales involucrados en el territorio.</p>	
<p><b>Objetivos:</b>  Incrementar la oferta complementaria para el turismo antártico en Ushuaia y mejorar el vínculo del turismo de cruceros con la isla.</p>	
<p><b>Destinos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ushuaia y turismo antártico.</li> </ul>	
<p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de incorporación de destinos complementarios para viajes antárticos.	Importante a medio plazo																
Diseño y construcción del centro antártico de visitantes.	Importante a medio plazo																
Diseño de circuito turístico con puntos de interés para vincular el turismo antártico a la provincia (relacionado con el proyecto 4.1.1.).	Prioritaria																
Desarrollo de seminarios u otros para capacitar a los guías sobre los nuevos circuitos en la provincia.	Importante a medio plazo																
Actualización del sitio web <a href="https://findelmundo.tur.ar/es">https://findelmundo.tur.ar/es</a> y/o <a href="https://infuetur.gob.ar">https://infuetur.gob.ar</a> para incorporar información específica de interés para las agencias locales y operadoras de Buenos Aires que comercializan este producto.	Importante a medio plazo																

### Programa 1.4 Turismo como herramienta de inclusión (Incrementar los niveles de inclusión del turismo).

El turismo es un poderoso instrumento para reducir la inequidad, generar oportunidades de integración y desarrollo local y promover el derecho al acceso igualitario a atractivos turísticos.

Para incrementar los niveles de inclusión, se deben impulsar iniciativas que faciliten el acceso al destino a los diferentes colectivos y grupos en situación de vulnerabilidad, que reduzcan su discriminación y generen, al mismo tiempo, productos y servicios de calidad.

<b>Nº de Proyecto:</b> 1.4.1	<b>Nombre:</b> Accesibilidad Universal
<b>Programa al que pertenece:</b> Turismo como herramienta de inclusión	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento de Calidad y Capacitación	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Departamento Promoción y Eventos</li><li>• Departamento de Servicios Turísticos</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li><li>• Municipios</li><li>• Ministerio de Finanzas Públicas</li><li>• Ministerio de Obras Públicas</li><li>• DPP</li><li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li></ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 10</li><li>• 11</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sustentabilidad</li><li>• Innovación</li><li>• Gestión inteligente</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>El turismo debe proporcionar las condiciones para que todas las personas puedan desarrollar una actividad turística de manera segura, cómoda y autónoma. La OMT establece: “la adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos de modo que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios, bajo los principios del Diseño Universal” (OMT, 2016). Esto implica aplicar principios de accesibilidad universal en la planificación turística para que todas las personas, sin importar su condición de discapacidad, puedan disfrutar las infraestructuras y servicios turísticos de la provincia.</p> <p>Un destino turístico accesible requiere planificar acciones coordinadas con el sector público y privado, para poder desarrollar productos, servicios, circuitos turísticos, etc. que permitan la circulación por áreas públicas y el acceso a espacios de uso turístico de manera segura, así como posibilitar “la plena integración —desde la óptica funcional y psicológica— de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida” (Ley Nacional N° 25.643).</p> <p>La promoción del turismo accesible estará enmarcada en el Programa Provincial “Accesibilidad para todos”, liderado por la Secretaría de Planificación Estratégica de la Provincia de Tierra del Fuego.</p>	
<b>Objetivos:</b> <p>Mejorar las condiciones de accesibilidad universal a los recursos turísticos de la provincia, contemplando infraestructura, prestación de servicios y materiales de comunicación.</p>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Río Grande</li><li>• Tolhuin</li><li>• Ushuaia</li><li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li></ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Prestadores de servicios turísticos</li><li>• Turistas nacionales</li><li>• Turistas internacionales</li><li>• Residentes locales / provinciales</li></ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Participación en el Programa Provincial de Accesibilidad.	Inmediata																
Relevamiento y comunicación en la web del IN.FUE.TUR., RR. SS. y otros, información de prestadores accesibles.	Inmediata																
Sensibilización y capacitación sobre Discapacidad y Turismo.	Prioritaria																
Implementación de las Directrices y Certificaciones de accesibilidad en servicios turísticos y alojamientos.	Importante a medio plazo																
Implementación de accesibilidad universal en las obras de infraestructura propuestas por el IN.FUE.TUR.	Inmediata																
Elaboración de videos promocionales de servicios y actividades turísticas para diferentes tipos de discapacidad.	Importante a medio plazo																
Diseño de material promocional en braille y aumentativo.	Prioritaria																
Diseño de circuitos urbanos, senderos periurbanos y de montaña accesibles, y mapas de senderos que incluyan el grado de accesibilidad global de cada uno.	Importante a largo plazo																

<b>N° de Proyecto:</b> 1.4.2	<b>Nombre:</b> Turismo y diversidad (LGTBIQ+)
<b>Programa al que pertenece:</b> Turismo como herramienta de inclusión	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Coordinación Ejecutiva Bs. As.	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Calidad y Capacitación</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores de turismo</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• Municipios</li> <li>• UNTDF</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 5</li> <li>• 10</li> <li>• 11</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>Un destino inclusivo y accesible implica que todas las personas se sientan bienvenidas, cómodas y seguras durante su viaje, sin importar su procedencia, preferencias, género ni orientación sexual.</p> <p>Desde el IN.FUE.TUR. se sostiene la importancia de promover el turismo para todos, todas y todes. Teniendo en cuenta que la comunidad LGTBIQ+ representa uno de los segmentos de mercado con mayor crecimiento dentro de la industria turística a nivel mundial, resulta evidente que los destinos deben entender mejor este segmento, capacitarse y prepararse para dar respuesta a las necesidades de los viajeros y evitar situaciones de discriminación que generen una mala experiencia turística.</p> <p>La participación de toda la cadena de valor para definir y aplicar buenas prácticas comunes posibilita la consolidación de la provincia de Tierra del Fuego como un destino inclusivo.</p>	
<b>Objetivos:</b> <p>Desarrollar e implementar herramientas para los prestadores de servicios turísticos de la provincia, que les permita mejorar la atención al segmento LGTBIQ+.</p>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Participación en el diseño de un Manual de Buenas Prácticas de Turismo LGTBQ+ (programa liderado por MINTURDEP).	Inmediata	■	■	■	■													
Sensibilización acerca de las buenas prácticas del colectivo a lo largo de toda la cadena de valor.	Prioritaria					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Capacitación sobre los productos destinados al colectivo.	Prioritaria					■	■	■	■									
Desarrollo de un plan de acción y marketing específico.	Importante a medio plazo					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fam Press.	Importante a largo plazo									■	■	■	■					

<b>N° de Proyecto:</b> 1.4.3	<b>Nombre:</b> Turismo para los fueguinos
<b>Programa al que pertenece:</b> Turismo como herramienta de inclusión	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Calidad y Capacitación	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Promoción y Eventos</li> <li>• Dirección de Promoción Turística</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituto Fueguino de Turismo (IN.FUE.TUR.)</li> <li>• UNTDF y otras instituciones académicas</li> <li>• Asociaciones de Profesionales en Turismo y de Guías de Montaña</li> <li>• Ministerio de Educación</li> <li>• Secretaría de Deportes</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores de Servicios Turísticos</li> <li>• Secretaría de Economía Popular Provincial</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4</li> <li>• 10</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El turismo como herramienta de inclusión permite a las personas, más allá de su condición física o social, disfrutar plenamente de los espacios y las actividades destinadas a ese fin en el marco del desarrollo del sector. El turismo accesible, como un factor de crecimiento y desarrollo social, puede generar un valor añadido para los individuos y las distintas comunidades. Estas dos premisas definen los lineamientos para la definición de proyectos que promuevan el aprendizaje y conocimiento de la riqueza cultural de la provincia (por ejemplo, en el marco del programa "Turismo Patrimonio y Escuela"), la educación ambiental, el disfrute de los recursos turísticos por parte de personas de la tercera edad, entre otros. Así como promover y propiciar el acceso de la niñez y la juventud fueguina a los deportes invernales.	
<b>Objetivos:</b> Permitir a las personas disfrutar plenamente de espacios destinados al turismo más allá de su condición física o social. Dar a conocer los sitios de interés turístico a los residentes de la provincia.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Continuación del programa "Turismo Patrimonio y Escuela" (fondos específicos provinciales para garantizar la actividad).	Prioritaria																	
Firma de convenios con clubes, sindicatos y centros de jubilados.	Importante a medio plazo																	
Firma de convenio con la UNTDF y APROTUR.	Importante a medio plazo																	
Convenio Marco de Turismo Social Estudiantil con el Ministerio de Educación (Coor. Educ. Fis.), parques nacionales y prestadores de servicios turísticos (catamarán y tren). Destinado a todos los 6° año de las escuelas públicas de gestión estatal y privada de la provincia.	Importante a medio plazo																	
Programa Turismo y educación ambiental.	Importante a largo plazo																	
Promoción y fomento de las escuelas de deportes invernales y propiciar el desarrollo de actividades invernales en las escuelas.	Importante a medio plazo																	

## Eje 2: Relación del sector con el turista

### Programa 2.1 Mejora continua

Incrementar los niveles de calidad de la experiencia turística a partir de la gestión del conocimiento, la innovación y la mejora continua, para continuar ofreciendo servicios y productos turísticos de excelencia, seguros y atractivos, enmarcados en principios de sustentabilidad.

<b>Nº de Proyecto:</b> 2.1.1	<b>Nombre:</b> Gestión del conocimiento en el ámbito privado
<b>Programa al que pertenece:</b> Mejora continua	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Calidad y Capacitación	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento de Habilitación y Registro</li> <li>• División Capacitaciones</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• UNTDF</li> <li>• Otras instituciones académicas</li> <li>• Cámaras empresariales</li> <li>• Entidades gremiales</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4</li> <li>• 8</li> <li>• 11</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La prestación de servicios turísticos de calidad requiere conocer el perfil de la demanda, sus intereses y necesidades. También requiere conocer la oferta, trabajar en la identidad turística y la visión del destino. Lograr transmitir todo aquello que el destino puede ofrecer permite mejorar la experiencia turística y contribuye a la sostenibilidad de la actividad. La comunidad anfitriona y el sector privado en particular, como actores que conforman el entramado turístico, deben ser partícipes del proceso de construcción colectiva de conocimiento, que redunde en un mayor flujo de visitantes y, en consecuencia, en un mejor desempeño del sector.	
<b>Objetivos:</b> Desarrollar herramientas de capacitación y sensibilización para el sector, que favorezcan la construcción de identidad y el conocimiento de la oferta turística de la provincia.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Investigación y generación de conocimiento sobre el sector (relacionado con los proyectos 5.1.1, 5.1.2, 5.1.3 y 5.2.1).	Inmediata	■	■	■	■													
Capacitación sobre los productos que integran el portafolio de la provincia.	Prioritaria					■	■											
Realización de talleres de sensibilización para emprendedores y empresarios de Río Grande para trabajar en la identidad turística del destino.	Prioritaria			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
Fortalecimiento de la oferta académica del turismo para el sector privado.	Importante a medio plazo									■	■	■	■	■	■	■	■	■

Nº de Proyecto: 2.1.2	Nombre: Gestión del conocimiento en el ámbito público
Programa al que pertenece: Mejora continua	
Área/s responsable/s del proyecto: Departamento Calidad y Capacitación	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento de Habilitación y Registro</li> <li>• Departamento de Promoción y Eventos</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable: <ul style="list-style-type: none"> <li>• DPP</li> <li>• Aeropuertos</li> <li>• Cámaras empresarias</li> <li>• Fuerzas Públicas Provinciales y Nacionales</li> </ul>	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4</li> <li>• 8</li> <li>• 11</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Un sector público con conocimiento del perfil de los turistas que visitan la provincia, así como de la normativa y procedimientos necesarios para garantizar la correcta prestación de los servicios y la conservación de las áreas naturales del destino, es fundamental para ofrecer servicios turísticos de calidad y para que los turistas tengan una experiencia positiva durante su estadía. El conocimiento y el trabajo coordinado de todos los actores que intervienen en la cadena de valor contribuyen a la mejora de la calidad de la oferta turística.	
<b>Objetivos:</b> Capacitar a personal del sector público para lograr un mejor conocimiento del perfil de los turistas y de los procedimientos establecidos para garantizar el cumplimiento de la normativa y la prestación de servicios turísticos seguros y sustentables.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitación al personal de áreas de frontera, puertos y aeropuertos.	Prioritaria																
Capacitación sobre los protocolos del Tratado Antártico con certificación y/o respaldo de las autoridades del programa antártico argentino.	Prioritaria																
Implementación de una bolsa de trabajo con las personas que han participado de las capacitaciones.	Importante a medio plazo																
Definición del perfil de turista de Río Grande para mejorar la oferta turística orientada al viajero corporativo (relacionado con el proyecto 5.1.1)	Inmediata																

<b>N° de Proyecto:</b> 2.1.3	<b>Nombre:</b> Articulación con el sector turístico (entramado empresarial provincial)
<b>Programa al que pertenece:</b> Mejora continua	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Calidad y Capacitación	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Desarrollo de la Oferta</li> <li>• División Relaciones Institucionales</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• Consejo Federal de Inversiones (CFI)</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Los programas de calidad son herramientas de gestión que facilitan a los establecimientos el control de sus procesos, el cumplimiento de estándares y la preservación del patrimonio natural y cultural. Su aplicación destaca atributos diferenciales que ayudan a mejorar la competitividad de los productos y servicios. En la provincia de Tierra del Fuego existe uno de estos programas (Sello de Calidad Tierra del Fuego), el cual destaca, además de las características mencionadas, el origen de los productos. El fortalecimiento de estos programas por parte del sector público y la aplicación, por parte del sector privado, permitirá continuar mejorando la calidad de la oferta turística y su posicionamiento nacional e internacional.	
<b>Objetivos:</b> Acompañar al sector privado en la aplicación de instrumentos de gestión de la calidad que aumenten la competitividad y el posicionamiento de sus productos en el mercado.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Identificación de Programas de Calidad (nacionales/internacionales) plausibles de implementar en Tierra del Fuego y promoción de su aplicación.	Importante a largo plazo																	
Cooperación con el Sello de Calidad de Tierra del Fuego para su aplicación en los bienes de consumo turísticos producidos en la provincia.	Prioritaria																	
Diseño de carpeta de bienvenida al IN.FUE.TUR. para los prestadores turísticos, que contenga los beneficios de ser parte de la oferta turística de Tierra del Fuego, invitación a capacitaciones, participación en acciones de promoción (fam press, fam tour, ferias, campañas en redes sociales, etc.).	Prioritaria																	

<b>Nº de Proyecto:</b> 2.1.4	<b>Nombre:</b> Seguridad Turística
<b>Programa al que pertenece:</b> Mejora continua	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Gestión del Destino	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Coordinación Ejecutiva Zona Centro y Norte</li> <li>• Secretaría de Coordinación Estratégica</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Planificación Estratégica</li> <li>• Secretaría de Protección Civil Provincial</li> <li>• Comisión de Auxilio</li> <li>• Secretaría de Ambiente</li> <li>• Municipios y Comisión Vecinal de Puerto Almanza y Punta Paraná.</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3</li> <li>• 11</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La provincia de Tierra del Fuego tiene una riqueza de atractivos naturales que invitan a recorrer el territorio a través de senderos inmersos en áreas naturales, alejadas en su mayoría de zonas pobladas. Esto hace que los turistas estén expuestos a amenazas que puedan representar riesgos de accidentes, incendios, eventos climáticos extremos, etc., lejos de organismos de socorro que puedan prestar atención rápida. Por esto se hace fundamental trabajar en protocolos de prevención y preparación ante emergencias, que minimicen los riesgos. Tanto la preparación como la difusión de estos procedimientos requiere el esfuerzo coordinado y permanente de todos los organismos públicos provinciales y municipales.	
<b>Objetivos:</b> Promover el conocimiento y aplicación de protocolos de prevención y atención de emergencias en el sector turístico, en coordinación con organismos provinciales y municipales.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Creación y fortalecimiento de una app/sistema de seguridad para caminantes.	Inmediata																
Colaboración con otros organismos provinciales para la gestión del riesgo socio-natural.	Inmediata																
Colaboración con las acciones de las comisiones de seguridad vinculadas a actividades turísticas-recreativas (comisión de auxilio, protección civil).	Inmediata																
Prevención de incendios.	Inmediata																
Acciones de difusión de recomendaciones para senderistas y acampantes.	Inmediata																
Seguridad vial y plan de contingencia en Puerto Almanza y Punta Paraná.	Inmediata																

<b>N° de Proyecto:</b> 2.1.5	<b>Nombre:</b> Organización de los agentes y promotores sociales
<b>Programa al que pertenece:</b> Mejora continua	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Comunicación y Prensa	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Redes Sociales e Imagen</li> <li>• Departamento de Promoción y Eventos</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Ambiente Provincial</li> <li>• APN</li> <li>• Comisión de Auxilio Ushuaia</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las intervenciones espontáneas de los residentes en redes sociales reflejan movimientos de visitantes en sitios naturales no turísticos que afectan su conservación. La coordinación de las acciones de comunicación en redes sociales por parte del IN.FUE.TUR., del Ministerio de Producción y Ambiente y la Administración de Parques Nacionales potencia la difusión de las recomendaciones para el cuidado del medio ambiente y para la prevención de riesgos en los ambientes naturales de los destinos.	
<b>Objetivos:</b> Facilitar la conservación del patrimonio natural a través de la coordinación de las acciones de comunicación en redes sociales de residentes que practican actividades en ambientes naturales o de aventura.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Convocatoria a residentes locales creadores de contenido.	Inmediata	■				■				■				■			
Creación y actualización de grupos para capacitación y seguimiento.	Inmediata		■				■				■				■		
Capacitación con información importante y de interés.	Inmediata	■		■		■		■		■		■		■		■	
Seguimiento y control en redes de los perfiles de los participantes.	Prioritaria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de tabla de premios o beneficios por cumplimiento.	Importante a medio plazo				■				■				■				■

## Programa 2.2 Marketing y comunicación

Definir las acciones de marketing y comunicación que contribuyan a mejorar la captación de turistas obteniendo la mejor relación entre cantidad y gasto promedio para incrementar la captación de divisas, el producto bruto geográfico y la creación de empleo en la provincia. Se trata de formular la propuesta ideal para atraer a los turistas deseados.

<b>N° de Proyecto:</b> 2.2.1	<b>Nombre:</b> Inteligencia de Mercados y Plan de Marketing del Destino Tierra del Fuego
<b>Programa al que pertenece:</b> Marketing y comunicación	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento de Marketing	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirección de Promoción Turística</li><li>• Dirección de Comunicación y Prensa</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cámaras y Asociaciones Empresariales</li><li>• Agencia de Desarrollo Ushuaia</li><li>• MINTURDEP</li><li>• Instituto de Promoción Turística (INPROTUR)</li></ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 8</li><li>• 12</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identidad e Integración</li><li>• Innovación</li><li>• Gestión inteligente</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>La provincia de Tierra del Fuego cuenta con un caudal variado y muy atractivo de propuestas turísticas que, al no estar organizadas en una campaña que abarque desde lo general a lo particular, están limitando su potencial. Para maximizar el porcentaje de conversión de venta de productos turísticos, se debe otorgar un enfoque estratégico tanto a los mercados a abordar como a las propuestas provinciales y de cada ciudad. En consecuencia, es necesario implementar un plan de campañas promocionales con objetivos definidos.</p>	
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar un plan de trabajo en el cual se contemplen productos turísticos independientes por zona y portfolio de productos en general y complementarios entre sí.</li><li>• Diferenciar y cruzar los mercados a los que se dirige cada propuesta.</li></ul>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Río Grande</li><li>• Tolhuin</li><li>• Ushuaia</li><li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li></ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Turistas nacionales</li><li>• Turistas internacionales</li><li>• Residentes locales / provinciales</li></ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Rediseño de imagen institucional, adecuación de imagen de marca y pautas de comunicación.	Inmediata	■	■															
Realización de una investigación de mercado con actualización de productos turísticos por zona.	Inmediata		■							■								
Realización de una investigación actualizada de mercados históricos, reales y potenciales de turistas.	Inmediata	■	■										■	■				
Elaboración de una estrategia general que incluya planes independientes, compartidos y cruzados de promoción de productos y mercados.	Inmediata			■													■	
Implementación de dicha estrategia.	Prioritaria				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Campaña exclusiva: "La Fiesta del Invierno" con proyección nacional e internacional.	Prioritaria		■			■				■				■				
Cronograma de fiestas regionales presentadas como ciclos para turistas en general.	Prioritaria	■				■				■				■				
Elaboración de agenda de medios locales, nacionales e internacionales para comunicación periódica que promocionen eventos turísticos.	Prioritaria			■						■								
Creación de una estrategia comercial de venta a través de portales propios, agencias de viajes online (OTAS por sus siglas en inglés) y otros intermediarios. Actualización bianual.	Importante a medio plazo		■	■								■	■					

<b>N° de Proyecto:</b> 2.2.2	<b>Nombre:</b> Fortalecimiento y apropiación de la Marca Destino
<b>Programa al que pertenece:</b> Marketing y comunicación	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Promoción y Eventos	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento de Marketing</li> <li>• División de Diseño Digital</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Prensa y Comunicación de Gobierno</li> <li>• Cámaras de comercio municipales</li> <li>• Sistema de medios públicos de Gobierno</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El concepto de marca se construye primero haciéndose fuerte a nivel local, para luego expandirse hacia afuera. Por eso es necesario construir desde un nivel provincial con otras dependencias de Gobierno para generar una "unidad" marca destino. Rediseñar la marca destino implica no solo la estética, sino, lograr consolidar el concepto en el público en general. Relanzando la marca destino y creando alianzas con otras para potenciarse mutuamente, es posible darle la fuerza necesaria para transmitir todos los valores turísticos que tiene la provincia, y también, posicionar ciudades emergentes en el imaginario de los mercados objetivo.	
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar herramientas a la marca para lograr el posicionamiento definitivo tanto a nivel provincial como nacional.</li> <li>• Alcanzar la apropiación de la marca desde el Gobierno, los diferentes sectores públicos y privados, turísticos y no turísticos.</li> </ul>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Posicionamiento de la marca en el ámbito provincial local puntualizando en Tolhuin y Rio Grande para lograr su apropiación.	Prioritaria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Posicionamiento de la marca destino en el ámbito nacional e internacional, y posibilidades de asociación con otras marcas destino y con otros organismos.	Prioritaria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Elaboración de una estrategia de marca conjunta con productos y servicios vinculados a la actividad turística.	Prioritaria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Nº de Proyecto: 2.2.3	Nombre: Promoción del destino con cooperación del sector privado
Programa al que pertenece: Marketing y comunicación	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Promoción Turística	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• División Relaciones Institucionales</li> <li>• Dirección Provincial de Desarrollo y Gestión Zona Centro y Norte</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámara y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> <li>• Agencia de Desarrollo Ushuaia</li> <li>• Empresas Turísticas Particulares</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las acciones de cooperación público-privada permiten optimizar los recursos destinados a la promoción y alcanzar mayor público objetivo. El sector privado de Tierra del Fuego demuestra interés en participar activamente en acciones promocionales con el fin de incrementar el turismo en toda la provincia. La experiencia exitosa de iniciativas promocionales impulsadas por el sector privado, demuestra que una nueva campaña en conjunto con este sector permite potenciar los resultados.	
<b>Objetivos:</b> Conformar un ecosistema de colaboración y participación activa entre el IN.FUE.TUR. y los principales representantes de la actividad privada de la provincia con el fin de generar más y mejores propuestas para el turismo en general.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Relevamiento de principales actores de la actividad privada organizados por rubro y zona. Actualización cada dos años.	Inmediata																	
Relevamiento de acciones en conjunto desarrolladas hasta el momento, sus características y resultados.	Inmediata																	
Creación de un programa de colaboración mutua con el fin de potenciar la promoción turística de la provincia y de ciudades determinadas.	Inmediata																	
Convocatoria a participantes del sector privado a incorporarse en el plan promocional.	Prioritaria																	
Implementación y seguimiento del programa.	Prioritaria																	

<b>N° de Proyecto:</b> 2.2.4	<b>Nombre:</b> Promoción del destino con cooperación de organismos nacionales y regionales
<b>Programa al que pertenece:</b> Marketing y comunicación	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento de Marketing	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Promoción Turística</li> <li>• Secretaría de Política Externa</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipios</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> <li>• Secretaría de Promoción del MINTURDEP</li> <li>• Ente Patagonia</li> <li>• INPROTUR</li> <li>• Consejo Federal de Turismo (CFT)</li> <li>• DNA - DNPEA (Cancillería)</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Basados en el gran potencial que tiene la región patagónica y el país en general en materia de propuestas turísticas, es importante realizar, actualizar y generar nuevos acuerdos con diferentes entidades públicas de distintos niveles, con el objetivo de fortalecer la comunicación e imagen de la provincia y su región.	
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el destino y su zona</li> <li>• Diseñar una estrategia de promoción de la oferta del destino en acciones regionales, nacionales e internacionales</li> </ul>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño de una propuesta de acciones multisectoriales para implementar en conjunto con el Ministerio de Relaciones Internacionales de la Nación.	Prioritaria	■				■				■				■			
Realización de un acuerdo con las demás provincias de la región patagónica para implementar un programa de competencia regional para fortalecer la imagen y comunicación de la Patagonia y su marca.	Prioritaria		■	■			■	■			■	■			■	■	
Identificación de las acciones, servicios y/o personalidades para sumar a Marca País.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Diseño de un plan de colaboración con TDF Film Commission.	Prioritaria	■	■							■						■	

<b>Nº de Proyecto:</b> 2.2.5	<b>Nombre:</b> Comunicación estratégica para la difusión del destino
<b>Programa al que pertenece:</b> Marketing y comunicación	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Comunicación y Prensa	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Promoción y Eventos</li> <li>• Dirección de Coordinación Ejecutiva Bs. As.</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• INPROTUR</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Existe una respuesta altamente positiva por parte de turistas de todo el mundo para visitar Tierra del Fuego. Por ese motivo, resulta de interés ampliar las propuestas de destinos dentro de la provincia y, a la vez, extender las temporadas altas. Para lograrlo, se requiere definir plan de acción de promoción a través de medios de comunicación que contemplen todas las posibilidades y canales para poder llegar, con diferentes formatos, a público en general y poder, a la vez, implementar campañas diferenciadas por contenido y mensaje según el medio, el público y el presupuesto destinado para tal fin.	
<b>Objetivos:</b> Desarrollar una planificación sólida y con proyección de campañas de promoción turística organizadas por medios y contenidos según los objetivos y mercados buscados.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Plan de medios online y offline, nacionales e internacionales con pautas establecidas.	Importante a medio plazo																
Creación de campañas publicitarias para público local. Incluye todos los medios.	Importante a medio plazo																
Creación de campañas publicitarias para público nacional. Incluye todos los medios.	Importante a medio plazo																
Creación de campañas publicitarias para público internacional. Incluye todos los medios.	Prioritaria																
Plan de acciones a implementar en medios digitales: blogs, RR. SS., webs, etc.	Prioritaria																
Seguimiento y control de resultados de las acciones en medios digitales.	Prioritaria																
Incorporación de canales y medios innovadores que generen feedback permanente, por ejemplo: geolocalizadores, sitios de opiniones y preguntas.	Prioritaria																
Campañas de promoción con intervención de personas: prensa, influencers, etc.	Prioritaria																
Actualización, selección y mantenimiento del banco de imágenes.	Importante a medio plazo																

Nº de Proyecto: 2.2.6	Nombre: Información al turista online
Programa al que pertenece: Marketing y comunicación	
Área/s responsable/s del proyecto: Dirección de Comunicación y Prensa	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Contenido</li> <li>• Dirección de Informática</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Panalsoft</li> </ul>	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<p><b>Descripción y Marco Institucional:</b>  Las herramientas digitales son un medio de excelencia para entablar relación directa con el turista. Estos medios pueden gestionarse para maximizar el poder del contacto personal y ofrecer un abanico de posibilidades de contenidos en diferentes formatos y con distintos fines.  El uso de estas herramientas pone al alcance de todos los usuarios la posibilidad de obtener información, recomendaciones, hacer consultas, etc.; y brindarles atención personalizada según sus intereses, a través de traducciones en diferentes idiomas y con la inteligente utilización de perfiles en redes sociales.</p>	
<p><b>Objetivos:</b>  Potenciar y maximizar los canales digitales actuales y los que vayan surgiendo, con el fin de que turistas locales, nacionales y de todo el mundo puedan obtener al momento toda la información que requieran y que sea actual y de fácil acceso.</p>	
<p><b>Destinos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Establecimiento de un proceso de actualización permanente del sitio web; propuestas gastronómicas, de actividades y de alojamiento y de información general relacionada con el turismo de Tierra del Fuego y de cada una de las ciudades destacadas para tal fin.	Inmediata		█				█				█				█		
Establecimiento de un proceso de actualización permanente del material descargable que ofrece todo tipo de información al turista, procurando que esos archivos estén optimizados para personas con discapacidad (dislexia, poca visión, etc.).	Inmediata		█								█						
Traducción del sitio web <a href="https://www.findelmundo.tur.ar">https://www.findelmundo.tur.ar</a> a los idiomas inglés, francés y portugués.	Inmediata		█	█	█						█	█					
Incorporación de tecnología asistida por intermedio de lectores de pantalla con voz para posibilitar a las personas con limitaciones en la visión y/o motriz.	Prioritaria		█	█													
Planificación y creación de piezas gráficas de diseños, videos y otras presentaciones digitales para participar en ferias internacionales o publicidad o promoción en sitios de la misma temática.	Importante a medio plazo		█	█							█	█					
Creación e implementación de una estrategia de comunicación en medios digitales que creen una interacción con los seguidores a través de publicaciones diversas. Incluir el idioma inglés en las publicaciones.	Inmediata		█		█		█		█		█		█		█		█
Planificación y actualización del mix de contenidos a publicar: imágenes, videos, fotos, gráficas, acciones.	Inmediata						█				█				█		

Nº de Proyecto: 2.2.7	Nombre: Información al turista offline
Programa al que pertenece: Marketing y comunicación	
Área/s responsable/s del proyecto: División Capacitaciones	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• División Relaciones Institucionales</li> <li>• Dirección de Coordinación Ejecutiva Zona Centro y Norte</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipios</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Agencia de Desarrollo Ushuaia</li> </ul>	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<p><b>Descripción y Marco Institucional:</b> La atención personalizada es fundamental para guiar a los turistas según sus intereses, para lo cual se necesitan oficinas de atención en sitios diferentes tanto a nivel provincial como nacional, con el fin de brindar al viajero información completa y actualizada. Estas oficinas deben contar con agendas de trabajo para diseñar, imprimir y distribuir el material necesario para cumplir con esta función en cada boca de atención.</p>	
<p><b>Objetivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveer a los sitios de atención al turista el material necesario con información actualizada y completa.</li> <li>• Evaluar nuevos puntos de atención para diversificar los puestos; todos deben ser aptos para recibir turismo internacional.</li> </ul>	
<p><b>Destinos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Antártida</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Relevamiento y actualización del banco de imágenes para las acciones inherentes al programa de promoción.	Prioritaria																
Creación de material para proveer a oficinas locales y de representación nacional e internacional considerando información actual y realizada en los idiomas español e inglés.	Prioritaria																
Organización de la logística de distribución de dicho material. Implementación y seguimiento.	Prioritaria																
Relevamiento de los puestos actuales de interacción con los turistas e incorporación de oficinas en lugares turísticos en las que no haya actualmente.	Prioritaria																
Capacitación a las personas de atención al turista en información local, de otras ciudades turísticas vecinas y de la provincia en general.	Inmediata																
Incorporación de personal bilingüe en todos los puestos de atención al turista. Control permanente.	Inmediata																
Planificación de la participación en ferias nacionales e internacionales de turismo.	Prioritaria																

### Programa 2.3 Relación con los mercados - Promoción comercial

Desarrollar una estrategia de comercialización para mejorar la capacidad del destino de ser elegido, acercando los productos turísticos de Tierra del Fuego a la demanda real y potencial, a través de la consolidación de los canales de distribución, la promoción comercial, las asociaciones estratégicas y el vínculo directo con el público objetivo a través de las redes sociales.

<b>Nº de Proyecto:</b> 2.3.1	<b>Nombre:</b> Fortalecimiento Comercial
<b>Programa al que pertenece:</b> Relación con los mercados - Promoción comercial	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> División Relaciones Institucionales	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• División Capacitaciones</li><li>• Dirección de Promoción y Eventos</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 8</li><li>• 12</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identidad e Integración</li><li>• Sustentabilidad</li><li>• Innovación</li><li>• Gestión inteligente</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Mantener la provincia de Tierra del Fuego como un destino turístico destacado a nivel mundial requiere de acciones dirigidas en forma estratégica, coordinadas por grupos de personas que, mediante capacitaciones periódicas, tengan un sólido asesoramiento sobre la información de las propuestas turísticas a nivel provincial, las características de ciudades en particular y la oferta de productos artesanales que los representan.	
<b>Objetivos:</b> Establecer una estrategia de comercialización que incluya capacitación y convocatoria a actuales y nuevos representantes de venta, con el fin de actualizar y maximizar las posibilidades de comercialización del destino, sus ciudades y productos habilitados.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Río Grande</li><li>• Tolhuin</li><li>• Ushuaia</li><li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li></ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Turistas nacionales</li><li>• Turistas internacionales</li><li>• Residentes locales / provinciales</li></ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Relevamiento de operadores y representantes de ventas de productos turísticos fueguinos en diferentes niveles.	Inmediata																	
Investigación de mercado en relación a operadores que estén vendiendo otros destinos y no Tierra del Fuego.	Inmediata																	
Investigación de mercado sobre formas de comercialización de destinos competidores directos e indirectos.	Inmediata																	
Creación de propuesta comercial para operadores y vendedores con escala de premios o beneficios.	Prioritaria																	
Planificación de reuniones virtuales y presenciales para capacitación y acuerdos comerciales.	Importante a medio plazo																	
Seguimiento y control de resultados y relevamiento de opiniones a través de encuestas periódicas.	Importante a largo plazo																	
Estrategia del plan de comercialización creado en conjunto con participantes del ámbito público, privado, emprendedores y autónomos, haciendo énfasis en las producciones locales.	Importante a medio plazo																	

Nº de Proyecto: 2.3.2	Nombre: Generadores de contenido, formadores de opinión locales (influencers, fotógrafos)
Programa al que pertenece: Relación con los mercados - Promoción comercial	
Área/s responsable/s del proyecto: Departamento de Promoción y Eventos	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Redes Sociales e Imagen</li> <li>• Departamento de Marketing</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable:	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Actualmente, es indiscutible el poder de convocatoria que originan los perfiles en las redes sociales a nivel mundial. Una estrategia de promoción que incluya a usuarios independientes y que actúen de representantes y vendedores del destino y sus propuestas, a través de la metodología de "social selling" en un marco organizado y dirigido a través del IN.FUE.TUR, es una herramienta indispensable para potenciar el destino por medio de las nuevas tendencias de acceso a la información. El "Social Selling" es la utilización de los medios sociales digitales que tienen como objetivo organizar una comunidad para generar empatía, interactuar con potenciales clientes y proyectar relaciones con fines comerciales.	
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender el turismo a través de turistas.</li> <li>• Generar campañas de promoción y venta basadas en las acciones de comunicación e interacción de viajeros locales, nacionales e internacionales a través de sus perfiles en redes sociales.</li> </ul>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Relevamiento de influencers relacionados con viajes y diferentes clases de turismo.	Inmediata																	
Creación de una campaña de <i>social selling</i> que incluya tabla de premios por objetivos de venta.	Inmediata																	
Convocatoria a participar de la campaña de <i>social selling</i> con objetivo promocional y comercial a individuos que cumplan con determinadas características.	Inmediata																	
Creación de alianzas colaborativas con actores privados y sus productos y/o servicios comercializables.	Inmediata																	
Formación, capacitación y comienzo de implementación de la campaña propuesta.	Prioritaria																	
Creación y planificación de distribución del material necesario para la implementación de la campaña.	Prioritaria																	
Creación de una plataforma digital de gestión para registro, implementación y seguimiento para cada participante.	Prioritaria																	
Seguimiento de la implementación de la campaña y control de resultados.	Importante a medio plazo																	
Control de monetización de la implementación de la campaña.	Prioritaria																	
Acciones de motivación: sorteos entre representantes de venta, concursos de venta, de cantidad de miembros de su comunidad, etc.	Importante a medio plazo																	
Evento virtual de participantes con premios según performance.	Importante a largo plazo																	

Nº de Proyecto: 2.3.3	Nombre: Asociaciones estratégicas nacionales e internacionales
Programa al que pertenece: Relación con los mercados - Promoción comercial	
Área/s responsable/s del proyecto: Departamento de Marketing	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• División Relaciones Institucionales</li> <li>• Secretaría de Política Externa</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable:	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 17</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las empresas de viajes y turismo generan un vínculo con los destinatarios, que debe ser potenciado para fortalecer la promoción comercial de la provincia de Tierra del Fuego. Un plan de capacitaciones y acompañamiento a estas empresas puede otorgarles herramientas que les permitan maximizar los resultados en venta y promoción del destino.	
<b>Objetivos:</b> Diseñar e implementar una estrategia óptima de promoción a nivel mundial seleccionando medios y mercados por prioridad y viabilidad.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Desarrollo de una investigación de mercado sobre los turistas históricos y su influencia en todas las áreas.	Prioritaria	█	█	█														
Desarrollo de una investigación sobre los mercados nacionales e internacionales actuales y potenciales, por prioridad.	Prioritaria	█	█	█														
Realización de una investigación de mercado sobre medios de prensa internacionales utilizados por los destinos más importantes del mundo para su promoción.	Prioritaria	█	█															
Elaboración de una propuesta de medios de prensa internacionales que contemple proyección, presupuesto y medición de resultados.	Prioritaria				█	█								█				

<b>Nº de Proyecto:</b> 2.3.4	<b>Nombre:</b> Marketplace del Fin del Mundo
<b>Programa al que pertenece:</b> Relación con los mercados - Promoción comercial	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> División de Relaciones Institucionales	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Comunicación y Prensa</li> <li>• Departamento de Marketing</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MINTURDEP</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las plataformas de venta online son un canal muy productivo que avanza en franco crecimiento. Aprovechando esta nueva tendencia, el desarrollo de una plataforma de <i>e-commerce</i> del IN.FUE.TUR que ofrezca a los turistas la posibilidad de adquirir experiencias, hospedaje, pasajes y traslados desde cualquier parte del mundo, en cualquier momento y con diferentes opciones de medios de pago, permite el contacto directo con los turistas y proporcionar información del destino oficial, completa, veraz y oportuna.	
<b>Objetivos:</b> Crear e implementar un marketplace de la provincia de Tierra del Fuego que comercialice servicios turísticos.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Implementación de una tienda online para comercializar servicios turísticos de la provincia.	Importante a medio plazo	■	■	■														
Desarrollo de la propuesta de participación a todos los potenciales proveedores de servicios turísticos de la provincia.	Importante a medio plazo			■	■	■					■				■			
Registro y capacitación para los proveedores para gestionar su mini sitio.	Importante a medio plazo					■				■				■				
Campaña de promoción nacional del marketplace.	Importante a largo plazo						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Campaña de promoción internacional del marketplace.	Importante a largo plazo									■	■	■	■	■	■	■	■	■
Estadísticas, control y actualización de venta de propuestas turísticas.	Importante a largo plazo									■	■	■	■	■	■	■	■	■

## Eje 3: Gestión del IN.FUE.TUR. y su relación con actores clave

### Programa 3.1 Gestión Interna

La programación de la Gestión Interna propone una gobernanza eficiente del IN.FUE.TUR. como organismo provincial encargado de la planificación y gestión del destino turístico. Esto incluye la sensibilización y la orientación en materia de calidad, la promoción de un turismo sostenible y ético; y una gobernanza corporativa, eficaz y transparente en cuanto a prácticas financieras, administrativas y de recursos humanos. Asimismo, una ejecución rápida y flexible, con un seguimiento del rendimiento de cuentas tanto individual como colectivo y la evaluación de la gestión en su conjunto.

<b>Nº de Proyecto:</b> 3.1.1	<b>Nombre:</b> Organización interna a partir de la implementación del PETS
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Interna	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Presidencia IN.FUE.TUR.	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Política Interna</li> <li>• Secretaría de Política Externa</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Finanzas Públicas</li> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología</li> <li>• Ministerio de Salud</li> <li>• Ministerio de Gobierno, Justicia y Derechos Humanos</li> <li>• Municipios / Asociación Vecinal Puerto Almanza</li> <li>• Secretaría de Malvinas, Antártida e Islas del Atlántico Sur y Asuntos Internacionales</li> <li>• DPP</li> <li>• Ministerio de Obras Públicas</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• INPROTUR</li> <li>• CFT</li> <li>• CFI</li> <li>• UNTDF</li> <li>• APN</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El liderazgo y la gestión interna del IN.FUE.TUR. requieren de una gobernanza eficaz y transparente en lo que refiere a prácticas financieras, administrativas y de sus recursos humanos. El contexto y la dinámica actual del sector turístico demandan también una ejecución rápida y flexible, y sistemas de seguimiento y evaluación de la gestión. Una gobernanza eficiente en turismo implica considerar los principios de gobernanza aceptados a nivel nacional e internacional y actuar de acuerdo a las funciones y mandatos a su cargo. El IN.FUE.TUR. tendrá también la responsabilidad de gestionar los recursos disponibles tanto humanos como financieros y tecnológicos con diligencia y efectividad.	
<b>Objetivos:</b> Dirigir eficazmente al IN.FUE.TUR. en los distintos niveles de autoridad, mediante formas de trabajo eficientes, transparentes y sujetas a la rendición de cuentas, que permitan realizar las metas de interés común planificadas.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> </ul>	

- Turistas internacionales
- Residentes locales / provinciales

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Implementación y seguimiento de la Plataforma de Gestión del Plan.	Inmediata	■	■	■	■													
Elaboración del presupuesto del IN.FUE.TUR. por proyectos.	Importante a medio plazo					■	■	■	■									
Análisis de organigrama y reestructuración de áreas.	Prioritaria			■	■	■	■											
Fortalecimiento interno.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gestión de la calidad interna: procedimientos y registros.	Inmediata	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>N° de Proyecto:</b> 3.1.2	<b>Nombre:</b> Modernización de los sistemas internos
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Interna	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Informática	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento de Infraestructura</li> <li>• Directora de Comunicación y Prensa</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CENTEC</li> <li>• Panalsoft</li> <li>• Nómadesoft</li> <li>• Empresas de informática</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La gestión interna del IN.FUE.TUR. orientada a la excelencia realiza una planificación para la transformación digital y adopción organizacional de herramientas tecnológicas de vanguardia. Esto implica desarrollar las habilidades y competencias requeridas para implementar, administrar y mantener operativo y actualizado el hardware, software y dominios web del organismo.	
<b>Objetivos:</b> Fortalecer las capacidades analíticas y de control mediante la modernización de sistemas y digitalización de procesos.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Plan de transformación digital y modernización.	Inmediata																
Definición e implementación de políticas de seguridad y respaldo de la información.	Inmediata																
Plan de sustitución y mantenimiento preventivo.	Prioritaria																
Plan de mantenimiento correctivo.	Inmediata																
Renovación y adquisición de software.	Prioritaria																
Renovación y adquisición de dominios web.	Inmediata																

<b>Nº de Proyecto:</b> 3.1.3		<b>Nombre:</b> Revisión de las fuentes de financiación interna	
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Interna			
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Secretaría de Política Interna		<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección Provincial de Coordinación Administrativa y Financiera</li> <li>• Director/a de Finanzas</li> </ul>	
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Finanzas Públicas</li> <li>• Agencia de Recaudación Fuegoquina (AREF)</li> </ul>			
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>		<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>	
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La gestión económica y financiera del IN.FUE.TUR. contempla la generación autónoma de ingresos externos y la supervisión del avance de estos con diligencia y efectividad. Los procesos de información regular y rendimiento de la ejecución forman parte de la revisión y rediseño de las fuentes específicas.			
<b>Objetivos:</b> Asegurar la sostenibilidad económica de la gestión del IN.FUE.TUR. mediante fuentes de financiamiento internas y asignación específica con independencia del presupuesto provincial.			
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>			
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>			

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Concesiones y bienes del Estado.	Inmediata	■	■	■	■												
Tasas, cánones y multas.	Prioritaria			■	■	■	■	■	■								
Facilitación de formas de pago.	Prioritaria			■	■												
Fondo Mixto de Turismo con el objeto de promover y fomentar la oferta turística provincial. Revisión de la Ley Nº 587 y eventual actualización (mixto).	Inmediata			■	■	■	■	■	■								

Nº de Proyecto: 3.1.4	Nombre: Desarrollo de capital humano
Programa al que pertenece: Gestión Interna	
Área/s responsable/s del proyecto: Departamento de Recursos Humanos	Corresponsables internos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Secretaría de Política Interna</li> <li>Departamento Calidad y Capacitación</li> </ul>
Organización, Institución o Empresa corresponsable:	
ODS con el que se relaciona: <ul style="list-style-type: none"> <li>4</li> <li>8</li> <li>12</li> </ul>	Premisas: <ul style="list-style-type: none"> <li>Sustentabilidad</li> <li>Gestión inteligente</li> </ul>
<p><b>Descripción y Marco Institucional:</b>  La gestión del capital humano del IN.FUE.TUR. genera una dotación de personal de acuerdo con un diseño organizacional óptimo centrado en las funciones y responsabilidades de los colaboradores. La formación y capacitación continua, así como la orientación e inducción para nuevos ingresantes, guían hacia un modelo de organización basado en el conocimiento y de referencia para los múltiples actores del sector.  Las capacidades requeridas varían en cada nivel de decisión; en los niveles superiores es fundamental determinar las habilidades blandas que facilitan la gestión de la incertidumbre. Por un lado, los métodos y herramientas para abordar situaciones mediante el pensamiento sistémico y divergente, así como el trabajo en equipo de manera presencial y remota. Por otro lado, las competencias analíticas que resultan imprescindibles dominar para la toma de decisiones basadas en evidencias e información.</p>	
<p><b>Objetivos:</b>  Asegurar las competencias y capacidades del capital humano del IN.FUE.TUR. para garantizar la ejecución óptima de las actividades requeridas por el Plan Estratégico.</p>	
<p><b>Destinos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Río Grande</li> <li>Ushuaia</li> </ul>	
<p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prestadores de servicios turísticos</li> <li>Turistas nacionales</li> <li>Turistas internacionales</li> <li>Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Identificación de necesidades según competencia y responsabilidades.	Inmediata	■	■	■	■													
Plan de formación.	Prioritaria			■	■	■	■											
Inducción y formación interna.	Prioritaria					■	■	■	■									
Alianzas con instituciones académicas y de intercambio de formación.	Importante a medio plazo					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

### Programa 3.2 Gestión Externa

La gestión externa del IN.FUE.TUR. implica aprovechar y encauzar los esfuerzos y la energía de los agentes interesados en un proyecto colectivo a futuro del sector turístico en la Provincia de Tierra del Fuego. Esto incluye trazar una estrategia para comunicar y defender las ventajas y los principios de una gestión compartida promoviendo las alianzas público-privadas.

Liderar significa también sentar las bases políticas sobre las cuales se tomarán las decisiones a mediano y largo plazo en materia turística, y se hará frente a los posibles desafíos y situaciones de crisis que puedan presentarse. Para ello, es clave gestionar y analizar la información relevante en cuanto a estadísticas y tendencias sectoriales, a los efectos de anticiparse a los hechos, o bien actuar con celeridad y responsabilidad frente a estos.

Asumir un rol de liderazgo en un destino turístico implica, además, poner el foco en la comunidad local, garantizando su convocatoria en procesos participativos, garantizando una relación de mutuo beneficio y promoviendo la cultura turística en el destino.

<b>Nº de Proyecto:</b> 3.2.1	<b>Nombre:</b> Gobernanza participativa
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Externa	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Presidencia IN.FUE.TUR.	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Secretaría de Coordinación Estratégica</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>8</li><li>12</li><li>16</li><li>17</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Identidad e Integración</li><li>Sustentabilidad</li><li>Gestión inteligente</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>La implementación de una gobernanza participativa exige al IN.FUE.TUR. ofrecer una visión estratégica compartida del destino aplicada a la política turística y el plan estratégico de turismo provincial. Esto implica la integración de los agentes interesados tanto en los niveles de consulta como en la ejecución de las actividades, así como en la revisión de resultados.</p> <p>El IN.FUE.TUR. también gestiona los datos del destino, transfiere y comparte conocimiento mediante el seguimiento estadístico y estudios específicos que facilitan la toma de decisiones basada en información objetiva.</p> <p>Asimismo, el IN.FUE.TUR. realiza alianzas con distintos actores con el fin de mejorar la competitividad del destino y el desempeño de su cadena de valor.</p>	
<b>Objetivos:</b> <p>Coordinar con los agentes interesados la aplicación de la política turística y efectivizar el seguimiento de su ejecución tanto en la implementación programática del Plan Estratégico como en la gestión de situaciones no previstas y crisis que afecten al sector turístico.</p>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Río Grande</li><li>Tolhuin</li><li>Ushuaia</li><li>Puerto Almanza / Punta Paraná</li></ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Prestadores de servicios turísticos</li><li>Turistas nacionales</li><li>Turistas internacionales</li><li>Residentes locales / provinciales</li></ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Reorganización y reactivación del Consejo Provincial de Turismo.	Inmediata	■	■	■	■													
Acuerdo para la adopción del Plan como agenda de trabajo.	Prioritaria			■	■													
Participación activa en Ushuaia Bureau.	Prioritaria			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Participación en el Punto Focal de ODS de la provincia.	Prioritaria			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>Nº de Proyecto:</b> 3.2.2	<b>Nombre:</b> Armonización y actualización de normativa
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Externa	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Secretaría de Política Interna	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Coordinación Estratégica</li> <li>• Dirección de Servicios Turísticos</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores de Turismo</li> <li>• Municipios</li> <li>• AREF</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las distintas iniciativas regulatorias que se dieron en el tiempo, sumadas a las diferentes áreas con competencias normativas que inciden en la actividad turística, han generado un complejo entramado regulatorio con superposiciones y, en algunos casos, requerimientos repetidos. La armonización normativa busca simplificar procesos y facilitar nuevas formas de control que aseguren la calidad y competitividad de la oferta turística del destino. Esto implica una mayor inversión en inteligencia aplicada y métodos que aprovechen la información y la cooperación con otras jurisdicciones y carteras del Estado provincial para la armonización y actualización normativa.	
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Simplificar la normativa turística en el marco de las competencias del IN.FUE.TUR.</li> <li>• Formalizar acuerdos de armonización y actualización normativa con otros organismos públicos con competencia directa sobre áreas de la oferta turística.</li> </ul>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Estudio sobre simplificación normativa y áreas de convergencia y/o solapamiento.	Prioritaria																	
Actualización de norma de alojamiento.	Importante a medio plazo																	
Actualización de regulación de guías y turismo aventura.	Importante a medio plazo																	
Formalización de la inclusión de nuevas modalidades de servicios y actividades turísticas.	Importante a largo plazo																	

<b>N° de Proyecto:</b> 3.2.3	<b>Nombre:</b> Formalización y fiscalización turística
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Externa	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Servicios Turísticos	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Calidad y Capacitación</li> <li>• Departamento de Habilitación y Registro</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IN.FUE.TUR</li> <li>• Direcciones de Transporte Municipales</li> <li>• Secretaría de Transporte Provincial</li> <li>• AREF</li> <li>• APN</li> <li>• Direcciones de Habilitaciones Comerciales</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• Secretarías y Direcciones de Turismo Municipales</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>Los requerimientos del mercado turístico y la velocidad en la actualización de las prestaciones obliga a buscar nuevas formas de control que aseguren la calidad y competitividad de la oferta turística del destino. De igual modo, los espacios naturales de uso turístico requieren una protección que obliga la inclusión de estos en la demandada agenda de fiscalización turística.</p> <p>Lo que implica una mayor inversión en inteligencia aplicada y métodos que aprovechen la información y la cooperación con otras jurisdicciones y carteras del Estado provincial para el control de la oferta. Asimismo, es fundamental contar con los recursos económicos que permitan solventar un cuerpo profesional de fiscalizadores.</p>	
<b>Objetivos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer métodos de formalización y seguimiento de la oferta turística en el marco de las competencias del IN.FUE.TUR.</li> <li>• Formalizar acuerdos de fiscalización y seguimiento con otros organismos públicos con competencia directa sobre áreas de la oferta turística.</li> </ul>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Diseño de nuevos métodos de fiscalización y seguimiento.	Inmediata	■	■	■	■													
Identificación de áreas del Gobierno provincial y municipal para la fiscalización cooperada.	Inmediata			■	■	■	■											
Establecimiento de la prioridad de áreas según nivel de conflictividad.	Importante a medio plazo					■	■	■	■									
Formación del cuerpo de fiscalizadores y sumariantes.	Importante a largo plazo									■	■	■	■					
Identificación de formas de financiamiento de las actividades de fiscalización.	Importante a medio plazo			■	■	■	■											

Nº de Proyecto: 3.2.4	Nombre: Comunicación del IN.FUE.TUR. con el Sector Turístico
Programa al que pertenece: Gestión Externa	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Comunicación y Prensa	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Informática</li> <li>• Dirección de Servicios Turísticos</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Comunicación y Prensa</li> <li>• Medios de prensa</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 16</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Partiendo desde la visión estratégica que orienta todo el proceso, la gestión del destino turístico requiere una efectiva comunicación. Para esto, resulta fundamental la difusión de actividades, novedades del sector, avances y logros, ya sean propios o compartidos, que fomenten la gestión sustentable del destino. El sitio web institucional funciona como el canal de convergencia y difusión de todas las actuaciones del IN.FUE.TUR. potenciado por las continuas interacciones en redes sociales. La comunicación institucional también incluye la información y estudios sobre el destino difundidos por el IN.FUE.TUR., según los diferentes intereses y necesidades de las audiencias.	
<b>Objetivos:</b> Difundir toda información y acción del IN.FUE.TUR. con el fin de orientar y conducir las actuaciones de todas las partes interesadas hacia una gestión turística competitiva y sustentable.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Incorporación de un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM por sus siglas en inglés).	Prioritaria																	
Actualización de la base de datos de contactos.	Inmediata																	
Evolutivo de la web institucional <a href="https://infuetur.gob.ar/">https://infuetur.gob.ar/</a> responsive conectado a las áreas de gestión.	Prioritaria																	
Gestión de redes sociales institucionales.	Prioritaria																	
Imagen de marca y aplicativos.	Inmediata																	

<b>Nº de Proyecto:</b> 3.2.5	<b>Nombre:</b> Corresponsabilidad y cooperación
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión Externa	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Presidencia IN.FUE.TUR.	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Coordinación Estratégica</li> <li>• Director/a Planificación y Desarrollo Turístico</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vialidad Nacional / Provincial</li> <li>• Municipios</li> <li>• DPP</li> <li>• Ministerio de Seguridad</li> <li>• Ministerio de Salud</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• DNA</li> <li>• DNPEA</li> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Ministerio de Economía</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 16</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La gestión del IN.FUE.TUR. como responsable del turismo provincial se encuentra sujeta y, en muchos casos, limitada por una multiplicidad de áreas y competencias gubernamentales de otras carteras de gobierno a nivel provincial que inciden directamente en la realidad turística. Muchas decisiones tomadas en las áreas de hacienda, puertos, vialidad, seguridad, salud y transporte afectan de manera directa al sistema turístico. Además, en las jurisdicciones municipales y las nacionales las carteras de turismo se encuentran en una situación similar a la provincial, esto agrega un entramado complejo con una necesidad de cooperación y la identificación de responsabilidades compartidas.	
<b>Objetivos:</b> Establecer los canales, relaciones, acuerdos y acciones compartidas que faciliten la implementación de todos los ejes del plan estratégico de turismo de la provincia.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Elaboración y firma de un documento consensado de apoyo al Plan con todas las partes interesadas, organizaciones intermedias y organismos públicos vinculados a la actividad turística.	Inmediata		■															
Acuerdos específicos de corresponsabilidad en la implementación de las acciones del PETS.	Prioritaria			■	■	■												
Impulso de la creación de redes y formalización de su agenda de trabajo.	Prioritaria					■	■	■	■	■	■							
Desarrollo de un sistema de gestión de recomendaciones y reclamos.	Importante a medio plazo									■	■	■						
Impulso de la creación de asociaciones dentro del sector.	Importante a largo plazo			■				■				■						■

## Eje 4: Cooperación transversal con el sector e Integración horizontal de la gestión gubernamental y legislativa

### Programa 4.1 Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional

Mejorar las condiciones sobre las que se sustenta la actividad turística en el destino, entendiendo al turismo como una actividad que para su desarrollo requiere de la intervención de otros organismos de diferentes niveles gubernamentales, no solo en el plano ejecutivo, sino también en lo que respecta a la gestión legislativa.

<b>Nº de Proyecto:</b> 4.1.1	<b>Nombre:</b> Cooperación para el turismo antártico
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Secretaría de Política Externa	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• División Turismo Antártico</li> <li>• Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DPP</li> <li>• DNA - Cancillería</li> <li>• DNPEA - Cancillería</li> <li>• UNTDF</li> <li>• Secretaría Provincial de Malvinas, Antártida, Islas del Atlántico Sur y Asuntos Internacionales</li> <li>• Municipalidad de Ushuaia</li> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Cámaras y Asociaciones de Prestadores Turísticos</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 14</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El desarrollo del Turismo Antártico demanda la articulación político institucional de los niveles de gestión provincial y nacional, para poner en valor su aprovechamiento turístico. Esto implica no solo la actividad de cruceros hacia ese continente, sino también la gestión de los recursos en la provincia, especialmente en la ciudad de Ushuaia, que se destaca como la puerta de entrada más competitiva a la Antártida.	
<b>Objetivos:</b> Establecer un espacio de diálogo y gestión interinstitucional para el desarrollo del Turismo Antártico que coordine acciones entre la provincia y la nación para la mejora de los procesos de gestión, las regulaciones aplicables y la creación o puesta en valor de los recursos turísticos asociados.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Creación y coordinación de una mesa interinstitucional para el desarrollo del Turismo Antártico.	Inmediata	■	■															
Definición de un Relato Antártico Nacional y su relación con Tierra del Fuego para la elaboración de contenido y material de divulgación.	Prioritaria		■	■														
Creación del Centro Antártico para Visitantes en la ciudad de Ushuaia.	Importante a largo plazo					■	■	■	■									
Coordinación para la mejora de la gestión ambiental y la prevención de la introducción de especies no nativas.	Inmediata			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Gestión para la inclusión de productos locales para el abastecimiento de los buques antárticos.	Importante a medio plazo			■	■	■	■											

<b>N° de Proyecto:</b> 4.1.2	<b>Nombre:</b> Articulación para el ordenamiento territorial
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Secretaría de Coordinación Estratégica	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Gestión del Destino</li> <li>• Departamento Desarrollo de la Oferta</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AREF - Tierras Fiscales</li> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente Provincial</li> <li>• Municipios / Asociación Vecinal Puerto Almanza</li> <li>• IN.FUE.TUR.</li> <li>• Agencia de Desarrollo Ushuaia</li> <li>• CFI</li> <li>• BID</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• APN</li> <li>• Compromiso Onashaga</li> <li>• Prefectura Naval Argentina</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> <li>• 14</li> <li>• 15</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La gestión para el desarrollo de nuevos productos, o para el mejoramiento o preservación de los existentes, requiere de procesos cooperativos entre los diferentes organismos municipales, provinciales y nacionales. Dependiendo de las competencias de cada uno de estos niveles institucionales, resulta imperante la organización de las acciones para lograr el ordenamiento territorial, a través de un accionar conjunto en el plano ejecutivo y también en el legislativo.	
<b>Objetivos:</b> Establecer un proceso de gestión interinstitucional entre los tres niveles de gestión (municipal, provincial y nacional) para articular y facilitar el desarrollo de productos y puesta en valor de los recursos turísticos en el territorio, respetando los límites y restricciones ambientales que establecen los procesos de ordenamiento y planificación.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Definición de un responsable / equipo para la gestión de la coordinación interinstitucional para el ordenamiento territorial.	Inmediata	■																
Formalización de vínculos interinstitucionales por proyectos de gestión definidos.	Inmediata		■															
Análisis de la viabilidad de generar nuevas áreas protegidas en el Canal Beagle y sus costas, para la conservación de ambientes naturales y actividades.	Prioritaria			■	■													
Gestiones para la incorporación de la Reserva Provincial Península Mitre en el Sistema Provincial de Áreas Protegidas.	Prioritaria			■	■	■												
Coordinación de acciones de desarrollo en áreas con potencialidad turística (Puerto Almanza, Yehuin y Cabo San Pablo).	Importante a medio plazo			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Impulso a un proyecto de ley de protección del paisaje.	Importante a medio plazo			■	■													
Formulación del plan de restauración paisajística de sitios degradados.	Prioritaria					■	■											

<b>N° de Proyecto:</b> 4.1.3	<b>Nombre:</b> Articulación para la regularización de las actividades y servicios turísticos
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Dirección de Servicios Turísticos	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Fiscalización y Control</li> <li>• Departamento de Habilitación y Registro</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministerio de Producción y Ambiente</li> <li>• Ministerio de Gobierno, Justicia y DD. HH.</li> <li>• Secretaría de Transporte</li> <li>• AREF</li> <li>• Municipios</li> <li>• Ministerio de Salud</li> <li>• Parque Nacional Tierra del Fuego (PNTDF)</li> <li>• Gendarmería Nacional</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Las actividades y los servicios turísticos requieren de mecanismos de regulación que garanticen la formalidad, calidad y seguridad de estos, sin afectar o dificultar el desempeño de la actividad privada. La competitividad del sector demanda, entre otras acciones, la optimización de la normativa y de los procedimientos de fiscalización para asegurar la mejor calidad con los menores requisitos burocráticos y costos posibles. Además, requiere la ampliación de los controles a los prestadores informales, promoviendo su inclusión en el marco de la oferta regularizada de los destinos de la provincia.	
<b>Objetivos:</b> Simplificar y mejorar los marcos normativos y los procesos de regulación y fiscalización de las actividades y de los servicios turísticos.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> </ul>	

## Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Relevamiento y análisis de las normativas y procedimientos de regulación de las actividades y los servicios turísticos.	Prioritaria	■																
Elaboración de una propuesta de simplificación de los procedimientos de regulación.	Prioritaria		■															
Realización de acuerdos para simplificar trámites entre los organismos intervinientes para registros, habilitaciones y permisos de actividades y servicios turísticos.	Prioritaria			■	■													
Monitoreo de mejora y simplificación de normativa y mecanismos de regulación.	Importante a medio plazo					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Acuerdos binacionales para desarrollar circuitos turísticos regionales y reciprocidad en las líneas de transporte de Argentina y Chile.	Importante a medio plazo			■	■	■	■											

<b>N° de Proyecto:</b> 4.1.4	<b>Nombre:</b> Conectividad aérea y terrestre
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Presidencia	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Secretaría de Política Externa</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aerolíneas Argentinas</li> <li>Otras compañías aéreas</li> <li>MINTURDEP</li> <li>Ministerio de Transporte de la Nación</li> <li>Ministerio del Interior</li> <li>Ministerio de Transporte Provincial</li> <li>Empresas de transporte terrestre</li> <li>Migraciones</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>8</li> <li>11</li> <li>12</li> <li>14</li> <li>15</li> <li>17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sustentabilidad</li> <li>Innovación</li> <li>Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Por tratarse de una isla, la provincia de Tierra del Fuego posee una gran dependencia del transporte aéreo para garantizar los flujos turísticos durante todo el año. En un segundo nivel de importancia, el transporte terrestre enfrenta dificultades relacionadas con el cruce del Estrecho de Magallanes y la gestión migratoria para acceder a través del país hermano de Chile. En este sentido, la gestión ante los organismos competentes y las empresas de transporte requiere de un proceso de diálogo sustentado por la planificación y gestión inteligente que permita proyectar en el mediano y largo plazo un esquema de conexión aérea y terrestre que se pueda sustentar en el tiempo.	
<b>Objetivos:</b> Incrementar y diversificar la conectividad aérea y terrestre hacia la isla para facilitar el acceso al mercado nacional e internacional.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Río Grande</li> <li>Tolhuin</li> <li>Ushuaia</li> <li>Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prestadores de servicios turísticos</li> <li>Turistas nacionales</li> <li>Turistas internacionales</li> <li>Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Articulación con los organismos competentes de la mejora de la conectividad aérea y terrestre del destino Tierra del Fuego con los mercados emisores.	Inmediata																	
Articulación con los organismos competentes de la mejora de los caminos priorizados en el Plan de Manejo de la Reserva Corazón de la Isla.	Importante a medio plazo																	
Mejora de la conectividad y garantía del mantenimiento vial en circuitos de interés turístico.	Prioritaria																	
Desarrollo de señalética turística para ser instalada en rutas provinciales y nacionales.	Importante a medio plazo																	
Desarrollo de opciones de transporte en Tolhuin aprovechando las posibilidades que brinda el Lago Fagnano y el aeroclub.	Importante a largo plazo																	
Mejora de la ruta de acceso a Puerto Almanza / Punta Paraná.	Prioritaria																	

<b>N° de Proyecto:</b> 4.1.5	<b>Nombre:</b> Gestión parlamentaria
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Secretaría de Coordinación Estratégica	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Política Externa</li> <li>• Secretaría de Política Interna</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Congreso Nacional</li> <li>• Legislatura Provincial</li> <li>• Concejos Deliberantes</li> <li>• Gabinete Provincial</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 12</li> <li>• 17</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión Inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El desarrollo coherente, ordenado y sustentable de la actividad turística requiere de un marco normativo y regulatorio organizado en términos sectoriales, para que la actividad privada se pueda desplegar con mayor facilidad y productividad. Esto demanda una articulación permanente entre el poder ejecutivo provincial y los organismos parlamentarios de los niveles nacional, provincial y municipal para dar coherencia al marco regulatorio que afecta al sector y evitar superposiciones, contradicciones, doble impsiciones, entre otras. Esta organización normativa debe regirse por criterios de sustentabilidad, legalidad y formalidad para lograr un progreso armónico de la actividad privada, sin generar trabas e impedimentos que atenten contra el desarrollo económico local y la generación de empleo.	
<b>Objetivos:</b> Establecer un canal de comunicación fluido entre el IN.FUE.TUR. y los organismos legislativos para influir positivamente en la definición de la normativa que afecta al sector, aportando conocimiento, datos e información específicos.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Definición de un equipo de relacionamiento con los organismos legislativos.	Prioritaria		■															
Definición de una estrategia de coordinación legislativa a partir de las definiciones del Proyecto 4.1.3.	Prioritaria			■														
Elaboración de propuestas de mejora de los marcos normativos nacional, provincial y municipal que afectan al sector.	Importante a medio plazo				■	■												
Intervención con los senadores, diputados, legisladores / concejales y sus respectivos cuerpos de asesores.	Importante a largo plazo						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Monitoreo de mejoras sectoriales a partir de la reorganización normativa.	Importante a largo plazo				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

## Programa 4.2 Inversiones turísticas

Facilitar y favorecer la inversión para el desarrollo de la actividad turística, generando las condiciones de oportunidad para que el sector privado pueda desplegar su oferta en el territorio provincial. Esto implica no solo el incremento y aplicación inteligente del financiamiento público y privado, sino también la capacidad del Gobierno provincial de identificar las necesidades y oportunidades en función de su estrategia de desarrollo y de orientar la inversión al logro de los objetivos propuestos.

<b>Nº de Proyecto:</b> 4.2.1	<b>Nombre:</b> Estudio de necesidades y oportunidades de inversiones en Tierra del Fuego
<b>Programa al que pertenece:</b> Inversiones turísticas	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Gestión del Destino	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Departamento Desarrollo de la Oferta</li><li>• Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Secretaría de Planificación Estratégica Provincial</li><li>• CFI</li><li>• BID</li><li>• MINTURDEP</li><li>• Municipios y Asociación Vecinal Puerto Almanza y Punta Paraná</li><li>• UNTDF</li></ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 9</li><li>• 11</li><li>• 12</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identidad e integración</li><li>• Sustentabilidad</li><li>• Innovación</li><li>• Gestión inteligente</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> <p>El turismo en Tierra del Fuego posee diferentes niveles de desarrollo dependiendo de cada destino. Encontramos en un extremo a la ciudad de Ushuaia y su área de influencia ampliamente consolidada como destino nacional e internacional; y a Puerto Almanza / Punta Paraná en el polo opuesto con un desarrollo incipiente. Con un estatus intermedio se encuentran Tolhuin y Río Grande. Esta disparidad en términos de cantidad y calidad en la oferta de servicios requiere de una definición y organización de prioridades de inversión, que genere las condiciones de oportunidad para orientar la inversión privada de forma inteligente y estratégica.</p>	
<b>Objetivos:</b> <p>Fomentar con orientación estratégica la inversión privada para el desarrollo sustentable de la actividad turística provincial, y su consecuente mejora económica y generación de empleo.</p>	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Río Grande</li><li>• Tolhuin</li><li>• Ushuaia</li><li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li></ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Prestadores de servicios turísticos</li><li>• Turistas nacionales</li><li>• Turistas internacionales</li><li>• Residentes locales / provinciales</li></ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Definición de un mapa de oportunidades de inversión privada por destinos.	Prioritaria					■	■											
Formulación de una guía para inversores turísticos de Tierra del Fuego.	Prioritaria							■	■									
Definición de un procedimiento de evaluación de proyectos de inversión.	Prioritaria									■	■							
Desarrollo de un proceso de captación de inversiones turísticas.	Importante a largo plazo									■	■	■	■	■	■	■	■	■

<b>N° de Proyecto:</b> 4.2.2	<b>Nombre:</b> Estrategias de financiamiento para la inversión pública
<b>Programa al que pertenece:</b> Inversiones turísticas	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> Secretaría de Coordinación Estratégica	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Departamento Desarrollo de la Oferta</li> <li>• Departamento Gestión del Destino</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Planificación Estratégica Provincial</li> <li>• CFI</li> <li>• BID</li> <li>• MINTURDEP</li> <li>• Municipios y Asociación Vecinal Puerto Almanza y Punta Paraná</li> <li>• UNTDF</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 9</li> <li>• 11</li> <li>• 12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad e integración</li> <li>• Sustentabilidad</li> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El desarrollo del turismo en Tierra del Fuego requiere permanentemente de inversiones en obras de interés turístico y de infraestructura de soporte de actividad. Esto demanda un accionar organizado y coherente que detecte anticipadamente las necesidades de inversión entendiendo la naturaleza y el nivel de desarrollo en cada uno de los destinos. A su vez, este proceso debe estar acompañado del relevamiento continuo de fuentes de financiamiento local, provincial, nacional e internacional, sumado a una estrategia propia para la creación de nuevas fuentes de recursos económicos.	
<b>Objetivos:</b> Incrementar la asignación de recursos públicos en obras de interés turístico y de infraestructura de soporte a la actividad, a partir de la definición de necesidades de inversión y de la identificación o creación de fuentes de financiamiento.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y Turismo Antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestadores de servicios turísticos</li> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> <li>• Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Elaboración y actualización periódica de un banco de proyectos de inversión pública identificando las necesidades de cada destino.	Importante a medio plazo																	
Relevamiento continuo de las fuentes de financiamiento disponibles tanto a nivel nacional como internacional.	Importante a largo plazo																	
Presentación de los proyectos de obra a los organismos de financiamiento correspondientes.	Importante a largo plazo																	

<b>Nº de Proyecto:</b> 4.2.3	<b>Nombre:</b> Estrategias de financiamiento para la inversión privada
<b>Programa al que pertenece:</b> Inversiones turísticas	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> Departamento Gestión del Destino	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Secretaría de Coordinación Estratégica</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Banco de Tierra de Fuego</li> <li>Banco Nación</li> <li>MINTURDEP</li> <li>Fondos de Garantía</li> <li>Otros bancos privados</li> <li>CFI</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>8</li> <li>9</li> <li>11</li> <li>12</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identidad e integración</li> <li>Sustentabilidad</li> <li>Innovación</li> <li>Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> El sector privado turístico requiere de instrumentos financieros que fomenten la reinversión para sostener y actualizar sus servicios con estándares de calidad que permitan mantener de forma sustentable el nivel de satisfacción de los turistas nacionales e internacionales. Para esto, es necesario articular con las instituciones bancarias y de crédito, las líneas de financiamiento que las empresas y los prestadores de servicios demandan con una estrategia de direccionamiento y fomento de esas inversiones en función de las prioridades de desarrollo.	
<b>Objetivos:</b> Incrementar las posibilidades de financiamiento del sector privado y orientar las inversiones en productos y servicios turísticos con un criterio estratégico.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Río Grande</li> <li>Tolhuin</li> <li>Ushuaia</li> <li>Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prestadores de servicios turísticos</li> <li>Turistas nacionales</li> <li>Turistas internacionales</li> <li>Residentes locales / provinciales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Relevamiento de las necesidades de empresas y PyMES locales para facilitar su reinversión.	Prioritaria																	
Articulación con los organismos de financiamiento (Banco Tierra del Fuego, Banco Nación, Secretaría de Producción, Fondos de Garantía, CFI) de la implementación de tasas preferenciales y otras herramientas para los proyectos turísticos que por sus características y dinamismo revisten especial interés.	Importante a medio plazo																	
Creación de un Fondo Mixto de Turismo con el objeto de promover y fomentar la oferta turística provincial.	Importante a medio plazo																	

## Eje 5: Inteligencia turística

### Programa 5.1 Gestión estadística

Garantizar un enfoque integral basado en datos ciertos para optimizar la gestión y el desarrollo turístico de Tierra del Fuego. Considerando la gran diversidad de partes involucradas e interesadas en el progreso del sistema turístico, la investigación, el estudio de demanda y el conocimiento de la actividad representan herramientas fundamentales para la toma de decisiones. Sin embargo, si el análisis carece de fundamento metodológico y de procedimientos efectivos, los resultados pueden ser inadecuados o imprecisos. El principal objetivo que se pretende es acercarse a la realidad con la mayor precisión posible para mejorar la calidad de los datos para la toma de decisiones de gestión.

<b>Nº de Proyecto:</b> 5.1.1	<b>Nombre:</b> Producción de estadísticas de turismo y estudios de mercado
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión estadística	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> División de Procesamiento y Análisis Estadístico	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección de Coordinación Ejecutiva Zona Centro y Norte</li> <li>• Departamento de Promoción y Eventos.</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretarías de Turismo Municipales</li> <li>• Dirección de Turismo de Tolhuin</li> <li>• Instituto Provincial de Análisis, Investigación Estadística y Censos (IPIEC)</li> <li>• UNTDF</li> <li>• Cámaras empresarias</li> <li>• Cerro Castor</li> <li>• Centros invernales</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 16</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión Inteligente</li> <li>• Innovación</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Resulta imprescindible conocer y entender en profundidad cuáles son los rasgos que caracterizan la demanda de los destinos de Tierra del Fuego, para contar con información relevante que permita crear valor agregado para los turistas. Los estudios de mercado y la realización de encuestas a los visitantes en destino representan la fuente de información cualitativa, que pone de relieve sus motivaciones y perfiles sociodemográficos. Asimismo, se debe evaluar de forma periódica la dinámica de los cambios en los hábitos y estilos de vida de estos para configurar nuevas experiencias, productos y servicios.	
<b>Objetivos:</b> Conocer el comportamiento de la demanda turística en la provincia de Tierra del Fuego para mejorar las decisiones de gestión y desarrollo turístico.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia y turismo antártico</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Optimización del análisis a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera - EOH.	Prioritaria																	
Implementación de un sistema de estadísticas turísticas provinciales en coordinación con el IPIEC.	Prioritaria																	
Elaboración de encuestas a participantes de eventos deportivos en coordinación con los organizadores.	Importante a medio plazo																	
Generación continua de estudios cualitativos de demanda.	Importante a medio plazo																	

<b>Nº de Proyecto:</b> 5.1.2	<b>Nombre:</b> Inteligencia de datos
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión estadística	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> División de Procesamiento y Análisis Estadístico	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaría de Coordinación Estratégica</li> <li>• Dirección de Informática</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IPIEC</li> <li>• Dirección Nacional de Mercados y Estadísticas del MINTURDEP</li> <li>• Empresas de telefonía móvil</li> <li>• Empresas de tarjetas de crédito</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8</li> <li>• 9</li> <li>• 16</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La incorporación de la tecnología a la producción de datos estratégicos para la gestión del turismo ha permitido contar con nuevos instrumentos para relevar el comportamiento de la demanda. Es así que se suman a las estadísticas y estudios tradicionales el análisis de mapas de valor agregados a través de los flujos de la telefonía móvil; mapas de consumo a través de tarjetas de crédito; big data y análisis de datos web, entre otros. El uso de estos métodos novedosos permite un estudio más profundo de los flujos turísticos y de sus hábitos de consumo.	
<b>Objetivos:</b> Incorporar herramientas innovadoras de generación de datos para perfeccionar la toma de decisiones de la gestión turística provincial.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Grande</li> <li>• Tolhuin</li> <li>• Ushuaia</li> <li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas nacionales</li> <li>• Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Análisis y disponibilidad de datos de canales oficiales del IN.FUE.TUR. (ej. <a href="https://findelmundo.tur.ar/es">https://findelmundo.tur.ar/es</a> y <a href="https://infuetur.gob.ar">https://infuetur.gob.ar</a> ).	Prioritaria	■	■															
Desarrollo de un tablero de monitoreo de flujos turísticos a partir de la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas para la generación de datos (telefonía celular y tarjetas de crédito, entre otros).	Importante a medio plazo						■	■	■									
Análisis de las bases de microdatos de la Encuesta de Turismo Internacional - ETI y la Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares - EVyTH del Ministerio de Turismo.	Prioritaria		■			■				■					■			
Análisis y utilización de registros administrativos.	Importante a medio plazo			■	■	■												

<b>Nº de Proyecto:</b> 5.1.3	<b>Nombre:</b> Elaboración de estudios socioeconómicos vinculados al impacto de la actividad turística
<b>Programa al que pertenece:</b> Gestión estadística	
<b>Area/s responsable/s del proyecto:</b> División de Procesamiento y Análisis Estadístico	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico</li> </ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>IPIEC</li> <li>UNTDF</li> <li>Secretarías de Turismo Municipales</li> <li>Cámaras empresarias</li> </ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>8</li> <li>9</li> <li>16</li> </ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación</li> <li>Gestión inteligente</li> </ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> Los efectos socioeconómicos del turismo que este genera en un territorio determinado se miden por la capacidad que la actividad tiene para la generación de divisas, el aporte al Producto Bruto Geográfico y a la capacidad de generar empleo. Para alcanzar estas mediciones, se requiere de una batería de instrumentos estadísticos complejos que se configuran en torno a la Cuenta Satélite de Turismo.	
<b>Objetivos:</b> Comprender con mayor precisión cuál es el impacto de la actividad turística en Tierra del Fuego y su importancia en la economía local.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Río Grande</li> <li>Tolhuin</li> <li>Ushuaia</li> <li>Puerto Almanza / Punta Paraná</li> </ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turistas nacionales</li> <li>Turistas internacionales</li> </ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo de la Cuenta Satélite de Turismo.	Prioritaria	■	■							■							
Estimación del empleo turístico.	Prioritaria	■	■							■							
Estimación de la Matriz de Contabilidad Social.	Prioritaria	■	■							■							
Estimación del aporte de la actividad turística al PBG provincial.	Prioritaria	■	■							■							
Desarrollo del Modelo de Insumo Producto - MMIP.	Importante a medio plazo	■	■							■							

## Programa 5.2 Información estratégica

Comunicar y divulgar la información estratégica que se produzca a partir de los operativos estadísticos y la inclusión de nuevos instrumentos para la generación de datos resulta imprescindible para que, tanto los organismos de gestión de destinos como el sector empresarial puedan perfeccionar sus procesos de toma de decisiones y, por consiguiente, lograr un incremento en la calidad de la gestión pública y privada.

<b>Nº de Proyecto:</b> 5.2.1	<b>Nombre:</b> Organización y comunicación de datos estadísticos
<b>Programa al que pertenece:</b> Información estratégica	
<b>Área/s responsable/s del proyecto:</b> División de Procesamiento y Análisis Estadístico	<b>Corresponsables internos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirección de Informática</li></ul>
<b>Organización, Institución o Empresa corresponsable:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dirección de Comunicación y Prensa</li><li>• IPIEC</li><li>• UNTDF</li></ul>	
<b>ODS con el que se relaciona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 8</li><li>• 9</li><li>• 16</li></ul>	<b>Premisas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Innovación</li><li>• Gestión inteligente</li></ul>
<b>Descripción y Marco Institucional:</b> La gestión pública dedicada al desarrollo de la actividad turística demanda permanentemente información estratégica no agregada y con un nivel de análisis que permita el entendimiento por parte de los tomadores de decisión. De igual manera, el sector privado requiere de informes analíticos que faciliten su desarrollo empresarial con datos certeros y actualizados sobre las condiciones del mercado turístico.	
<b>Objetivos:</b> Divulgar el conocimiento específico sobre el devenir turístico de Tierra del Fuego como un recurso de información estratégica permanente para el sector público y privado.	
<b>Destinos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Río Grande</li><li>• Tolhuin</li><li>• Ushuaia</li><li>• Puerto Almanza / Punta Paraná</li></ul>	
<b>Alcance:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Turistas nacionales</li><li>• Turistas internacionales</li></ul>	

### Cronograma de acciones

Acciones estratégicas (diseño estratégico)	Nivel de Prioridad	2022				2023				2024				2025				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Generación periódica de reportes de performance turística (de temporada, fin de semana largos, de resultados anuales).	Prioritaria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo de un informe de análisis de datos sobre veleros.	Importante a medio plazo		■	■		■	■		■	■		■	■		■	■		
Elaboración de informes de temporada de cruceros y expediciones antárticas.	Importante a medio plazo		■	■		■	■		■	■		■	■		■	■		
Divulgación de informes estadísticos y estratégicos.	Importante a largo plazo		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

## 5.2 Descripción de proyectos de obras

Parte de los proyectos contemplados en los proyectos 1.2.1 (Obras de interés turístico) y 1.2.2 (Desarrollo de proyectos y construcción de obras en áreas naturales) se encuentran en etapa de desarrollo y/o ejecución, ya que algunos se iniciaron con presupuesto del Plan Nacional de Inversiones Turísticas "50 destinos" 2021, del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (MINTURDEP), o con financiamiento del BID, otorgado también a través del MINTURDEP con el programa "La ruta natural". Estos proyectos estaban contemplados en el PETS TDF 2020 y se les dio continuidad en el marco de la presente actualización.

A continuación, se describen los principales proyectos ya aprobados.

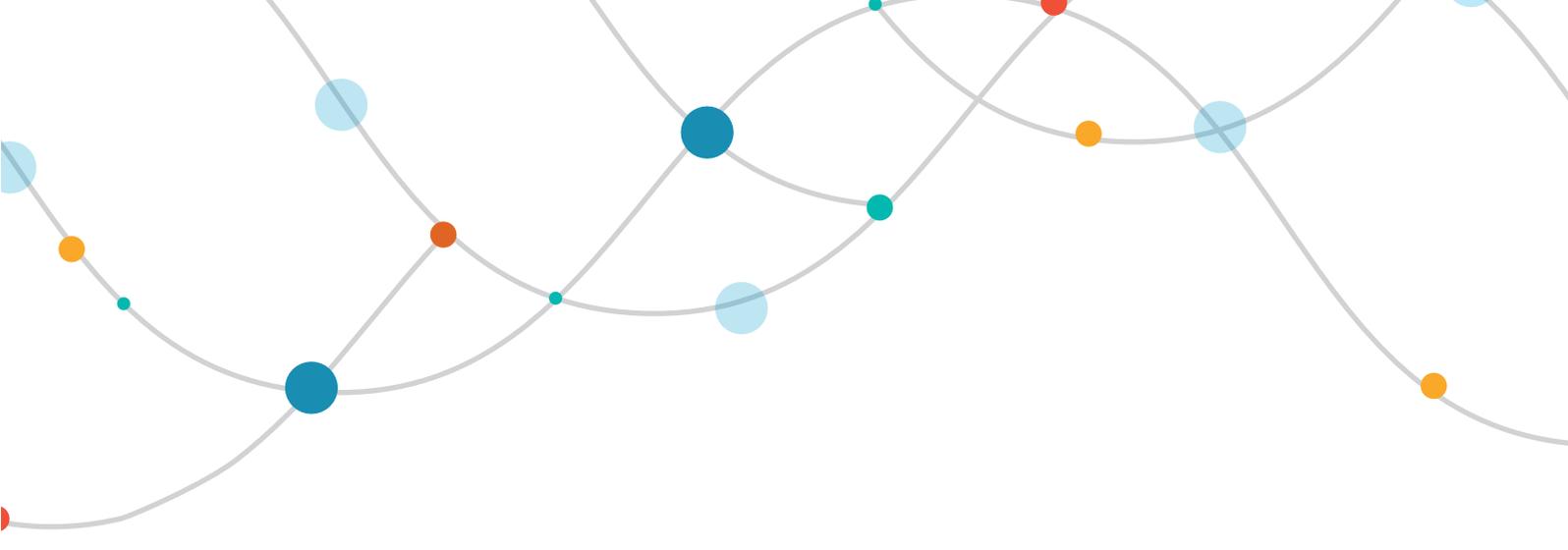
**Proyectos: Pórtico de acceso, centro de visitantes, central de lucha contra incendios forestales y área de servicios agreste en la Reserva Provincial Corazón de la Isla.**

La Reserva Corazón de la Isla se encuentra ubicada en la zona centro de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Protege sectores de bosque, turbales y una pequeña porción de ecotono. Además, resguarda un complejo sistema de aguas, donde los lagos Chepelmut, Yehuin y Yakush están interconectados, incluida la porción argentina del Lago Deseado y los demás espejos de agua. Posee una superficie aproximada a las 100.000 ha., y es el área protegida más extensa de la Isla Grande de Tierra del Fuego, del sector Argentina. Esta ocupa tierras de propiedad fiscal ubicadas al norte del Lago Fagnano, contiguas a la porción septentrional del Parque Nacional Tierra del Fuego, con el que conforma un área de conservación que funciona como un importante corredor ecológico. Las obras previstas se ejecutarán con financiamiento del Plan Nacional de Inversiones Turísticas "50 destinos" 2021.

El presupuesto del proyecto es de \$89.978.263,29 pesos argentinos.

» Pórtico de acceso: se trata de dos tótems que se implantarán al borde de la Ruta Provincial N° 18.

» Central de lucha contra incendios forestales: con una superficie total de 279,37 m<sup>2</sup>, el edificio responde a una necesidad de la reserva y de las zonas aledañas a esta, ya que se trata de una región ecotonal con presencia de bosques de transición, con menor precipitación que la zona sur de Tierra del Fuego y esa situación ha ocasionado históricamente importantes



incendios forestales. El núcleo urbano más próximo es Tolhuin, a más de 80 km de la reserva, que es una ciudad que no cuenta con equipamiento suficiente y, por lo tanto, se requiere generalmente apoyo de los bomberos de las otras ciudades de la provincia. Es así que se pensó en una central que cuente con: taller, sala de comunicación (radio), enfermería, oficinas, vestuarios y la cochera para dos autobombas.

» Centro de Visitantes “Reserva Corazón de la Isla”: cuenta con una superficie total de 320,48 m<sup>2</sup>. Tiene como principal objetivo recibir a los turistas y residentes que visiten la reserva. Es así que las instalaciones contarán con servicios sanitarios, incluyendo uno familiar y universal. Asimismo, contará con sectores aptos para foyer, Salón de Usos Múltiples (SUM) y cafetería. El diseño responde a la tipología que se utiliza en Tierra del Fuego, con materiales aptos para las inclemencias meteorológicas propias de la zona.

» Área de servicios agreste: se encontrará muy próxima al centro de visitantes y pretende dar respuesta a senderistas y visitantes que recorren la zona y requieren pasar la noche para continuar el recorrido por el resto de la reserva. Se prevé que en un comienzo cuente con baños químicos, los que son contratados anualmente por la Secretaría de Ambiente para todas sus zonas de campings en áreas protegidas. Contará con siete fogones, que tendrán bancos y mesas de picnic, sector para sus respectivas carpas y paravientos que permitirán un mejor refugio en los días de viento típicos de la zona. Está previsto una superficie de 150 m<sup>2</sup> por unidad de área de camping, con una superficie total de 2500 m<sup>2</sup>. Según las recomendaciones de la UPMF (Unidad Provincial de Manejo del Fuego) y DPMF (DPMF Dirección Provincial de Manejo del Fuego), se solicita hacer un seguimiento de la circulación de los vientos, tanto los predominantes como los vientos locales, a fin de determinar estas proyecciones e instalar las protecciones de los fogones adecuadamente, las cuales fueron contempladas a modo de paravientos. El seguimiento será realizado por personal del cuerpo de guardaparques, conocedores del lugar. En ese sector se realizará monitoreo constante con por lo menos dos agentes durante la temporada de verano, ya que se encuentra en cercanías del centro de visitantes y de la gamela de guardaparques, en donde se encuentra una central con una torre de comunicación de VHF.

Figura 19 - Renders Centro de Visitantes "Corazón de la Isla" - Fachada



Figura 20 - Renders Centro de Visitantes "Corazón de la Isla" - Interior



Figura 21 - Renders Centro de Visitantes "Corazón de la Isla" - Vista Exterior

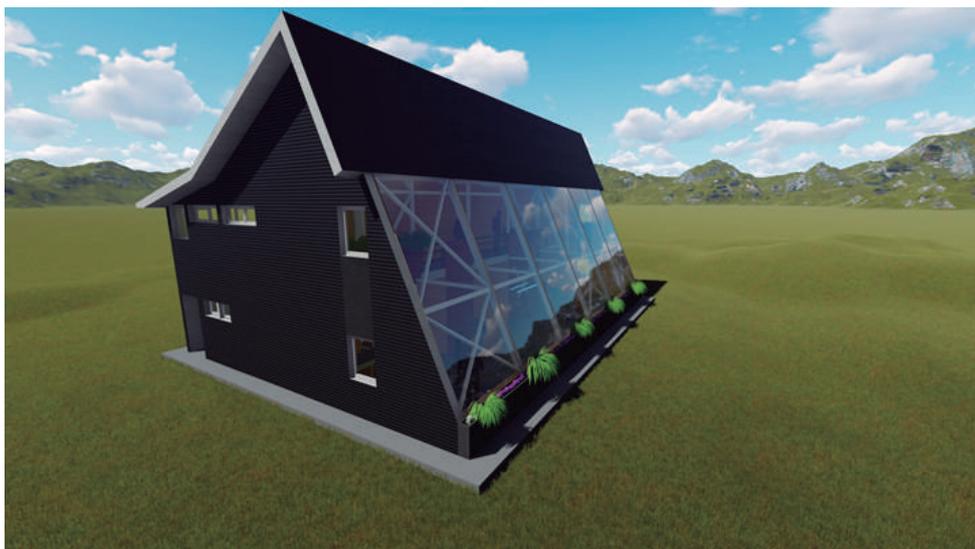


Figura 22 - Renders de la Central de Lucha contra Incendios Forestales - Fachada



**Figura 23 - Renders de la Central de Lucha contra Incendios Forestales - Vista Exterior**



**Proyectos de Inversión Pública 2021 - IN.FUE.TUR., como parte del Programa de desarrollo, inversión y facilitación del turismo de naturaleza en Argentina: "La ruta natural" (AR-I1336) - BID - MINTURDEP (ver en tabla 7)**

**Tabla 7.** Síntesis de obras en Tierra del Fuego

PROYECTO	UBICACIÓN
Puesta en valor Puerto Almanza y Punta Paraná. Pórtico de acceso y señalética.	Puerto Almanza y Punta Paraná.
Tramos sendero Fin del Mundo - mejoras, puentes, pasarelas, señalética, dos refugios (Tramos 6 y 8).	
Tramo 1 - 71 km - Norte.	Paso fronterizo Bellavista - Río Grande.
Tramo 2 - 69 km - Norte.	Río Grande - Ea. Carmen (Res. Prov. Corazón de la Isla).
Tramo 4 - 9 km - Centro.	Lago Yakush - Desembocadura Río Claro (Lago Fagnano).
Tramo 5 - 17 km - Centro.	Bahía Palacios - Bahía Torito.
Tramo 6 - 18 km - Sur.	Bahía Torito - Cascada Beban - Tierra Mayor.
Tramo 8 - 20 km - Sur.	Valle Tierra Mayor - Canal Beagle.
Puesta en valor de la Reserva Corazón de la Isla - mejoras ruta de acceso, puentes, señales viales.	Reserva Corazón de la Isla - Centro de Visitantes - Lag. Yakush.
Puesta en valor de la Reserva Natural y paisajística de Tierra Mayor	
Puentes de la Pista Provincial de Esquí de Fondo (PiPEF).	Reserva Natural y Paisajística de Tierra Mayor.
Pórticos de acceso y señalética.	
Nodo de servicios Laguna Esmeralda.	

Fuente: IN.FUE.TUR., 2021

» Proyecto: Señalización turística Puerto Almanza y Punta Paraná.

La localidad de Puerto Almanza se encuentra en un momento de pleno crecimiento. Por ello, para acompañar su desarrollo, desde el IN FUF TUR, creamos conveniente la instalación de cartelera que permita poner en valor el lugar y su contexto, así como también destacar el rol de la comunidad y su trabajo en la actividad turística, ya sea a través de la prestación directa de servicios turísticos, como complementarios, pero que llevan a que el turista o visitante pueda vivir la experiencia del Fin del Mundo en Puerto Almanza. Asimismo, resulta necesario contar con este tipo de elementos que orienten la visita y permitan aprovechar al máximo este atractivo de Tierra del Fuego.

**Intervenciones propuestas:**

- Pórtico de Acceso
- Tótems orientativos
- Atriles de sitio - informativo

**Figura 24. Pórtico de Acceso**

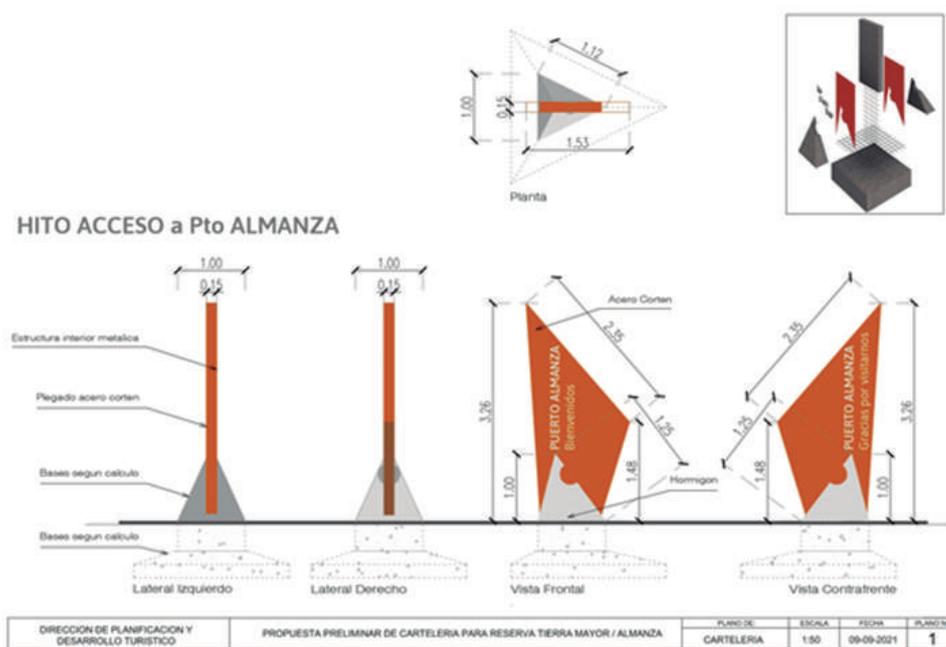
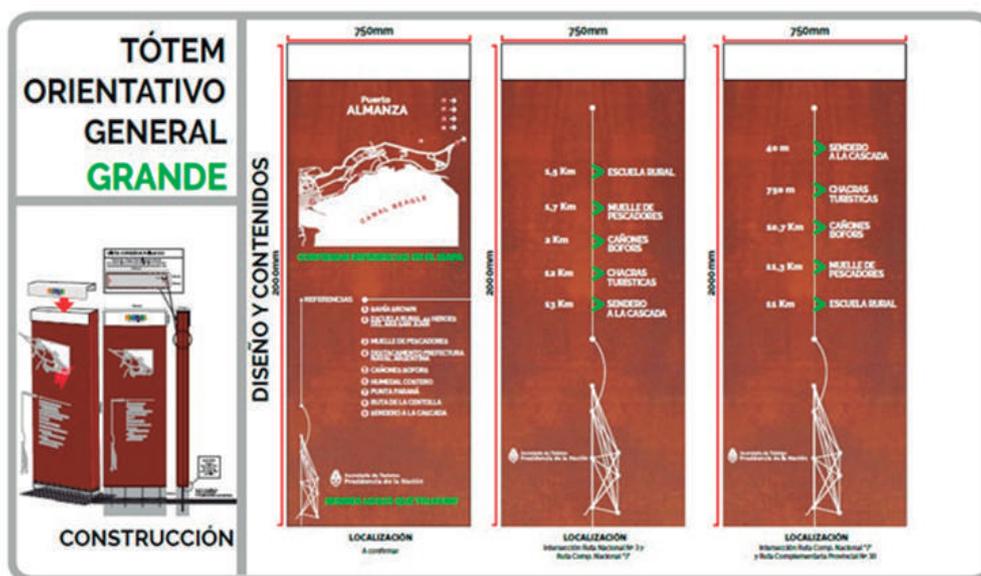


Figura 25. Tótems orientativos



» Proyecto: Sendero del Fin del Mundo. El Sendero de Tierra del Fuego – Fin del Mundo

Posee aproximadamente 240 km de recorrido (desde el Paso Fronterizo Bella Vista al Canal Beagle en proximidades de Ea. Túnel). Se configura como un sendero de largo recorrido que permite la articulación de todo el territorio provincial, uniendo áreas rurales, áreas naturales protegidas provinciales y posibilitando la conexión hacia los centros urbanos.

- **Tramo 1 ESTEPA:** Paso Internacional Río Bellavista a Río Grande (71 km): el sendero inicia en el Paso Internacional Bellavista, ubicado en inmediaciones del río homónimo, que comunica con la República de Chile, esto permitiría la conexión del Sendero de Tierra del Fuego con el Sendero de Chile. Siguiendo el recorrido de la ruta hasta cercanías de la ciudad de Río Grande, permite la vinculación con el principal núcleo urbano de la provincia y consecuente centro de servicios.
- **Tramo 2 ECOTONO:** Río Grande a Reserva Corazón de la Isla (69 km). Desde el área de circunvalación de la ciudad de Río Grande comienza el recorrido hacia la Reserva

Provincial Corazón de la Isla, sector de la ex Ea. Carmen.

En ambos tramos, la ausencia de tierra pública condiciona la construcción de estos trayectos del sendero. Las características paisajísticas de este espacio y el uso actual permiten que este se implante siguiendo la traza de las rutas nacionales (tramo 1) y provinciales (tramo 2), en función de lo cual el sendero deberá adaptarse a esta situación, teniendo como característica que su principal uso será como ciclovía.

**Tramo 4 RÍO CLARO:** Lago Yakush a desembocadura del Río Claro (9 km). Este tramo une el Lago Yakush con la desembocadura del Río Claro en el Lago Fagnano, siguiendo los cauces de los ríos Indio y Claro. La traza se encuentra sobre un sendero construido y asiduamente utilizado por pescadores que realizan una actividad deportiva, los que se trasladan entre el Lago Yehuin y el Lago Fagnano. El terreno es ondulado y boscoso, con enormes bosques de lengas. El suelo se presenta más húmedo que los tramos anteriores, pero consolidado. El sendero se encuentra abierto, por lo que son necesarias obras de consolidación para llevarlo a la métrica propuesta para el Sendero de Tierra del Fuego. Permite la vinculación con el Tramo 3 y la conexión lacustre con la ciudad de Tolhuin y la costa sur del Lago Fagnano, hacia el Tramo 5 y/o alojamientos o servicios en esa porción del territorio.

**Tramo 5 LAGO FAGNANO:** Bahía Palacios a Bahía Torito (16.50 km). El tramo 5, sobre la costa sur del Lago Fagnano, recorre la geografía de los Andes Australes, uniendo Laguna Palacios con Bahía Torito, lugar donde el sendero inicia el cruce de los Andes hacia el sur, rumbo a Ushuaia y el Canal Beagle.

**Tramo 6 PASO BEBAN:** Bahía Torito a Valle de Tierra Mayor (20 km). El Paso Beban es una de las clásicas caminatas de largo recorrido de Tierra del Fuego, cruza los Andes Australes, de norte a sur, siendo un itinerario de enorme belleza paisajística, con grandes contrastes y atractivos partiendo desde la costa sur del Lago Fagnano, y en dirección sur atravesando zonas boscosas con lagos, ríos y cascadas. Ascendiendo gradualmente el Paso que dejará del otro lado de la Cordillera de los Andes hacia un sector de turbales de enorme belleza e importancia ambiental.

**Tramo 8 CANAL BEAGLE:** Valle de Tierra Mayor a Canal Beagle (20.50 km). El tramo une el Valle de Tierra Mayor con el Canal Beagle, atravesando una zona de alta montaña, con altísimo valor escénico y paisajístico. Este tramo es el segundo de mayor complejidad en cuanto a diseño y construcción.



Recorre un paso de altura, de casi 700 msnm, exceptuando el tramo final (Senda Túnel), no se asienta sobre una senda o picada preexistente. Tiene como fortaleza la llegada al Canal Beagle y permite la articulación con prestaciones turísticas desde Ushuaia a través del Valle de Tierra Mayor, recorriendo también el sendero de Laguna y Cascada Submarino.

El Tramo 7 (TIERRA MAYOR) ya se encuentra construido y el Tramo 3 (CORAZÓN DE LA ISLA) se prevé su construcción durante 2022.

**Obras propuestas:**

- Apertura y desmalezado
- Perfilados / Canalizaciones
- Consolidación de la superficie de circulación
- Puentes / Pasarelas / Planchados
- Refugios / Miradores
- Áreas de descanso con fogones y sin fogones
- Carteles de portadas / Interpretación / Indicativos / De conducta

Figura 26. Render Sendero del Fin del Mundo

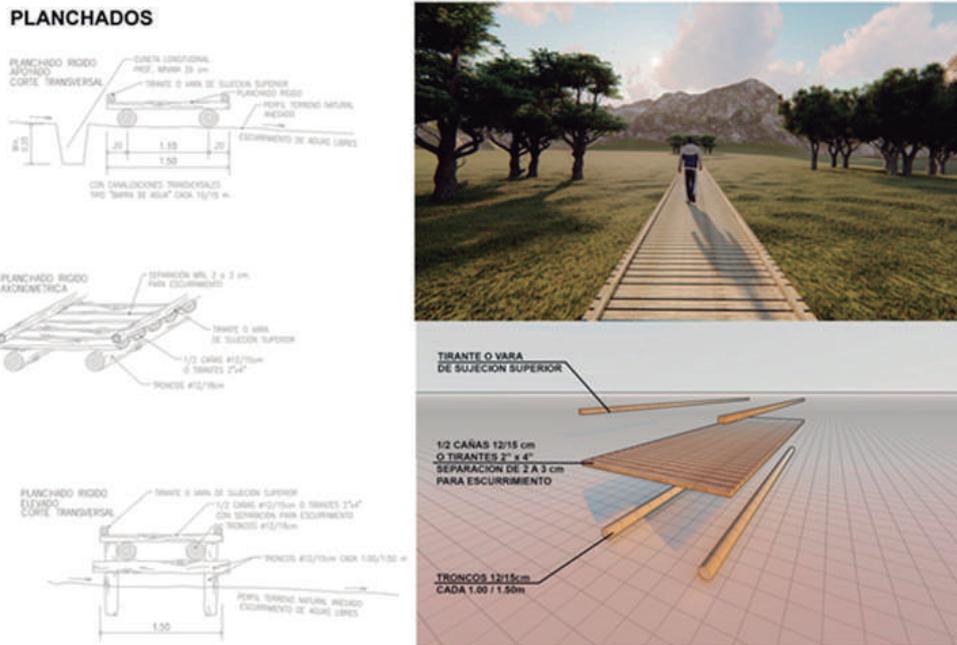


Figura 27. Render Puente Sendero del Fin del Mundo



» **Proyecto: Puesta en valor de la Reserva Provincial Corazón de la Isla - Mejoramiento del camino de acceso y puentes.**

Las obras propuestas se encuentran en la zona centro de la provincia, dentro de la Reserva Natural Corazón de la Isla. Posee una superficie cercana a las 100.000 ha, y es el área protegida más extensa de la Isla Grande de Tierra del Fuego, República Argentina. Ocupa tierras de propiedad fiscal ubicadas al norte del Lago Fagnano, contiguas a la porción septentrional del Parque Nacional Tierra del Fuego, con el que conforma un área de conservación que funciona como un importante corredor ecológico. La ubicación del área protegida la hace accesible a la comunidad de las ciudades de Río Grande, Ushuaia y Tolhuin, constituyendo un ámbito de excelencia para la educación en los valores de conservación y los servicios ambientales que ofrece la reserva, así como también para las actividades turísticas y recreativas. No obstante, actualmente existe una debilidad vinculada al acceso terrestre que restringe la posibilidad de ingresar al sector oeste de la reserva (caminos), dado que existen picadas forestales de extrema precariedad que imposibilitan el acceso de visitantes, el desplazamiento de los guardaparques, el desarrollo de todo tipo de prácticas deportivas, recreativas y turísticas planificadas, así como la atención de siniestros vinculados a incendios forestales que pudieran ocurrir en el área.

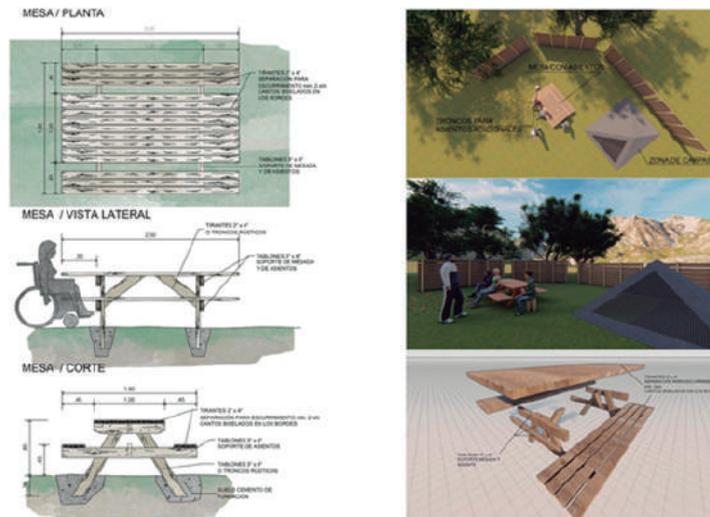
Obras propuestas:

- Mejoramiento del camino de acceso
- Construcción de dos puentes
- Equipamiento de seguridad (guardarrail, peraltes, etc.)
- Señalización vial y complementaria
- Cartelería interpretativa e informativa

Figura 28. Render Totems acceso Corazón de la Isla



Figura 29. Render Área de acampe Corazón de la Isla



» **Proyecto: Puesta en valor de la Reserva Natural y Paisajística Tierra Mayor.**

Las distintas obras que se proponen ejecutar se encuentran dentro de los Valles de los ríos Olivia y Tierra Mayor que constituyen la Reserva Natural y Paisajística ubicada en el departamento Ushuaia de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (Argentina) a 20 km de la ciudad capital. Fue concebida como un corredor turístico por lo que su ubicación está determinada a lo largo de la Ruta Nacional N° 3, entre las líneas divisorias de aguas de las Sierras Alvear al norte y Sierra Sorondo al sur, extendiéndose de oeste a este desde el límite este del Parque Nacional Tierra del Fuego hasta la confluencia de los ríos Lasifashaj y Hambre, y en ese sector se localizan diversos emprendimientos turísticos que se denominan "centros invernales". En el año 1994 mediante el Decreto Provincial N° 2.256 se declara Reserva Natural y Paisajística Tierra Mayor. Ese instrumento legal prohíbe toda actividad que no esté vinculada a la turística y viabiliza la concesión de tierras a particulares. En su artículo N° 6, declara a la zona de libre circulación para caminantes y esquiadores. El IN.FUE.-TUR. es el organismo encargado de organizar e implementar la supervisión, fiscalización y habilitación de todos los servicios turísticos de dicha zona así como también de la Pista Provincial de Esquí de Fondo (PIPEF) y, del mismo modo, es el responsable de la implementación del Plan de Manejo del Valle de Tierra Mayor aprobado en julio 2016. El dominio de la tierra y de sus recursos y ambientes naturales es fiscal provincial.

Obras Propuestas:

Puentes de la Pista Provincial de Esquí de Fondo (PiPEF)

- 14 puentes ubicados a lo largo de los más de 30 km de la pista de esquí de fondo.
- Puentes aptos para el tránsito de esquiadores y del equipo de pisado de pista en invierno.
- Algunos puentes multifuncionales verano/invierno.

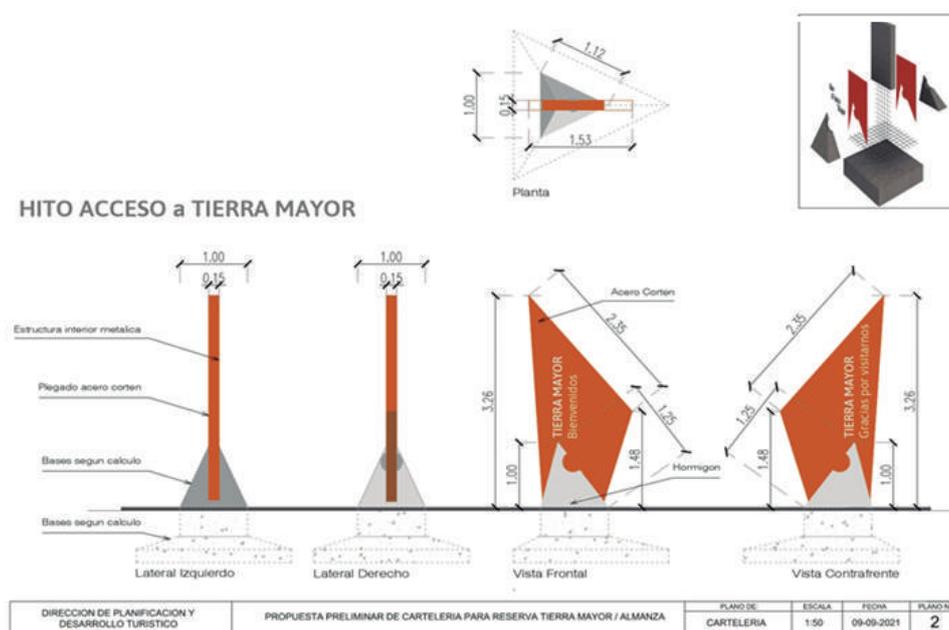
Figura 30. Render puente PIPEF



#### Pórticos de Acceso – Señalética

- Portal o Hito de acceso.
- Tótems grandes de información (esquema de ubicación de atractivos, servicios del área de la Reserva, etc.).
- Tótem chico de indicación (áreas de acampe, sitios de interés, senderos).
- Atril (información puntual de un sitio).

Figura 31. Portal o Hito de acceso.



Nodo de Servicios Laguna Esmeralda y Red Provincial de Senderos, sector Tierra Mayor (superficie cubierta total 310 m2).

- Área de bar / proveeduría / cocina
- Mirador semicubierto
- Baños módulos mujeres / hombres / accesible / familiar / personal
- Área de informes / Centro de atención primaria
- Sala de máquinas y depósito
- Escalera con elevador
- Estacionamiento - obras viales ingreso / egreso de vehículos

Figura 32. Renders nodo de servicios Laguna Esmeralda



## 5.3 Gestión de la comunicación del PETS

Un plan de comunicación del proyecto en sí define cómo se entregará la información importante a lo largo del proyecto, quiénes lo harán, con qué frecuencia y quiénes serán los destinatarios a lo largo de la implementación; la comunicación sobre la alineación con las metas; las actividades y los avances que se van realizando; las modificaciones según necesidades y los comentarios que se generen que sean de relevancia.

Necesidades de información:

Contemplando que el Plan cuenta con responsables primarios, colaboradores y partes interesadas, es imprescindible contar con una periodicidad de información relevante sobre el avance de este.

Es importante establecer una metodología sobre la recolección de aprobaciones, comentarios, sugerencias o modificaciones que no altere el cronograma de agenda establecido para la implementación de las acciones propuestas. También es relevante definir por qué medios se va a hacer llegar la información y el formato a utilizar de esta.

Para el PETS se contemplan tres grupos de personas a mantener informados: el IN.FUE.TUR., como organizadores del Plan; el grupo de actores clave por su participación activa en este; y el público en general para mantenerlos al tanto de los avances logrados.

Los medios a utilizar serán gacetillas que se compartirán por e-mail y Whatsapp en el caso de los dos primeros grupos, y prensa y perfiles en redes sociales para el último grupo. La información a compartir se organizará según el grupo involucrado, es decir, por área, zona o temática.

**Tabla 8.** Plan de tareas y su comunicación respectiva.

Referencias:

- Cumplimiento: está expresado en porcentaje de avance de la acción.
- Destinatarios:
- Grupo A: IN.FUE.TUR. (y entes relacionados)
- Grupo B: Actores clave
- Grupo C: Prensa – Comunidad en General

EJE	PROGRAMA	PROYECTO	CUMPLIEN-TO	DESTINATARIOS	PERIODICIDAD	TIPO DE COMUNICACIÓN
1. Experiencia turística (Producto)						
	1.1. Gestión de productos turísticos.					
		1.1.1. Desarrollo de productos de naturaleza.		A – B- C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web promocional y redes sociales promocionales.
		1.1.2. Desarrollo de productos culturales.		A – B- C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web promocional y redes sociales promocionales.
		1.1.3. Desarrollo de nuevos productos.		A – B- C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web promocional y redes sociales promocionales.
		1.1.4. Innovación y fortalecimiento de productos existentes posicionados.		C	Anual	Gacetillas de prensa, sitio web promocional y redes sociales promocionales.

	1.2. Gestión de la infraestructura turística.					
		1.2.1. Obras de interés turístico.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		1.2.2. Desarrollo de proyectos y construcción de obras en áreas naturales.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		1.2.3. Infraestructura complementaria a la actividad turística.		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
	1.3. Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo antártico.					
		1.3.1. Gestión del desarrollo local y de RR. HH. para el turismo de cruceros antárticos.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		1.3.2. Gestión de Turismo Antártico.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales.

	1.4. Turismo como herramienta de inclusión.					
		1.4.1. Accesibilidad universal.		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		1.4.2. Turismo y diversidad (LGTBIQ+).		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		1.4.3. Turismo para los fueguinos.		A - B - C	Bimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
2. Relación del sector con el turista						
	2.1. Mejora continua.					
		2.1.1. Gestión del conocimiento en el ámbito privado.		A - B	Trimestral	Comunicados vía email.
		2.1.2. Gestión del conocimiento en el ámbito público.		A - B	Trimestral	Comunicados vía email.

		2.1.3. Articulación con el sector turístico (entramado empresarial provincial).		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		2.1.4. Seguridad turística.		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		2.1.5. Organización de los agentes y promotores sociales.		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales y promocionales.
	2.2. Marketing y comunicación.					
		2.2.1. Inteligencia de mercados y Plan de Marketing del destino Tierra del Fuego.		A - B	Mensual	Comunicados vía email, sitio web institucional.
		2.2.2. Fortalecimiento y apropiación de la Marca Destino.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		2.2.3. Promoción del destino con cooperación del sector privado.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.

		2.2.4. Promoción del destino con cooperación de organismos nacionales y regionales.		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		2.2.5. Comunicación estratégica para la difusión del destino.		A - B - C	Bimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		2.2.6. Información al turista online.		A - B - C	Mensual	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		2.2.7. Información al turista offline.		A - C	Trimestral	Gacetillas de prensa, impresiones.
	2.3. Relación con los Mercados - Promoción comercial.					
		2.3.1. Fortalecimiento comercial.		A - B	Trimestral	Comunicado vía email, sitio web institucional.
		2.3.2. Generadores de contenidos, formadores de opinión locales (influencers, fotógrafos).		A - B - C	Bimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
		2.3.3. Asociaciones estratégicas nacionales e internacionales.		A - B	Semestral	Comunicados vía email, sitio web institucional.

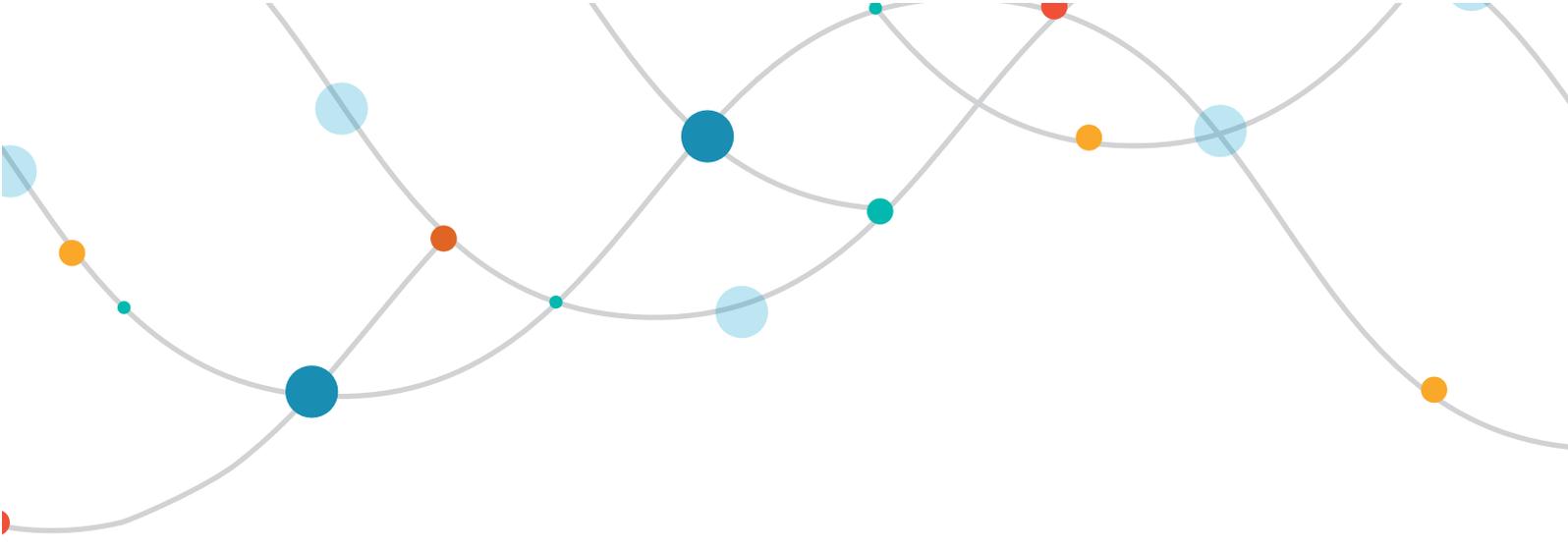
		2.3.4. Marketplace del Fin del Mundo		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/ promocional y redes sociales institucionales y promocionales.
3. Gestión del IN.FUE.TUR. y su articulación con los actores clave						
	3.1. Gestión interna.					
		3.1.1. Organización interna a partir de la implementación del PETS.		A	Bimestral	Comunicado vía email.
		3.1.2. Modernización de los sistemas internos.		A	Semestral	Comunicado vía email.
		3.1.3. Revisión de las fuentes de financiación interna.		A - B	Semestral	Comunicado vía email.
		3.1.4. Desarrollo del capital humano.		A	Semestral	Comunicado vía email.
	3.2. Gestión externa.					
		3.2.1. Gobernanza participativa.		A - B	Semestral	Comunicados vía email, sitio web institucional.

		3.2.2. Armonización y actualización de normativa.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		3.2.3. Formalización y fiscalización turística.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		3.2.4. Comunicación del IN.FUE.TUR. con el sector turístico.		A - B - C	Bimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		3.2.5. Corresponsabilidad y cooperación.		A - B - C	Trimestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
4. Cooperación transversal / Integración horizontal/ gestión parlamentaria						
	4.1. Gestión interinstitucional (municipal, provincial/ legislativo y nacional.					
		4.1.1. Cooperación para el turismo antártico.		A - B - C	Anual	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional/ promocional y redes sociales institucionales y promocionales.

		4.1.2. Articulación para el ordenamiento territorial.		A - B	Anual	Comunicados vía email, sitio web institucional.
		4.1.3. Articulación para la regularización de actividades y servicios turísticos.		A - B	Trimestral	Comunicados vía email, sitio web institucional.
		4.1.4. Conectividad aérea y terrestre.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		4.1.5. Gestión parlamentaria.		A - B	Anual	Comunicados vía email, sitio web institucional.
	4.2. Inversiones turísticas.					
		4.2.1. Estudio de las necesidades y oportunidades de inversión en Tierra del Fuego.		A - B - C	Anual	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		4.2.2. Estrategias de financiamiento para la inversión pública.		A - B - C	Anual	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
		4.2.3. Estrategias de financiamiento para la inversión privada.		A - B - C	Semestral	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.
5. Inteligencia Turística						

	5.1. Gestión estadística.					
		5.1.1. Producción de estadísticas de turismo y estudios de mercado.		A	Trimestral	Comunicados vía email, sitio web institucional.
		5.1.2. Inteligencia de datos.		A	Trimestral	Comunicados vía email, sitio web institucional.
		5.1.3. Elaboración de estudios socioeconómicos vinculados al impacto de la actividad turística.		A	Trimestral	Comunicados vía email, sitio web institucional.
	5.2. Información estratégica.					
		5.2.1. Organización y comunicación de datos estadísticos.		A - B - C	Anual	Comunicados vía email, gacetillas de prensa, sitio web institucional y redes sociales institucionales.

Fuente: elaboración propia,2021



## 5.4 Sistema de gestión del Plan

El seguimiento continuo de la implementación del PETS se realizará a través de una plataforma online producida para tal fin, que genera un compromiso compartido para concretar tareas y una actualización de datos en tiempo real, así como también la posibilidad de hacer modificaciones sobre cambios relevantes en los organigramas y estructuras de los organismos participantes.

Desde la plataforma se pueden gestionar catálogos, que son todas aquellas categorías de opciones en la base de datos vinculadas a registros de Proyectos y Acciones. Las categorías de los catálogos son:

- » Ejes
- » Programas
- » Áreas del IN.FUE.TUR.
- » Alcances
- » Tipos de acciones
- » Productos
- » Referentes

Para la gestión de proyectos, la plataforma permite ver, crear y editar proyectos de la base de datos.

Figura 30: Captura de pantalla Gestión de Proyectos.

#	Proyecto	Eje / Programa	Fecha Inicio	Progreso	Presup.	Acciones
1.1.	Desarrollo de productos de naturaleza	Experiencia turística (producto) - Gestión de los productos turísticos	15/11/2021	<div style="width: 100%;"></div>	\$1.100.000	<a href="#">Editar Acciones</a> <a href="#">Editar Proyecto</a> 
1.1.3	Desarrollo de productos culturales	Experiencia turística (producto) - Gestión de los productos turísticos	30/11/-0001	<div style="width: 100%;"></div>	\$0	<a href="#">Editar Acciones</a> <a href="#">Editar Proyecto</a> 
3.3.	Proyecto Eje: Gestion del Infuetur	Gestión del IN.FUE.TUR. y su articulación con los actores clave - Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo	-	<div style="width: 100%;"></div>	\$0	<a href="#">Editar Acciones</a> <a href="#">Editar Proyecto</a> 

Figura 31: Captura de pantalla Gestión de Acciones.

Acción	Fecha Inicio	Estado	Presup.	Acciones
Mejora de senderos y señalética	15/11/2021	En Curso	\$300.000	<a href="#">Editar</a> 
Desarrollo de Producto: Invernal - Observación de Aves - Marítimo - Deportivo - Senderismo	19/11/2021	Planificada	\$800.000	<a href="#">Editar</a> 
Accion Desarrollo Productos de Naturaleza	30/11/-0001	Planificada	\$0	<a href="#">Editar</a> 
Registro y habilitación de operadores y servicios de turismo aventura.	01/01/2022	Planificada	\$0	<a href="#">Editar</a> 



Por último, a través de la plataforma es posible realizar un balance por impactos, el cual permite visualizar el estado de proyectos, seleccionando un rango de fechas y ordenando según los siguientes criterios:

- » Destinos
- » Ejes
- » Programas
- » Áreas de Gestión
- » Productos
- » ODS
- » Alcances

En cada pestaña se listan los proyectos ordenados según las categorías internas. Cada categoría muestra totales para los campos:

- » Proyectos (cantidad).
- » Acciones (cantidad).
- » Progreso: porcentaje de avance.
- » Presupuesto (Total de \$ agregados de las acciones de proyectos).

**Figura 32: Captura de pantalla Balance por impactos.**



The screenshot shows a web interface with a navigation bar containing tabs: Destinos, Ejes, Programas, Áreas de Gestión, Productos, ODS, Alcances. The 'Destinos' tab is active. A table displays project data for 'Antártida'. The table has columns for 'Proyectos', 'Acciones', 'Progreso', and 'Presupuesto'. The 'Progreso' column includes a progress bar and a percentage indicator. A total row is shown at the bottom of the table.

Proyectos	Acciones	Progreso	Presupuesto
Desarrollo de productos de naturaleza	8 Acciones	■ 0%	\$0
Gestión del Desarrollo Local y de RR. HH. para el turismo de cruceros antárticos	8 Acciones	■ 0%	\$0
Innovación y fortalecimiento de productos existentes posicionados	3 Acciones	■ 0%	\$0
Obras de interés turístico	2 Acciones	■ 0%	\$0
<b>8</b>	<b>37</b>	<b>■ 0%</b>	<b>\$0</b>

## 5.5 Monitoreo del Plan

El monitoreo del PETS se desarrollará sobre la base de la medición de la contribución económica del turismo a la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (Proyecto MEDCET). El Instituto Fuegoino de Turismo, con apoyo del Consejo Federal de Inversiones, ha iniciado este proyecto el pasado 7 de septiembre de 2021.

Esta iniciativa permitirá cuantificar la contribución directa del turismo para la economía provincial y caracterizar su interrelación con otros sectores a los fines de calcular su aporte indirecto/inducido. Al mismo tiempo, contribuye a robustecer el sistema estadístico del sector turístico provincial para contribuir al conocimiento sobre el sector, propendiendo así a mejorar el análisis y la definición de políticas públicas.

En concreto, el objetivo general del proyecto es recolectar y sistematizar la información económica existente para así caracterizar la cadena de valor turística de Tierra del Fuego, de forma tal de medir la contribución económica directa e indirecta de esta actividad para la provincia. Así como el desarrollo de modelos de simulación que faciliten la cuantificación del impacto derivado de la implementación de posibles políticas para la toma de decisiones de los distintos actores.

### **Objetivos Particulares del proyecto:**

1. Cuantificar la contribución económica directa e indirecta / inducida del turismo a la economía provincial.
2. Formular una herramienta cuantitativa que permita apoyar, desde el punto de vista económico, la toma de decisiones de posibles políticas en materia de turismo para los distintos actores del sector.
3. Fortalecer la coordinación estratégica del Instituto Fuegoino de Turismo (IN.FUE.-TUR.) para la implementación de las herramientas que permitan cumplimentar los objetivos enumerados anteriormente.

Para cumplir el objetivo mencionado, resulta de suma importancia obtener una descripción del entramado productivo de la provincia que permita comprender acabadamente cómo cada rama de actividad se vincula con el sector turístico y, a su vez, cómo aquellas se encadenan entre sí. Para llevar a cabo tal caracterización, es necesario completar la informa-



ción disponible con la recolección de datos a partir de fuentes secundarias como también a través de encuestas directas a las empresas.

El análisis cuantitativo consistirá en confeccionar herramientas que permitan analizar y caracterizar la contribución directa e indirecta del sector de turismo a Tierra del Fuego, así como simular el impacto económico de posibles políticas públicas.

Al respecto, este proyecto se desarrollará en tres etapas. En la primera se realizará un diagnóstico sobre la información existente, para luego complementar a partir de la recolección de datos directos de actores claves del sector. En una segunda etapa, se llevará a cabo la Cuenta Satélite de Turismo provincial, instrumento validado por la Organización Mundial del Turismo para medir la contribución directa de la actividad turística para la economía. Luego, en tercer término, se estimará una Matriz de Contabilidad Social provincial a partir de la cual se construirán diferentes modelos que permitirán medir el aporte indirecto e inducido del sector para la economía.

De esta manera, se está transitando la primera etapa del proyecto vinculada con la recolección de información y diagnóstico.

Los resultados del proyecto MEDCET y la plataforma de gestión del PETS permitirán, a futuro, definir indicadores para evaluar el cumplimiento de los objetivos del Plan.



**PLAN ESTRATÉGICO  
DE TURISMO  
SUSTENTABLE 2025  
TIERRA DEL FUEGO**