



Ushuaia - Tierra del Fuego



PLAN ESTRATEGICO
DE DESARROLLO
TURISTICO SUSTENTABLE



Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE DE USHUAIA

-RESUMEN EJECUTIVO-
Marzo 2007



Fuente de fotografías: Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Ushuaia y PLANTA, S.A.



Av. Ramón y Cajal, 105 – 9º D
28043 Madrid
España

Tel.: + 34 91 519 11 18
info@plantasa.com
www.plantasa.com

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE

PREPARADO CON LA MUNICIPALIDAD DE USHUAIA Y SU COMUNIDAD

EN EL MARCO DE ASISTENCIA TÉCNICA LÍNEA FEV

Marzo 2007

El presente informe es un pequeño resumen del denominado **Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de Ushuaia**. Dicho Plan ha sido elaborado de conformidad con los términos de referencia del concurso, a fecha 28 de octubre de 2005, para el “Estudio de Viabilidad de la Estrategia de Desarrollo Turístico para la Ciudad de Ushuaia- Argentina”, y del compromiso asumido por PLANTA S.A. en la propuesta técnica presentada oportunamente y que resultó adjudicataria.

De acuerdo con la petición formulada por la Municipalidad de Ushuaia, el Gobierno Español ha subvencionado este estudio a través de la Dirección General de Comercio e Inversiones, de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, dependiente del Ministerio Español de Industria, Turismo y Comercio, y con cargo a la Línea de Financiación de Estudios de Viabilidad (Línea FEV), que utiliza recursos procedentes del Fondo de Ayuda al Desarrollo FAD del Gob. Español.

La Comisión FEV, de 21 de abril de 2005, acordó la concesión de la donación, no reembolsable, a la Intendencia de la Municipalidad de Ushuaia, para la elaboración de dicho estudio.

El trabajo se inició en junio de 2006. El informe final se presentó a la Municipalidad de Ushuaia y a la comunidad turística de la ciudad el día 20 de marzo de 2007.

Este informe es un RESUMEN EJECUTIVO del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de Ushuaia. Para más información, se recomienda consultar los informes completos del Plan.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico es el resultado de un proceso de planificación participativa, de consulta y búsqueda de consenso con todos los miembros de la comunidad vinculados directa o indirectamente con el sector turístico.

Este plan estratégico procura contribuir a capitalizar las acciones en marcha, vertebrando los numerosos esfuerzos ya existentes en el municipio -tanto a nivel público como privado-, así como a identificar las deficiencias o vacíos y planificar los próximos pasos en materia turística. Los lineamientos estratégicos establecen la plataforma a partir de la cual estructurar nuevos esfuerzos y ahondar en el detalle de la implementación de acciones.

Los procesos de planificación participativa son continuos en el tiempo, cíclicos y convergentes.

Son continuados en el tiempo en tanto que necesitan permanente ser revisados, actualizados y ajustados a las situaciones cambiantes que se produzcan en el futuro.

Son cíclicos en tanto que una segunda etapa no parte desde la nada, sino del esfuerzo del ciclo anterior.

Son convergentes ya que, se involucran en ella, en forma sucesiva, nuevos y diversos segmentos de la sociedad. Por otra parte, a medida que se amplía la participación, la definición de las orientaciones estratégicas se perfila con mayor detalle y activando en cooperación a todos los involucrados, y por lo tanto se traducen en acciones más viables.



MUNICIPALIDAD DE USHUAIA

Ing. Jorge Alberto Garramuño
Intendente de la Ciudad de Ushuaia



SECRETARIA DE TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD DE USHUAIA

Dn. Julio César Lovece
Secretario de Turismo



MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO DE ESPAÑA
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO
DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO E INVERSIONES
SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FOMENTO FINANCIERO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Dña. Pilar Gracia
Responsable de Proyectos



OFICINA ECÓNOMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN ARGENTINA

Dn. Antonio Sánchez Bustamante/ Dn. Jorge Mariné Brandi
Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Argentina
Dña. María Pilar Comendador
Agregada Comercial de la Embajada de España en Argentina



PLANTA S.A.

Dn. Juan Carlos Torres
Director General
Dña. Mercedes Velasco
Directora Técnica

Dirección y Producción General

Secretaría de Turismo

Dn. Julio Lovece – Secretario de Turismo

PLANTA S.A.

Dn. Juan Carlos Torres – Director General del Proyecto

Dña. Mercedes Velasco – Directora Técnica del Proyecto

Coordinadores Técnicos y Metodológicos

PLANTA S.A.

Dn. Juan Carlos Torres

Dña. Mercedes Velasco

Equipo Técnico

Equipo técnico de PLANTA S.A.

Colaboradores

Secretaría de Turismo de Ushuaia

Dña. Susana Ortali – Directora de Turismo

Dn. Martín Pravaz – Jefe Departamento de Servicios Turísticos

Dña. Débora Hirsch – Adjunta Departamento de Servicios Turísticos

PLANTA S.A.

Dña. Marta Andelman, Dn. Domingo Gómez-Orea, Dn. Klaus Langerfeld, Dña. María Silvia

Boutellier, Dn. Ernesto Piana, Dn. Adrián Schiviani, Dña. Andrea Coronato y Dña. María Laura

Borla

El equipo consultor de PLANTA S.A. agradece enormemente la participación y contribución de toda la comunidad turística de Ushuaia, y en particular de las siguientes instituciones y personas, tanto en la fase de diagnóstico y análisis de la situación turística del destino, como en la fase de propuesta de soluciones, estrategias y proyectos para la elaboración del Plan:

- La Municipalidad y Secretaria de Turismo, especialmente por su facilitación para la celebración de acciones relacionadas con la elaboración de este estudio y, en concreto, para el desarrollo de los talleres de formulación participativa del Plan.

Deseamos mencionar expresamente el apoyo y contribuciones prestadas por Dn. Jorge Garramuño, Intendente de la Municipalidad, Dn. Julio Lovece, Secretario de Turismo, Dña. Susana Ortali, Directora de Turismo, Dn. Martín Pravaz, Jefe del Departamento de Servicios Turísticos, Dña. Debora Hirsch, adjunta de dicho departamento, y el resto del personal de dicha Secretaria de Turismo, así como los responsables de las distintas áreas municipales que colaboraron.

- El Instituto Fueguino de Turismo –InFueTur- y, personalmente, a su Presidente Dn. Osvaldo Magi, por la muestra de apoyo y coordinación y compromiso provincial con esta iniciativa a nivel municipal.
- En particular la contribución de los siguientes profesionales del CADIC y otros expertos locales en turismo: Dña. María Silvia Boutellier, Dn. Ernesto Piana, Dn. Adrián Schiviani, Dña. Andrea Coronato y Dña. María Laura Borla.
- El apoyo recibido por el Concejo Deliberante de la Ciudad, y en particular, la implicación del concejal Dn. Pablo Wolaniuk.
- La muy valiosa contribución de cada uno de los Presidentes de las Cámaras y Asociaciones gremiales en turismo de Ushuaia y la Provincia de Tierra del Fuego, como máximos representantes del sector privado implicado directamente en el desarrollo turístico del destino –Dn. Miguel Ramírez por la Cámara de Turismo, Dn. Eduardo Leónidas de la Cámara Hotelera y Gastronómica, Dn. Sergio Rodríguez Zubieta de la Asociación de Hoteles de Turismo (AIT) – filial Ushuaia, Dn. Javier Piatti por la Cámara Servicios Cama y Desayuno (B&B) de TDF, Dn. Horacio Falciglia de la Cámara de Comercio, Dn. Hernán Quesada por la Asociación de Agencias Fueguina de Viaje y Turismo y Dn. Pablo Fanjul de la Asociación de Guías de la Provincia de Tierra de Fuego. A través de ellos, deseamos hacer extensivo nuestro agradecimiento a todos los miembros y afiliados de sus respectivas asociaciones.
- La Agencia de Desarrollo Ushuaia, ente mixto de coordinación del sector turístico privado y público de la Ciudad, por su compromiso para continuar con la labor de organización y gestión mixta y concertada del turismo en Ushuaia. Específicamente a Dn. Darío Urruty y Dn. Adolfo López.

- El Parque Nacional de Tierra Del Fuego, principal punto de visita turística del destino, que contribuyó con la información proporcionada, y especialmente, a su Intendente, Dn. Daniel Ramos, que acogió y contribuyó al estudio desde su inicio.
- A todas los responsables y personas del sector público y privado que trabajan en las diferentes áreas con implicación turística –Puertos, Aeropuerto, Gendarmería, Policía, Prefectura, etc.- que de alguna forma también colaboraron con este Plan.
- También deseamos expresar nuestro agradecimiento a Casa de la Provincia TDF en Buenos Aires y a la Secretaría de Turismo de la Nación Argentina por el apoyo prestado en todo momento.

Por último, queremos agradecer sinceramente su contribución y compromiso en el proyecto a todas otras aquellas personas del sector turístico, empresarios, empleados, artesanos, asociaciones ambientales y aquellas del ámbito académico, y de la sociedad civil de la ciudad de Ushuaia que, aunque no mencionadas aquí expresamente, con su participación en diversas actividades y reuniones, y específicamente, en los talleres de formulación participativa, contribuyeron muy significativa y valiosamente en las conclusiones de este estudio.

Igualmente, agradecerles y alentarles en su compromiso activo para continuar desde ahora con la labor que se inicia a partir de este Plan.

A todos ellos, muchas gracias.

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE DE USHUAIA

INDICE	
RESUMEN EJECUTIVO	Nº pág.
1. METODOLOGÍA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN	1
1.1 Fuentes de Información	1
1.2 Participación de la Comunidad Local	2
1.3 Esquema del Proceso Metodológico	4
PLAN ESTRATÉGICO:	
2. MARCO ESTRATÉGICO EN TURISMO	6
2.1 Modelo de Desarrollo Turístico	6
2.2 Visión Común Turismo Ushuaia 2017	7
2.3 Misión de los Actores Involucrados	7
2.4 Objetivos Estratégicos del Plan	8
3. PLAN DE ACCIÓN EN TURISMO USHUAIA 2007-2017	10
3.1 Directrices Estratégicas	10
3.2 Introducción al Plan de Acción	17
3.3 Plan de Acción	21

El presente documento es un pequeño RESUMEN del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de Ushuaia.

Este resumen solo incluye, de forma muy esquemática, las conclusiones más importantes en cuanto a las estrategias turísticas que se proponen para el destino turístico de Ushuaia, en el marco del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable. Para más información, consulte el Plan completo.

1. METODOLOGÍA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

1.1. FUENTES DE INFORMACIÓN

El Plan se ha realizado en base a la siguiente información clave:

- **Fuentes secundarias:** a través de la recopilación y análisis de la documentación generada sobre la zona en los últimos años. Tal documentación es numerosa y en muchos aspectos, muy completa, aunque disgregada, lo que exigió un exhaustivo trabajo de análisis e integración de conclusiones de aquella información relevante.
- **Visitas** de campo del equipo consultor y relevamientos observacionales de sitios y servicios turísticos. En cuanto a sitios turísticos se hizo énfasis no sólo en aquellas áreas con uso actual, sino también en las áreas turísticas potenciales.
- **Reuniones y entrevistas con el sector local:** prestadores de servicios turísticos, gestores turísticos, representantes del sector público y de las cámaras y asociaciones del sector privado, y otros actores locales relevantes.
- **Presentaciones y talleres de formulación participativa** con la comunidad local.
- **Reuniones y entrevistas con operadores y agencias emisoras** que programan Ushuaia, y/o destinos de la Patagonia, y otros destinos de productos competidores.
- **Experiencia y conocimiento del equipo consultor** en planificación turística estratégica y en otros destinos que ofrecen productos similares.

1.2. PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL

A lo largo de la elaboración del Plan se ha llevado a cabo un proceso de comunicación y participación de la comunidad, a través de entrevistas, reuniones y consultas con los actores turísticos locales, en todos los ámbitos: privado, público, académico, civil, de gestión de espacios naturales protegidos, etc., y a través de la organización de talleres de formulación participativa, para la discusión, consenso y validación del diagnóstico junto a las propuestas de estrategias y actuaciones que estructuran el Plan.

En los talleres celebrados para la discusión del Plan han participado: operadores, hoteleros, transportistas, guías, gastronómicos, cafeterías, comercios, agencias de alquiler de autos y demás empresas de actividades turísticas, asociaciones gremiales, responsables de servicios públicos relacionados con el turismo, universidades, instituciones académicas y científicas, asociaciones, fundaciones y demás entidades de la sociedad civil de Ushuaia.

La participación local en el Plan ha permitido enriquecerlo con la experiencia, consideraciones y propuestas de la sociedad de Ushuaia. La estrategia turística debe ser una estrategia de la comunidad, que ésta haga suya y valide a lo largo de este proceso participativo. Se trata de elaborar conjuntamente un plan turístico que ayude a gestionar el mejor desarrollo turístico posible de Ushuaia para todos.

Es fundamental la participación de la comunidad de Ushuaia en el diseño del Plan

ACTIVIDADES REALIZADAS PARA LA IMPLICACIÓN DE LA COMUNIDAD

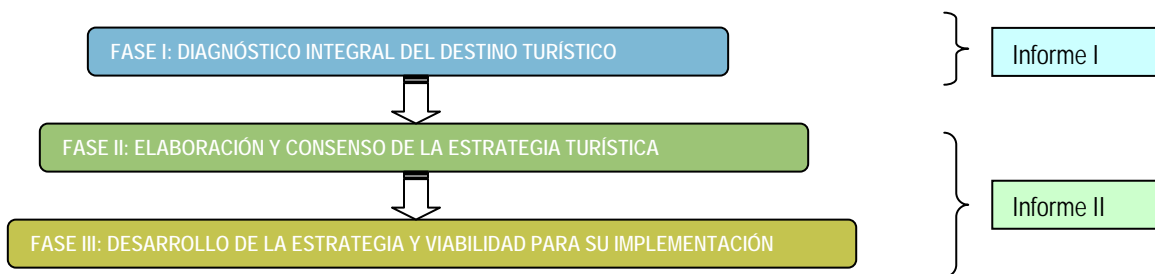
FECHA	Actividad o TALLER celebrado	Contenido
Lunes 26 de junio 2006	Presentación oficial en público del estudio	Dar conocer el alcance, objetivos y equipo de trabajo
Martes 27 de junio	Taller participativo sobre Diagnóstico	Elaborar conjuntamente el diagnóstico turístico del destino. Describir la situación y problemática actual
Viernes 30 de junio	Taller participativo sobre Plan de Acción	Construir conjuntamente el futuro del destino. Decidir en consenso estrategias de actuación, acciones y proyectos a implementar en Ushuaia. Se organizaron dos nuevas actividades previas a un nuevo taller que permitiera profundizar en el Plan de Acción.
Viernes 15 de septiembre	Taller participativo sobre Visión, Misión y Objetivos	Concretar metas generales de la Estrategia en base a las cuales valorar la conveniencia de distintos programas y proyectos del Plan de Acción.
Lunes 18 de septiembre	Conferencia y Debate sobre Paisaje, Medio Ambiente y Turismo en Ushuaia	Conferencia sensibilizadora para profundizar en la importancia del paisaje y el medio ambiente en el desarrollo turístico de Ushuaia.
Martes 19 de septiembre	Taller participativo sobre Plan de Acción	Construir conjuntamente el futuro del destino. Se retomaron los avances en talleres anteriores.
Lunes 30 de octubre	Taller participativo sobre Plan de Acción	Construir conjuntamente el futuro del destino. Se trabajó el Plan de Acción definitivo para el destino.
Varios meses 2006 y 2007	Reuniones de trabajo con grupos específicos de actores y reuniones y entrevistas con actores clave individuales	Conocer la opinión de diversos grupos de actores.
Viernes 3 noviembre 2006	Reunión con miembros de la futura OGD del destino	Trabajar aspectos relacionados con la fase de implementación del Plan y de gestión del destino.
Sábado 4 noviembre 2006	Reunión con la administración del P.N.T.D.F y grandes operadores de visita turística al Parque	Continuar el trabajo en aspectos relacionados con la mejora de la calidad de la visita al Parque Nacional y la gestión de la saturación que sufre en momentos puntuales.
Lunes 6 noviembre 2006	Presentación a Concejo Deliberante	Dar a conocer el desarrollo del estudio.
Martes 20 de marzo 2007	Presentación oficial en público del Plan de Desarrollo Turístico formulado	Presentación en público de la definitiva Estrategia de Desarrollo Turístico para la Ciudad de Ushuaia.
Días 21, 22 y 23 de marzo 2007	Curso-seminario sobre Planificación y Gestión del Destino Ushuaia	Transmitir conocimientos sobre el Plan que faciliten la efectiva implementación del mismo.

1.3. ESQUEMA DEL PROCESO METODOLÓGICO

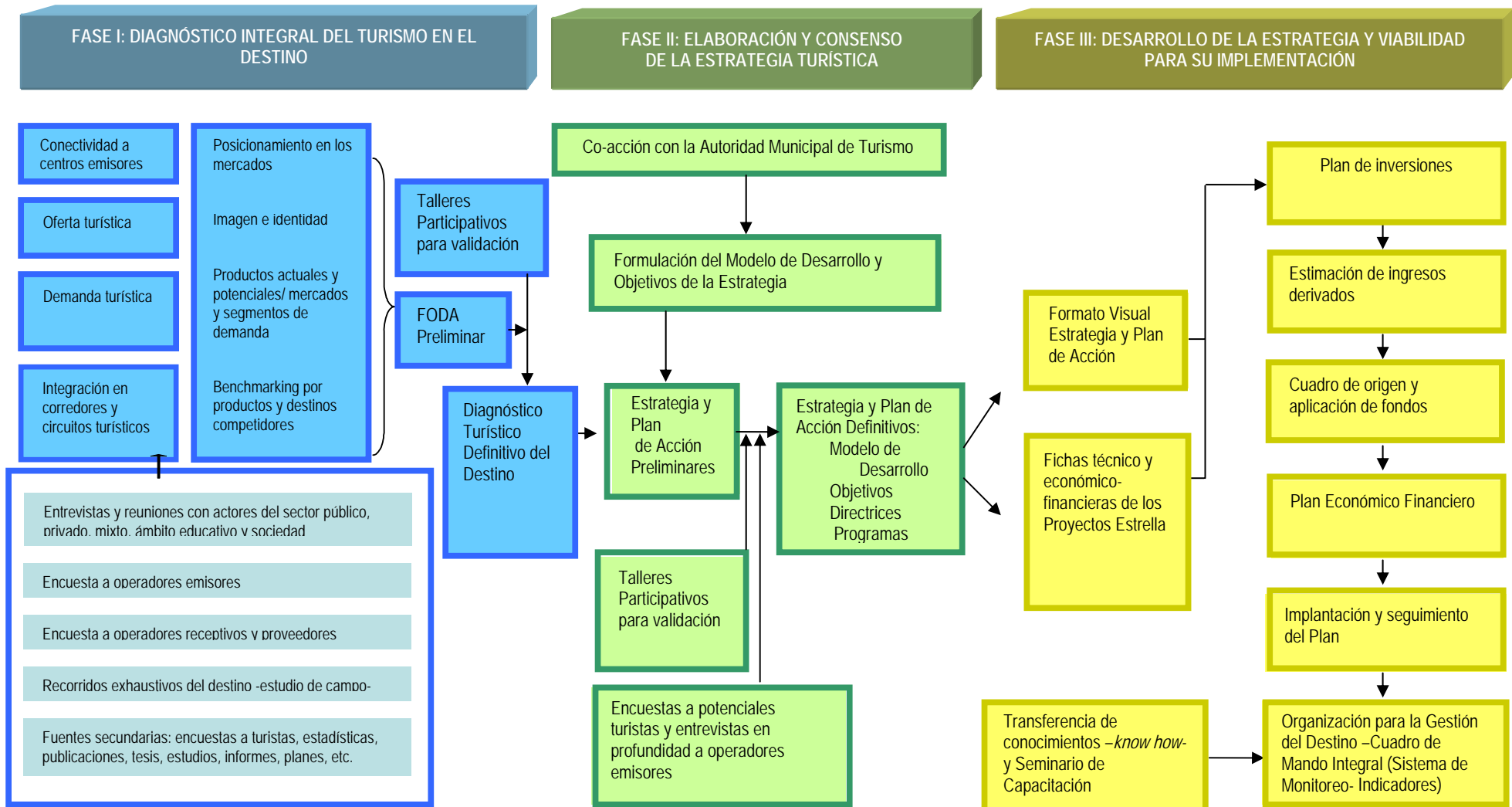
FASES DE ELABORACIÓN DEL PLAN

El trabajo se estructura en 3 fases. La primera de análisis y diagnóstico de la situación actual y del mercado, la segunda de elaboración y consenso o validación de la estrategia turística, y una tercera de profundización en la misma y su viabilidad económico-financiera, que incluye análisis a fondo de las fuentes aplicables para su financiamiento y la captación de inversores, además de instrumentos para facilitar su implementación y gestión.

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE DE USHUAIA



PROCESO METODOLÓGICO PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO
DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE DE USHUAIA



2. MARCO ESTRATÉGICO EN TURISMO USHUAIA 2007-2017

2.1. MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

El nuevo enfoque del MODELO de desarrollo turístico

El nuevo Modelo es la reorientación del destino hacia las premisas fundamentales de CALIDAD, COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD.

Se trata de que el sector turístico de Ushuaia se desarrolle bajo el patrón de:

- **SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL**, de forma que haya un respeto y preservación de los recursos turísticos y, en general del medio ambiente, que siga haciendo posible el desarrollo socioeconómico de las generaciones futuras
- **SUSTENTABILIDAD Y EQUIDAD SOCIAL**, de manera que se distribuyan los beneficios equitativamente entre la población local y se minimicen los impactos sociales negativos asociados con el desarrollo turístico de la ciudad
- **CONCERTACIÓN**, incluyendo en la toma de decisiones la participación ciudadana, de los diferentes sectores turísticos locales, públicos y privados, y se considere la opinión de los visitantes y turistas a Ushuaia
- **SUSTENTABILIDAD Y RENTABILIDAD SOCIOECONÓMICA**, se desarrollen actividades turísticas que sean económicamente productivas ahora y en el futuro
- **Y COMPETITIVIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL DEL DESTINO**, entendida como productividad eficiente, es decir, como la capacidad de generar bienes y servicios turísticos minimizando los costes de todo tipo que puedan producirse y maximizando todos los beneficios que puedan obtenerse. Pero para ello es fundamental la mejor diferenciación y satisfacción de las expectativas y demandas de los actuales y potenciales clientes/ visitantes, respecto a otros que ofrezcan los mismos o similares bienes y servicios. Por ello, a su vez, cobran relevancia todos los aspectos relacionados con SUSTENTABILIDAD, CALIDAD, IDENTIDAD, DIFERENCIACIÓN, DIVERSIFICACIÓN Y DESESTACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA DEL DESTINO con RESULTAR COMPETITIVO.

**EL MODELO DE DESARROLLO SERÁ EL MARCO DE REFERENCIA Y GUÍA PARA
CONCRETAR A PARTIR DE AQUÍ TODA LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO
PARA EL DESTINO DE USHUAIA 2007-2017**

2.2. VISIÓN COMÚN TURISMO USHUAIA 2017

VISIÓN TURISMO USHUAIA 2017

Queremos un destino con identidad y diferenciación en el contexto nacional e internacional, que sea de calidad, competitivo y sustentable, en el que haya participación activa de los actores locales, generando una distribución equitativa de los beneficios económicos de la actividad entre toda la sociedad.

Por ello, queremos que Ushuaia sea una ciudad:

- Con identidad propia y diferenciada, posicionada en el mundo entero como un destino turístico ambiental, social y económicamente sustentable
- Con una cultura de calidad, recursos humanos capacitados, y una actividad generadora de desarrollo local
- Apreciada por sus habitantes que reciben beneficios directos e indirectos de la actividad turística que mejoran su calidad de vida
- Comprometida en ofrecer servicios de excelencia y una diversa y genuina oferta de productos turísticos basada en la conservación y utilización sustentable de su patrimonio natural y cultural

2.3. MISIÓN DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS

MISIÓN DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS EN EL PLAN

- Planificar, promover y dirigir el desarrollo sustentable y competitivo de la actividad turística de Ushuaia, mediante procesos integradores y concertados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo que mejore la calidad de vida de la población, y garantizando la valoración y conservación del patrimonio histórico, natural y cultural del destino así como una experiencia integral satisfactoria al visitante.

2.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN

El plan contribuirá a:

OBJETIVOS:

GENERAL:

- Conseguir un desarrollo turístico de Ushuaia concertado, competitivo y sustentable económica, social y ambientalmente

ESPECÍFICOS:

- Diversificar la oferta turística del destino
- Desarrollar y consolidar productos ligados a los atractivos y recursos genuinos del lugar, en consonancia con la vocación del destino
- Generar productos y servicios con mayor valor añadido, de calidad y acordes a los distintos segmentos de demanda
- Crear nuevos polos de atracción turística que descongestionen y complementen los actuales
- Regular el aprovechamiento turístico sustentable de las áreas de visita saturadas
- Preservar, conocer y poner en valor los recursos naturales y culturales sobre los que se sustenta o sustentará la actividad turística
- Mejorar la estructura y paisaje urbano y los servicios básicos que ofrece la ciudad
- Aumentar cualitativa y sostenidamente la demanda
- Desestacionalizar el destino, repartir más uniformemente la demanda turística en el tiempo
- Incrementar la estadía y el gasto en el destino de los visitantes
- Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes y mejorar la calidad de la visita a los lugares turísticos y la experiencia turística integral en el destino
- Mejorar la accesibilidad, conectividad y comunicaciones dentro del destino y hacia fuera
- Incrementar la capacitación de los recursos humanos
- Ordenar las prestaciones turísticas

- Desarrollar un sistema de fiscalización eficiente y articulado entre jurisdicciones (Municipio, Provincia y Nación)
- Redistribuir equitativa y ampliamente los beneficios en la comunidad turística
- Generar una amplia aceptación social de la actividad turística entre la población local
- Incrementar la satisfacción del residente respecto al desarrollo de la actividad turística
- Fomentar y fortalecer emprendimientos locales sustentables
- Fortalecer las instituciones del sector (público, privado y mixto)
- Promover que las instituciones sean representativas y transparentes
- Lograr la coordinación eficiente entre las distintas dependencias del sector público relacionadas con la actividad turística
- Promover la articulación estratégica de los distintos actores del sector privado
- Fomentar la relación y coordinación entre el sector público y el sector privado

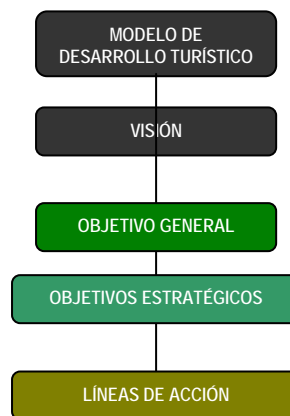
3. PLAN DE ACCIÓN EN TURISMO USHUAIA 2007-2017

3.1. DIRECTRICES ESTRATÉGICAS -LÍNEAS O EJES RECTORES DE ACCIÓN-

Cada Directriz refleja un campo o temática común de acción, y englobará todos los programas y acciones o proyectos que son necesarias implementar en relación a esa temática para alcanzar los objetivos específicos y, con ello, el objetivo general, implantando finalmente el modelo de desarrollo sustentable y competitivo deseado.

Es decir, las Líneas o Directrices de Acción actuarán de guías para conducir el proceso, desde la situación actual (descrita en el diagnóstico que se puede consultar en los informes completos del Plan), hasta el escenario deseado o visión a un horizonte a 10 años vista (2017), definido en el modelo de desarrollo, visión y objetivos formulados.

Serán el marco de referencia de las actuaciones para alcanzar un futuro mejor, sostenible y próspero de Ushuaia como destino turístico para los mercados y para su población.



Se ha formulado la necesidad de actuar en los siguientes campos de acción:

10 LÍNEAS DE ACCIÓN FORMULADAS PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO Y SUSTENTABLE DE USHUAIA

1. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DEL DESTINO PARA EL TURISMO
2. MEJORA DEL ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DEL DESTINO
3. MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DEL DESTINO
4. CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL TURISMO
5. INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DEL TURISMO
6. PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL DESTINO
7. FORTALECIMIENTO DEL ROL TURÍSTICO DEL SECTOR PÚBLICO LOCAL
8. COMPETITIVIDAD DEL SECTOR PRIVADO TURÍSTICO LOCAL
9. GESTIÓN INTEGRAL Y COMPETITIVA DEL DESTINO
10. MARKETING CONJUNTO DEL DESTINO TURÍSTICO

De esta forma, el marco estratégico debe centrarse en los siguientes ejes de acción:

1. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DEL DESTINO PARA EL TURISMO

Necesidad de mejoras en infraestructuras y servicios básicos que ofrece el destino para la operación turística, relacionados con: red vial –apertura, mejoramiento, mantenimiento, vialidad invernal, señalización, etc.-, tránsito fronterizo, aeropuerto y servicios aeroportuarios, transporte urbano y otros servicios públicos: gas, energía, agua, saneamiento, residuos, telecomunicaciones, etc.; que tengan en cuenta las necesidades actuales y futuras, para satisfacer la demanda al respecto, vinculada tanto población residente como a los visitantes que recibe y recibirá.

Contiene los siguientes Programas:

- 1.1. MEJORA DE LA CONECTIVIDAD TERRESTRE
- 1.2. MEJORA DE LA CONECTIVIDAD AÉREA
- 1.3. MEJORA DEL TRÁNSITO FRONTERIZO
- 1.4. MEJORA DE OTROS SERVICIOS BÁSICOS PÚBLICOS

2. MEJORA DEL ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DEL DESTINO

La imagen de un destino turístico en los visitantes está fuertemente vinculada a la imagen que la ciudad y el resto del territorio inmediato y del entorno visitable transmiten, por lo que se hace relevante identificar qué actuaciones en planificación y ordenamiento del espacio urbano, suburbano y rural son necesarias para mejora del destino turístico.

Contiene los siguientes Programas:

- 2.1. PLANEAMIENTO URBANO
- 2.2. PLANEAMIENTO DEL TERRITORIO MUNICIPAL

3. MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DEL DESTINO

Actuaciones para mejorar integralmente la oferta turística del destino, que habrán de promover la calidad, mejora, modernización y diversificación de lo ya existente, y el desarrollo de nueva oferta de productos y servicios, identificando las tipologías de proyectos y emprendimientos turísticos a fomentar en el destino, de acuerdo con las tendencias de la demanda. Todo ello para aumentar cualitativa y sostenidamente la demanda, mejorar la calidad de la visita, su valor añadido, incrementar el gasto de los visitantes en el destino, prolongar la estadía y desestacionalizar, favoreciendo la inclusión de actores locales en los proyectos, así como la diversificación y la diferenciación y complementariedad de la oferta frente a los destinos y productos competidores de otras zonas y países.

Contiene los siguientes Programas:

3.1. DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y PUESTA EN VALOR DE LOS SITIOS TURÍSTICOS

Contendrá las actuaciones necesarias para el desarrollo y consolidación de los productos del destino seleccionados para trabajar sobre ellos preferentemente. Esta selección de productos se ha realizado en función de las aptitudes locales (vocación y recursos y atractivos presentes), las tendencias de la demanda (orientación al mercado) y las ventajas,

comparativas y competitivas, que poseen y/o que se pueden potenciar respecto a otros destinos competidores.

Por ello, contendrá Subprogramas que agrupan las actuaciones en función del tipo de producto del que se trate:

- 3.1.1. TURISMO DE NATURALEZA Y OBSERVACIÓN ESPECIALIZADA DE ESPECIES
 - 3.1.2. TURISMO ACTIVO, DE AVENTURA Y DEPORTIVO
 - 3.1.3. TURISMO DE NIEVE
 - 3.1.4. TURISMO RURAL
 - 3.1.5. TURISMO CULTURAL
 - 3.1.6. TURISMO DE CRUCEROS
 - 3.1.7. TURISMO ANTÁRTICO
 - 3.1.8. TURISMO DE INCENTIVOS, REUNIONES, CONGRESOS Y CONVENCIONES Y EVENTOS
- 3.2. SEÑALÉTICA E INTERPRETACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO
 - 3.3. CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL
 - 3.4. INTEGRACIÓN REGIONAL DEL DESTINO
 - 3.5. SEGURIDAD DEL VISITANTE Y ACTUACIÓN FRENTE A EMERGENCIAS

4. CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL TURISMO

Se refiere a mejorar la receptividad y hospitalidad de toda la comunidad local hacia el visitante y turista, así como a mejorar la calidad de los recursos humanos que prestan o prestarán los servicios turísticos, resolviendo las necesidades de formación en turismo de la población, en todos los niveles educativos y subsectores turísticos, y fomentando una mayor participación del sector privado -empresarios y empleados- en las acciones formativas de capacitación.

Contiene los siguientes Programas:

- 4.1. SISTEMA EDUCATIVO
- 4.2. SECTOR PÚBLICO
- 4.3. SECTOR PRIVADO

5. INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DEL TURISMO

Concientización turística de la población local haciéndola consciente de que Ushuaia es una ciudad esencialmente turística y que el turismo aporta beneficios, directos y/o indirectos para todos; e identificación de proyectos recreativos específicamente para el residente, así como de otros que favorezcan la integración de sectores poblacionales desarraigados o más desfavorecidos en la actividad turística, mejorando las condiciones de vida en el destino y la percepción que la comunidad tiene de la actividad.

Contiene los siguientes Programas:

- 5.1. CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA
- 5.2. PROYECTOS SOCIALES

6. PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL DESTINO

Necesidad de actuaciones que garanticen la preservación de los recursos naturales y culturales locales, principales activos turísticos del destino y sobre los que se sustenta la actividad del sector, de modo que no sean degradados y siga siendo posible su uso en el futuro.

Contiene los siguientes Programas:

- 6.1. SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LA POBLACIÓN
- 6.2. BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL
- 6.3. MEDIO AMBIENTE
- 6.4. ÁREAS PROTEGIDAS

7. FORTALECIMIENTO DEL ROL TURÍSTICO DEL SECTOR PÚBLICO LOCAL

Coordinación entre las diferentes dependencias de la Municipalidad que inciden, directa o indirectamente, en el turismo, y de éstas con el resto de organismos con respectivas competencias a nivel provincial, regional y nacional, mejorando los servicios en turismo que ofrece la Municipalidad.

Contiene los siguientes Programas:

- 7.1. COORDINACIÓN ENTRE ORGANISMOS PÚBLICOS RELACIONADOS CON EL TURISMO
- 7.2. INFORMACIÓN TURÍSTICA
- 7.3. DISCIPLINA TURÍSTICA

8. COMPETITIVIDAD DEL SECTOR PRIVADO TURÍSTICO LOCAL

Coordinación y concertación entre el sector privado turístico de Ushuaia –redes empresariales- y promoción y ayuda al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas locales del destino.

Contiene los siguientes Programas:

- 8.1. FOMENTO A LAS PYMES Y MICROEMPRESARIOS TURÍSTICOS LOCALES
- 8.2. COORDINACIÓN ENTRE EL SECTOR PRIVADO –fomento a la ASOCIATIVIDAD-

9. GESTIÓN INTEGRAL Y COMPETITIVA DEL DESTINO TURÍSTICO

Para gestionar el destino es imprescindible aunar y coordinar esfuerzos mediante la articulación, consenso y concertación entre el sector turístico público y privado. Sólo a través de procesos de desarrollo turístico concertados en la misma dirección se podrá lograr el éxito de todos, tanto de políticas públicas como de acciones privadas.

Para ello será necesario previamente concientizar a los actores y sus representantes sobre la necesidad y beneficios de un órgano permanente de gestión concertada del destino, y la puesta en marcha y funcionamiento de dicho Ente Mixto –OGD- que se encargue de dicha gestión y que dirija la implementación de este Plan de Desarrollo Turístico.

Contiene los siguientes Programas:

- 9.1. CONCIENTIZACIÓN PARA LA COORDINACIÓN PÚBLICO-PRIVADA
- 9.2. COORDINACIÓN ENTRE SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

10. MARKETING CONJUNTO DEL DESTINO TURÍSTICO

Identificación de actuaciones para la estructuración y realización de marketing turístico conjunto del destino. Se trata de alinear a toda la actividad turística, pública y privada, en un marketing coordinado de los diversos productos en los respectivos mercados que, siendo adicional a los actuales esfuerzos individuales de los diversos actores locales, sirva de “paraguas”, supere, fortalezca, apoye y haga más efectivos a éstos.

Contiene los siguientes Programas:

- a. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS OBJETIVO
- b. IMAGEN DEL DESTINO
- c. PROMOCIÓN TURÍSTICA
- d. COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

LINEA ESTRATEGICA/ EJE RECTOR	PROGRAMA
1. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DEL DESTINO PARA EL TURISMO	1.1. Mejora de la conectividad terrestre 1.2. Mejora de la conectividad aérea 1.3. Mejora del tránsito fronterizo 1.4. Mejora de otros servicios básicos públicos
2. MEJORA DEL ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DEL DESTINO	2.1. Planeamiento urbano 2.2. Planeamiento del territorio municipal
3. MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DEL DESTINO	3.1. Desarrollo de los productos y puesta en valor de los sitios turísticos 3.2. Señalética e interpretación turística en el destino 3.3. Calidad en el sector turístico local 3.4. Integración regional del destino 3.5. Seguridad del visitante y actuación frente a emergencias
4. CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL TURISMO	4.1. Sistema educativo 4.2. Sector público 4.3. Sector privado
5. INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DEL TURISMO	5.1. Concientización turística 5.2. Proyectos sociales
6. PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL DESTINO	6.1. Sensibilización ambiental de la población 6.2. Buenas prácticas en el sector turístico local 6.3. Medio ambiente 6.4. Áreas protegidas
7. FORTALECIMIENTO DEL ROL TURÍSTICO DEL SECTOR PÚBLICO LOCAL	7.1. Coordinación entre organismos públicos relacionados con el turismo 7.2. Información turística 7.3. Disciplina turística
8. COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO PRIVADO LOCAL	8.1. Fomento a las PYMES y micro-emprendimientos turísticos locales 8.2. Coordinación entre el sector privado –fomento a la asociatividad-
9. GESTIÓN INTEGRAL Y COMPETITIVA DEL DESTINO	9.1. Concientización para la coordinación pública-privada 9.2. Coordinación entre sector público y privado
10. MARKETING CONJUNTO DEL DESTINO TURISTICO	10.1. Investigación de mercados objetivo 10.2. Imagen del destino 10.3. Promoción turística 10.4. Comercialización turística

3.2. INTRODUCCIÓN AL PLAN DE ACCIÓN

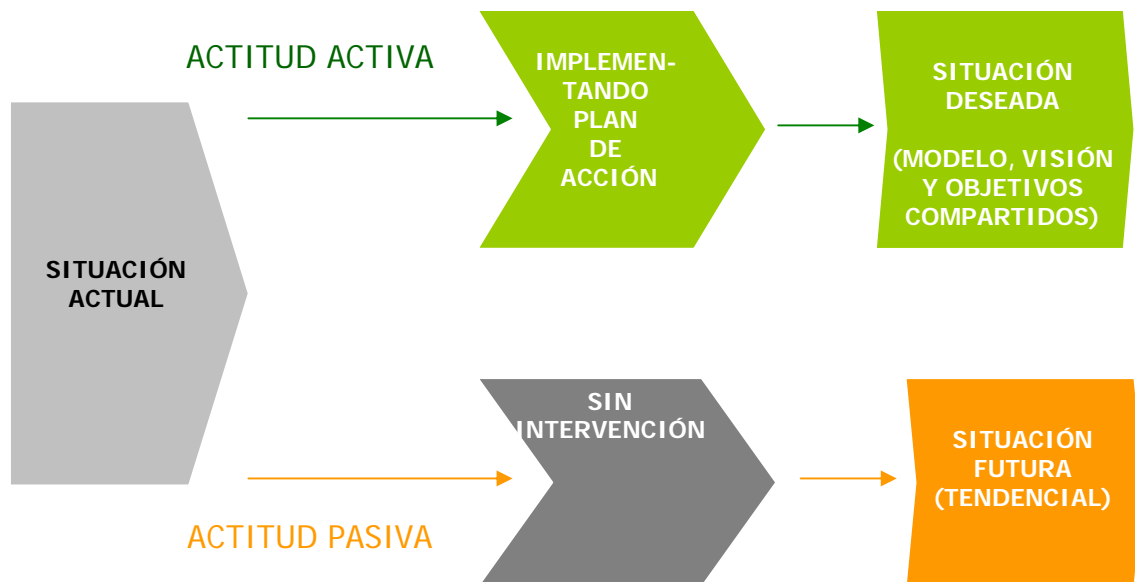
PLAN DE ACCIÓN EN TURISMO PARA USHUAIA

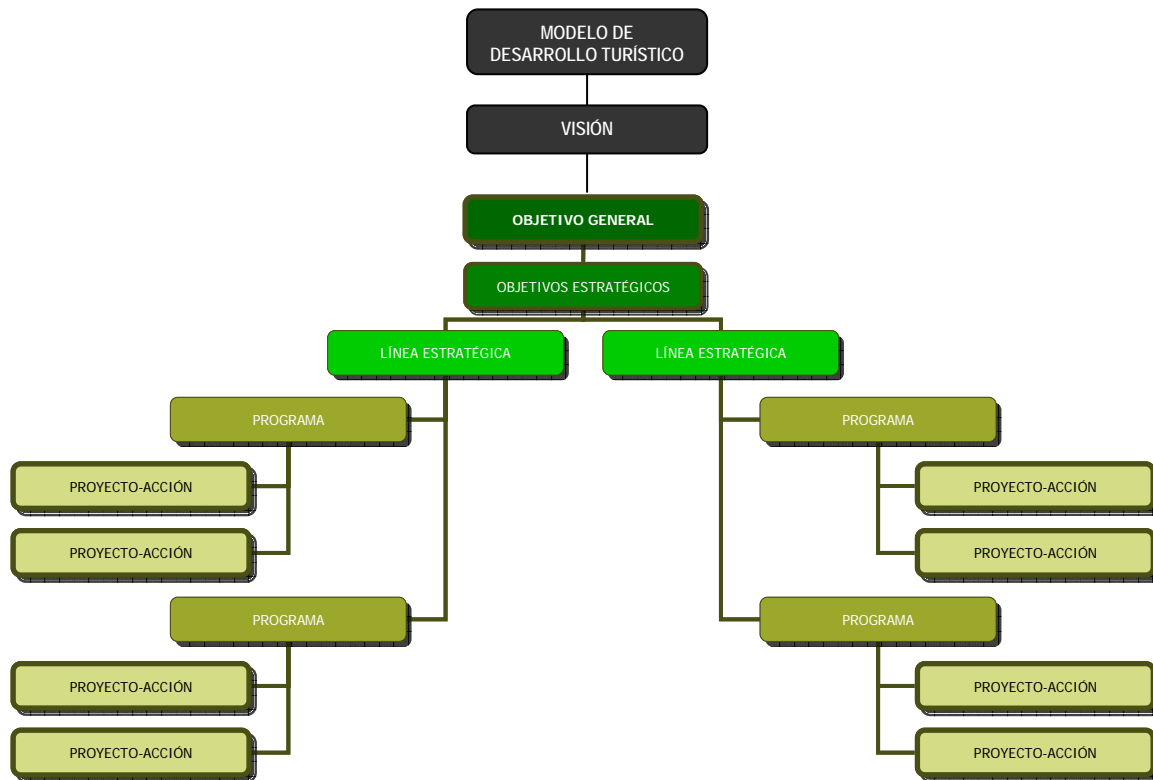
¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE?

El PLAN DE ACCIÓN es el CONJUNTO DE PROYECTOS Y ACCIONES en relación al turismo que se habrán de acometer en Ushuaia en el plazo temporal 2007-2017 para su desarrollo turístico exitoso en el marco de la competitividad y sustentabilidad.

De esta manera, el Plan de Acción aplica y concreta el nuevo MODELO de desarrollo turístico, VISIÓN y OBJETIVOS compartidos para el destino, en lineamientos estratégicos y programas que incluyen las acciones y proyectos necesarios, en materia turística y/o relacionada, que permitirán pasar al destino de la situación actual y tendencial, sin intervención estratégicamente dirigida, a una nueva en la que se habrán cumplido las principales metas (OBJETIVOS) de esta Estrategia de Desarrollo Turístico Sustentable de Ushuaia.

El Plan de Acción recoge las acciones y proyectos que permite al destino pasar de la situación actual a la situación deseada, expresada y compartida por la comunidad turística





Este Plan de Acción contiene, para cada Proyecto o Acción, la siguiente información esencial para posteriormente poder iniciar su implementación:

- ✦ Contenido
- ✦ Responsables para su ejecución
- ✦ Presupuesto
- ✦ Fuentes de financiación
- ✦ Prioridad
- ✦ Fase temporal

Contenido

Es la identificación y descripción del tema o asunto en qué consiste el proyecto o acción.

El detalle del contenido de cada uno de ellos se ha realizado en base a la información primaria recabada y secundaria existente, la información aportada en los talleres y en consultas a representantes del sector privado y público. El listado de acciones y proyectos ha sido consultado y valorado por la comunidad turística.

La implementación de dichos proyectos y acciones permitirá el logro de los objetivos estratégicos en turismo definidos para Ushuaia.

Responsables

Es el conjunto de entidades y grupos de actores implicados directamente en la ejecución del proyecto o acción. Es decir, son los encargados de la implementación y seguimiento del proyecto o acción. Conocer los responsables implicados facilitará iniciar la planificación y ejecución de cada uno.

Hay proyectos y acciones puramente públicos, otros de carácter únicamente privado, y finalmente, mixtos, que necesitan de la acción conjunta entre diversos actores públicos y privados para llevarse a cabo.

En todo caso, la futura Organización de Gestión del Destino –OGD-, aunque no tenga competencia directa en muchos de los proyectos y acciones, deberá ejercer siempre la labor y papel de *lobby*, es decir, de impulsor, animador, facilitador, coordinador, etc. que garantice y vele para que cada agente o actor asuma sus responsabilidades y ejecute las tareas de las que es responsable directo. Es decir, la OGD es el facilitador de todos los proyectos y acciones, de forma tal que controle, favorezca y dinamice la efectiva implementación del Plan de Acción.

Presupuesto

Es el importe o coste estimado de implementación de la acción o proyecto. Es decir, refleja la cifra orientativa del orden de magnitud que supondrá en costes su ejecución.

Fuentes de Financiación

Son los posibles órganos, entidades y líneas de financiamiento, actualmente disponibles, acordados para aportar recursos económicos, financieros o de otro tipo, que permitan afrontar todo, o al menos parte, de los costes que implica la implementación de la acción o proyecto.

Prioridad

Es la importancia o relevancia del proyecto o acción para la comunidad turística de Ushuaia. Ha sido definida por los propios actores locales en talleres participativos. Queda reflejada en base a la siguiente clasificación:

Escala de Prioridad

★★★★	Máxima	★★★	Alta	★★	Media	★	Baja
------	--------	-----	------	----	-------	---	------

Fase Temporal

Es el tiempo de implementación del respectivo proyecto o acción en el periodo 2007-2017 de la Estrategia. Marca el momento de inicio y el momento de finalización.

Se ha definido en un cronograma compuesto de 3 fases:

- **Fase 1** o Corto plazo: Entre 1 y 3 años, es decir, de 2007 a 2009
- **Fase 2** o Medio plazo: Entre 3 y 6 años, es decir, de 2010 a 2012
- **Fase 3** o Largo plazo: Entre 6 y 10 años, es decir, de 2013 a 2017

El momento idóneo para comenzar un proyecto o acción depende de cuándo se prevén que se den las condiciones necesarias en el destino para ejecutarlo. Por tanto, se ha fijado la fase en que inicia un proyecto o acción en función de las condiciones previstas para el entorno en el que se desarrolla¹.

La fase en que finaliza el proyecto o acción depende de las características intrínsecas del mismo.

Se entiende que la duración total se asigna considerando que la acción o proyecto comenzará efectivamente en la fase de inicio fijada. Por tanto, si se producen retrasos en el inicio, ello supondrá retrasar igualmente su finalización.

Hay proyectos y acciones continuos en el tiempo y, por tanto, abarcan las 3 fases.

A su vez, para el conjunto de proyectos y acciones que tienen la misma fase de inicio, se decidirá con cuáles comenzar antes recurriendo a la información sobre Prioridad. Es decir, dentro de una misma fase temporal, deberá darse preferencia y comenzar por aquellas acciones a las que los actores les han otorgado máxima prioridad, seguidas después por las de alta y media prioridad, y por último, las de prioridad baja.

¹ Para la Línea Estratégica 3, debido al gran número de proyectos y acciones incluidos, se ha considerado además un criterio según el cual se persigue un reparto relativamente equilibrado del inicio de proyectos y acciones en las 3 fases en función del interés de la acción para el conjunto de la oferta del destino.

3.3. PLAN DE ACCIÓN EN TURISMO PARA USHUAIA

Las acciones marcadas con "F" tienen una ficha específica de proyecto. Dichas fichas se pueden consultar en los informes completos del Plan Estratégico.

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
1			MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS BÁSICOS DEL DESTINO PARA EL TURISMO							
	1.1.		MEJORA DE CONECTIVIDAD TERRESTRE							
	1.1.1. F		Arreglo y mantenimiento de las carreteras y rutas de acceso a los principales recursos turísticos del término municipal.	Dirección Vialidad Provincial	7.177.200	Presupuesto provincial, financiamiento de la banca multilateral (BID, Banco Mundial, CAF) o Proy. de Des. Productivo de la Prov. de Tierra del Fuego (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★			
	1.1.2. F		Terminal de omnibuses para colectivos de media y larga distancia con playón de estacionamiento.	Dirección Vialidad Provincial	4.140.000	a) Presupuesto provincial, financiamiento de la banca multilateral (BID, Banco Mundial, CAF) o Proy. de Des. Productivo de la Prov. de Tierra del Fuego (en fase de identificación actualmente 3/07) b) Concesión de obra y operación (ver nota 4 al final)	★★★			
	1.1.3. F		Ruta 3: señalización turística, acondicionar actual mirador, nuevos sitios de descanso y miradores, puestos de asistencia para emergencias.	Dirección Vialidad Provincial / Secretaría de Turismo/ Subsecretaría de Defensa Civil	300.000	Presupuesto provincial, financiamiento de la banca multilateral (BID, Banco Mundial, CAF) o Proy. de Des. Productivo de la Prov. de Tierra del Fuego (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★			
1.1.4. F		Fomento del transporte público urbano y comarcal hasta los principales recursos turísticos.	Secretaría de Turismo/ Municipalidad/ InFueTur/ OGD	No requiere inversión	Concesión de línea de transporte público. Inversión a cargo del concesionario	★				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	1.2.		MEJORA DE CONECTIVIDAD AÉREA							
		1.2.1.	Impulso al Plan de racionalización del aprovechamiento de la Terminal del Aeropuerto Islas Malvinas <plan a corto plazo>, y a la Implementación del Plan Maestro de ampliación del Aeropuerto.	Dirección Vialidad Provincial / Empresa concesionaria London Supply	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		1.2.2. F	Programa de vuelos chárter	Cámaras/ Asociación Fueguina de Agencias de Viajes y Turismo	82.615	Cámaras / Asociación Fueguina de Agencias de viaje, futura OGD. Con apoyo Fomin/BID -Eventualmente podría constituir un componente de un proyecto FOMIN/BID-.	★★★			
		1.2.3. F	Programa para el incremento de vuelos regulares a Ushuaia.	Secretaría de Turismo/ Intendencia/ InFueTur/ Cámaras/ Asociación Fueguina de Agencias de Viajes y Turismo/ Secretaría Nacional de Transporte	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★★			
	1.3.		MEJORA DE TRÁNSITO TRANSFRONTERIZO							
		1.3.1. F	Mejora del tránsito y control de turistas en los pasos fronterizos de mayor tráfico	Dirección Vialidad Provincial/ Gendarmería/ Migraciones	1.209.000	Presupuesto de Vialidad Provincial y de Gendarmería Nacional. Eventualmente podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★			
	1.4.		MEJORA DE OTROS SERVICIOS BÁSICOS PÚBLICOS							
1.4.1.		Tratamiento de Efluentes: emisario submarino y planta de tratamiento de aguas residuales adecuada a la población estable y turística, con las necesarias ampliaciones de la red cloacal, a un horizonte a 10 años.	Dirección Provincial de Obras y Servicios Sanitarios/ Secretaría de Obras y Servicios Públicos municipal	9.800.000	Ente Nacional de Obras Hidráulicas y Saneamiento ENOHS. Fondo Fiduciario de Infraestructura Regional	★★★★				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		1.4.2.	Tratamiento de Residuos: Sensibilización para separación en origen, servicio de recogida selectiva, transporte, reciclaje y tratamiento de residuos sólidos urbanos, con una visión integrada con el resto de la Isla.	Dirección Provincial de Obras y Servicios Sanitarios/ Secretaría de Obras y Servicios Públicos/ Municipalidad de Ushuaia	2.054.750	Presupuesto Municipal con la posibilidad de conseguir fondos del Ente Nacional de Obras Hidráulicas y Saneamiento ENOHSA.	★★★★			
		1.4.3.	Tratamiento de aguas servidas y residuos en las construcciones en el ámbito rural-suburbano, especialmente en las cuencas del río Pipo, río Olivia y Arroyo Grande, provisoras de agua potable para la ciudad.	Dirección Provincial de Obras y Servicios Sanitarios/ Secretaría de Obras y Servicios Públicos municipal	3.200.000	Ente Nacional de Obras Hidráulicas y Saneamiento ENOHSA. Fondo Fiduciario de Infraestructura Regional	★★★★			
2			MEJORA DEL ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL DEL DESTINO							
	2.1.		PLANEAMIENTO URBANO							
		2.1.1. F	Mejora de Imagen Urbana: eliminación de vacíos urbanos, integración del parque industrial, etc. Proyecto de enterramiento de cables eléctricos, telefónicos, etc. Promover espacios verdes y públicos (plazas, bulevares, etc.) Promover formas de construcción acordes a materiales y estilos estéticamente armoniosos con el paisaje y patrimonio arquitectónico más típico. Regulación y adecuación de la publicidad estática en la zona centro y circuitos turísticos <cartelería, vallas publicitarias, etc.>. Mejora de transitabilidad urbana: arreglar veredas, eliminar obstáculos de veredas, acondicionar veredas, servicio para eliminación de hielo en invierno, etc.	Secretaría de Obras y Servicios Públicos/ Dirección Provincial de Energía/ Telefónica/ Empresa de cable TV	11.819.000	Fondo Nacional de la Vivienda. Eventualmente Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		2.1.2. <i>F</i>	Mejora / transitabilidad del micronúcleo urbano: Primera fase: eliminación de obstáculos en veredas de la Av. San Martín, acondicionamiento de terrenos baldíos próximos para estacionamiento y prohibición de estacionamiento en ambos lados de la avenida –excepto buses turísticos y taxis pero con restricciones de tiempo-, lo que permitiría ensanchamiento de ambas veredas para peatones y dos carriles libres para la circulación. Segunda fase: peatonalización de la Av. San Martín completamente peatonal y aparcamientos en zonas adyacentes.	Secretaría de Obras y Servicios Públicos	2.520.000	Presupuesto Municipal con la posibilidad de poder constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★			
		2.1.3. <i>F</i>	Mejora y adecuación del muelle: traslado de zona de contenedores, actual zona habilitarla para la oferta de actividades turísticas y recreativas de navegación y comercios, recuperación de la plaza donde ahora se ubican los puestos de las agencias, construcción de dos peines para catamaranes, etc.	Dirección Provincial de Puertos/ Municipalidad/ Instituto Fueguino de Turismo	38.700.000	Dirección Provincial de Puertos + Posibilidad de poder constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★			
		2.1.4.	Tranvía lineal de transporte público.	Secretaría de Obras y Servicios Públicos		Municipalidad con eventuales fondos del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★			
	2.2.	PLANEAMIENTO DEL TERRITORIO MUNICIPAL								
	2.2.1. <i>F</i>	Elaboración y aplicación de un Plan de Ordenamiento Territorial al resto del territorio municipal, fuera de la zona urbana.	Subsecretaría de Planeamiento	1.600.000	UNPRE, Ministerio de Economía. Podría constituir un componente de un proyecto FOMIN/BID	2.7 ★★				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		2.2.2.	Dotación de un espacio agrícola destinado a la producción local de alimentos frescos.	Subsecretaría de Planeamiento/ Gob. Provincial	No requiere inversión	Aportación de un terreno por parte de la Municipalidad o del Gobierno Provincial	3 ★★			
		2.2.3. <i>F</i>	Mejora del frente marítimo del Canal Beagle: paseo marítimo de pasarelas en un sector costero paralelo a la ciudad con sitios de descanso y miradores, resto del sector costero conservado naturalmente con senderos trazados, señalizados, con interpretación paisajística y facilitando diversos puntos de acceso peatonal hasta ellos.	Secretaría de Obras y Servicios Públicos/ Secretaría de Turismo	14.290.000	Posibilidad de poder constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★			
3			MEJORA INTEGRAL DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL Y POTENCIAL DEL DESTINO							
	3.1.		DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y PUESTA EN VALOR DE LOS SITIOS TURÍSTICOS							
			TURISMO DE NATURALEZA Y OBSERVACIÓN ESPECIALIZADA DE ESPECIES							
		3.1.1. <i>F</i>	Senderos escénicos para interpretación del paisaje, fauna y flora, y la geología por tierra y mar, desde más genéricas a más especializadas.	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ CADIC/ Universidades/ AAFVT/ Área de Medio Ambiente Municipal	232.500	Podría constituir un componente de un proyecto FOMIN/BID	★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.2.	Acciones para avanzar en el cumplimiento del Compromiso Onashaga para el uso responsable de los recursos turísticos del Canal Beagle: autorregulación de la navegación en el Canal, talleres de concientización, debate y consenso de operadores, certificación autorregulada por el sector, declaración de área protegida provincial del sector costero-marítimo e islas del Canal—desde Bahía Lapataia hasta Isla Martillo- con la consiguiente definición de normas para el uso recreativo, etc.	Asoc Guías TDF/ Secretaría de Turismo/ CADIC/ Universidades/ Operadores turísticos del Canal/ AAFVT/ Subsecretaría Provincial de Recursos Naturales	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★			
		3.1.3.	Puesta en valor y preservación de turberas fueguinas: Declaración de áreas protegidas y "Red Natural de Turberas Fueguinas". Además: En el área urbana: adecuación didáctica y recreativa para el residente y el turista (barrios Monte Gallinero, Los Fueguinos y Río Pipo, Pista Jerman), pasarelas con interpretación sobre su valor natural y científico: testigo histórico del clima y la vegetación, reguladoras del caudal de los cursos de agua, etc. En zonas de uso turístico fuera del área urbana: construcción de pasarelas para evitar degradación por pisoteo y vehículos a motor.	Secretaría de Desarrollo Social Municipal/ Secretaría de Turismo/ CADIC/ Universidades/ AAFVT/ Área de Medio Ambiente Municipal/ InFueTur/ Asociaciones ambientalistas	347.200	Municipalidad y podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID.	★★★			
		3.1.4. <i>F</i>	Centro interactivo de interpretación de la biodiversidad austral, incluyendo talleres de bricolaje ambiental o de biodiversidad aplicada.	Secretaría de Turismo/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	975.000	Concesionario privado que realiza la inversión y operación	★			
		3.1.5. <i>F</i>	Recuperación ambiental y turístico-recreativa de Bahía Encerrada.	Dirección de Gestión Ambiental Municipal/ CADIC/ Universidades/ AAFVT	665.000	Municipalidad y podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID.	★★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.6.	Puesta en valor para avistaje de aves de Bahía San Sebastián y sectores aledaños de la costa Atlántica en la Red Hemisférica de Aves Playeras.	Subsecretaría de Recursos Naturales Provincial/ CADIC/ Universidades/ AAFVT	386.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID.	★			
		3.1.7.	Creación de un Parque de Flora Austral Costera en la zona del Cabo San Pablo y desarrollo de infraestructura para actividades recreativas y turísticas de reconocimiento de flora silvestre.	Subsecretaría de Recursos Naturales Provincial/ CADIC/ Universidades/ AAFVT	650.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID.	★			
		3.1.8.	Recuperación del Lago Yehuin como zona recreativa organizada: un área para la recreación, con fogones, un área de camping diferenciada, y apertura de una pequeña senda costera señalizada, todo ello a ser considerado en la elaboración del Plan de Manejo de la Reserva Corazón de la Isla.	Subsecretaría de Recursos Naturales Provincial/ InfueTur/ CADIC/ Universidades/ AAFVT	480.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID.	★			
		3.1.9.	Promover turismo científico y ecoturismo en la Reserva Provincial Isla de los Estados a ser considerado en la elaboración del Plan de Manejo de la Reserva.	Subsecretaría de Recursos Naturales Provincial/ InFueTur/ CADIC/ Universidades/ AAFVT	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		3.1.10.	Promover turismo de naturaleza en la parte norte, más accesible, de la Reserva Provincial Corazón de la Isla y promover ecoturismo en la parte sur de la Reserva: en base a grupos mucho más pequeños y orientados a actividades más agrestes, sin prácticamente infraestructuras, incluyendo estudios de capacidad de carga. Acondicionar estancias cercanas como proveedoras de servicios de alojamiento, etc. Involucrar a la comunidad de Tolhuin. Todo ello a ser considerado en la elaboración del Plan de Manejo de la Reserva.	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ Secretaría de Recursos Naturales, Gob. Provincial/CADIC/Universidades/AAFVT/Propietarios Estancias	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.11.	Promoción del ecoturismo en Península Mitre, y a ser considerado al elaborar el Plan de Manejo tras su declaración como área protegida.	Secretaría de Turismo/ InFueTur /Secretaría de Recursos Naturales, Gob. Provincial/CADIC/Universi dades/AAFVT	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★			
		3.1.12.	En el Parque Nacional Tierra del Fuego: Apoyo a diversos proyectos de instalaciones y servicios recreativos para mejorar y diversificar la visita en coordinación con la dirección del parque: muelle de Bahía Ensenada, refugios, balizamiento y señalización de senderos, recorrido para esquí de travesía en invierno y trekking en verano con apoyo en uno o dos refugios de montaña, etc. Concertación de un nuevo modelo de visitas en alta temporada consensuado con el sector (operadores) para mejorar la calidad de la visita y reducir las congestiones puntuales en la zona de uso público que incluya un incremento en el número de guardaparques.	Parques Nacionales/Secretaría Municipal/AAFVT/Universi dades	465.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID	★★★			
		TURISMO ACTIVO, DE AVENTURA Y DEPORTIVO								
		3.1.13. <i>F</i>	Actividades de aventura y de turismo activo en un Centro de ocio y aventura en la naturaleza (COAN) o parque de aventura.	Secretaría de Turismo/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	1.612.000	Concesionario a cargo de la inversión y operación	★			
		3.1.14. <i>F</i>	Adecuación de senderos para trekking y trekking de altura.	Secretaría de Turismo/ InFueTur /Secretaría de Recursos Naturales, Gob. Provincial/CADIC/Universi dades/AAFVT	775.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID	★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.15.	Campamentos de técnicas primitivas y de supervivencia en áreas naturales (productos de turismo extremo). Definiendo capacidades de carga y eligiendo la ubicación más adecuada en función de criterios operativos y ambientales.	Secretaría de Turismo/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	465.000	Concesionario a cargo de la inversión y operación	★			
		3.1.16.	Mejora de oferta para pesca deportiva <con devolución> y escuela para principiantes.	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	186.000	Concesionario a cargo de la inversión y operación	★			
		3.1.17.	Seguro para los turistas que realicen actividades de turismo activo y deportivo que, entre otros servicios, cubra los gastos de rescate y traslado a centro hospitalario, en su caso.	InFueTur /AAFVT/ SECTUR	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		3.1.18.	Control de la promoción y publicación de sendas no oficiales, no acondicionadas, en mapas de venta libre.	Secretaría de Turismo / InFueTur	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		3.1.19.	Inclusión del campo de golf en la oferta turística.	Secretaría de Turismo / InFueTur	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		TURISMO DE NIEVE								
		3.1.20. <i>F</i>	Consolidación de la oferta invernal de Ushuaia. Mayor desarrollo, diversificación y especialización de los centros y actividades invernales para potenciar la vocación invernal de Ushuaia.	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	6.882.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID	★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
			TURISMO RURAL							
		3.1.21.	Visitas organizadas con guía a emprendimientos agro ecológicos y artesanales (cultivo por hidroponía Los Coreanos, cultivo de frutas finas, elaboración de chacinados, criadero de truchas, establecimientos de elaboración de productos artesanales, etc.)	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ AAFVT/Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		3.1.22.	Apoyo a proyectos de aprovechamiento de aguas termales en zonas rurales del Centro de la Isla, tras profundizar en su viabilidad, seleccionando los lugares más idóneos.	AAFVT/Cámara hotelera y gastronómica/ Secretaría de Turismo/ InFueTur /Gob. Provincial/Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	806.000	Concesionarios a cargo de la inversión y operación	★★			
			TURISMO CULTURAL							
		3.1.23. F	Adecuación de un área cultural de alrededor de 2.000 m2 en Ushuaia empleando las construcciones tradicionales como marco (casas originales y réplicas)	Secretaría de Turismo/Servicio de Urbanismo Municipalidad/ Cámara hotelera y Gastronómica/ InFueTur			★			
			a) revalorización de centros culturales, galerías de arte, área de taller-exposición-tienda de artistas artesanos, locales que ofrezcan espectáculos culturales y nocturnos <folclore, actuaciones teatrales, música en vivo, pubs, etc.>, comercios y restaurantes temáticos, etc., apoyando con incentivos a los propietarios que acepten integrarse en el programa.		No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
			b) construcción de réplicas de las casas tradicionales desaparecidas y de algunas de las aún existentes, pero no disponibles para el programa anterior, creando un "barrio viejo"		6.200.000	Fondos de Municipalidad con aportes de Programas Nacionales de Recuperación de Patrimonio + Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID				
		3.1.24.	Desarrollo de un centro cultural con área artesanal, locales de música, comercios temáticos, etc., si no se ubica en el proyecto de "barrio viejo" de 3.1.23.	Secretaría de Turismo / Cámaras	Ya presupuestado en 3.1.23.	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID	★ ★ ★			
		3.1.25.	Impulso a locales que ofrezcan espectáculos culturales y nocturnos <folclore, actuaciones teatrales, música en vivo, pubs, etc.>.	Secretaría de Turismo / Cámaras	465.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07). Algunos componentes de este proyecto podrían incluirse igualmente en un proyecto FOMIN/BID	★ ★ ★			
		3.1.26.	Apoyo a artesanos locales para producción de calidad con materias primas locales.	Asociación de Artesanos/Secretaría de Turismo/ InFueTur /Gob. Provincial/Municipalidad	372.000	Podría constituir un componente de un proyecto FOMIN/BID"	★ ★			
		3.1.27.	Potenciación de las escuelas de castellano y gestionar la obtención de certificación oficial de enseñanza.	Secretaría de Turismo/ InFueTur /AAFVT/Proyecto privado	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		3.1.28.	Poblado-campamento vivencial sobre los pioneros y primeros pobladores, buscadores de oro, ganaderos, misioneros, artesanos, eventualmente apoyado en una estancia tradicional.	Secretaría de Turismo/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	1.488.000	Concesionarios a cargo de la inversión y operación	★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACION	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.29.	Fomento de haciendas adecuadas a su estado original en tiempo de los pioneros, participando los visitantes de las actividades típicas y agrorurales- visitas nostálgicas-. Puede constituir un componente más del proyecto anterior 3.1.28.	Secretaría de Turismo/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	No requiere inversión	Inversión privada con incentivos fiscales	★			
		3.1.30. <i>F</i>	Puesta en valor de Playa Chica y de la Reserva Provincial Cultural-Natural de Playa Larga	Secretaría de Turismo/ Área de Medio Ambiente de la municipalidad/Secretaría Recursos Naturales del gob. Provincial/CADIC/AAFVT/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación. (futuro concesionario privado)	-	Municipalidad, Provincia y concesionario inversor/operador. Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★			
			TURISMO DE CRUCEROS							
		3.1.31.	Sistema de ofrecimiento de servicios ordenado para evitar caos actual de transportistas e informales peleándose entre ellos para llevarse a los cruceristas que descienden al puerto: delimitación de un espacio restringido para embarque de pasajeros contiguo a otro de oferta de servicios autorizados habilitados y aplicación de las ordenanzas correspondientes.	Secretaría de Turismo/ Municipalidad/ Puertos/ AAFVT/ Transportistas/ InFueTur	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.32.	Negociaciones con Puertos, el sector turístico local y con las compañías navieras para promocionar la ampliación de horas de estadía y estructurar productos y actividades ajustados a la prolongación de la estadía y la distribución espacial y temporal de cruceristas –que reduzcan la presión sobre los recursos turísticos y sobre otros segmentos de visitantes-. Trabajo con una agenda que distribuya la llegada y estadía de cruceros mejor repartidos a lo largo de toda la temporada.	Puertos/ Secretaría de Turismo/ Municipalidad/ AAFVT/ InFueTur	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★★			
		3.1.33.	Implementación de un Plan para el aumento de los suministros locales a los cruceros y cruceristas.	Asociación de productores/ InFueTur /Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Eventual componente de un proyecto FOMIN. Línea de apoyo a proyectos agropecuarios del Banco Nación (ver nota sobre instrumentos nacionales de apoyo a Pymes)	★★★			
		3.1.34.	Creación de un locker de equipajes para transeúntes en el Puerto, o fuera del Puerto a escasa distancia.	Secretaría de Turismo/ Puertos	240.000	Concesión. Inversión a cargo del operador	★★			
		TURISMO ANTÁRTICO								
		3.1.35.	Desarrollo de productos pre y post crucero para cruceristas antárticos en Ushuaia.	Secretaría de Turismo/AAFVT/ InFueTur	No requiere inversión		★★			
		3.1.36.	Impulso del proyecto de Base Internacional operativa, logística, académica y educativa sobre el Área Antártica en la ciudad de Ushuaia (posible ubicación en la Península del aeropuerto).	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ CADIC/ Universidades/Gob. Provincial/Concesionario privado para algunos servicios Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	1.860.000	Podría constituir un componente del Proyecto de Desarrollo Productivo de la Provincia de Tierra del Fuego con el BID (en fase de identificación actualmente 3/07)	★★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		3.1.37.	Moderno Centro Interactivo de Interpretación del Continente Helado de la Antártica en la ciudad.	Secretaría de Turismo/CADIC/Universidades/Gob. Provincial/Concesionario privado para algunos servicios Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	1.395.000	Concesionario inversor/operador	★★			
			TURISMO DE INCENTIVOS, REUNIONES, CONGRESOS Y CONVENCIONES Y EVENTOS							
		3.1.38. F	Proyecto de Centro de Convenciones de nivel nacional e internacional de mediana capacidad.	Secretaría de Turismo/AAFVT/Cámaras hoteleras/ Proyecto privado o en concesión a una empresa gestora sobre la base de unos TdR elaborados por la STM para la licitación.	7.750.000	Concesionario privado inversor/operador, o una empresa mixta montada entre la Municipalidad y la Cámara de Turismo, a través de la Agencia Ushuaia (<i>Ushuaia Convention Bureau</i>), o a una empresa creada entre estas dos entidades y un inversor-explotador privado.	★★			
		3.1.39.	Apoyo a una programación de eventos regulares a lo largo del año de actividades culturales, deportivas, ferias, congresos y otras, de carácter nacional e internacional: Festival Música Clásica, Gastronómico, Bienal de Arte, Festival de Fantasía, mitos y leyendas; Concurso de Esculturas sobre Hielo; Proyecto Marchablanca; Proyecto la Noche Más Larga; Maratón del Fin del Mundo en Fin de Año; Carreras de trineos con perros; Concursos de pesca deportiva, encuentro regional de cervezas artesanales patagónicas, etc.	Secretaría de Turismo/AAFVT/Cámaras/ Sociedad civil, asociaciones por temas o actividades/ InFueTur	1.550.000	Presupuesto Municipal, del InFueTur y Cámaras y Asociaciones del sector (futura OGD)	★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	3.2.		SEÑALÉTICA E INTERPRETACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO							
		3.2.1.	Plan general de implantación de señales direccionales, de identificación y paneles interpretativos que realcen los principales recursos y atractivos del municipio de Ushuaia, con base en criterios uniformes establecidos (acordes con el reciente Sistema de Señalética Turística Nacional y Manual de Diseño de SECTUR y CFI).	Secretaría de Turismo/Área de tráfico de la municipalidad/Gob. Provincial/ InFueTur	465.000	Vialidad provincial, InFueTur y presupuesto municipal. Eventual componente de un proyecto FOMIN. Posible componente Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego.	★★★★			
	3.3.		CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL							
		3.3.1.	Trabajar para la inclusión de Ushuaia en la Red Federal de Municipios Turísticos Sustentables.	Municipalidad	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		3.3.2.	Plan de trabajo para que la oferta informal pase a formal, dando facilidades.	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ Cámaras/AAFVT	155.000	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★			
		3.3.3.	Apoyo a la implementación del "Sistema Local de Calidad Turística y Ambiental" <favorecer la implantación de un plan de calidad de los servicios turísticos que incluya una categorización de los mismos y concluya en un proceso de certificación IRAM. Por tipos de establecimientos y servicios. Marca de Calidad Turística Fueguina>.	Secretaría de Turismo/ InFueTur/ Cámaras (y específicamente la Cámara de Cama y Desayuno)/AAFVT	232.500	Presupuesto público ordinario de las administraciones y entidades responsables (futura OGD) y línea de crédito del BICE destinada a calidad y estudios de impacto ambiental.	★★★			
	3.4.		INTEGRACIÓN REGIONAL DEL DESTINO							
3.4.1.		Trabajar para avanzar en la formalización de acuerdos regionales de beneficio recíproco, que permitan a cada ciudad <Ushuaia- Puerto Williams> y los sectores de ambos países en Tierra de Fuego, desarrollar sus ventajas competitiva y complementariamente.	InFueTur / Secretaría de Turismo/ Gob. Provincial Tierra del Fuego/Gob. de la provincia de Magallanes(Chile)/ Cámaras/AAFVT/Cancillerías argentina y chilena	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	3.5.		SEGURIDAD DEL VISITANTE Y ACTUACIÓN FRENTE A EMERGENCIAS							
		3.5.1.	Servicio telefónico 24 horas y en varios idiomas un servicio telefónico de urgencia para turistas.	Secretaría de Turismo/ InFueTur	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		3.5.2.	Efectivos policiales o despliegue de policía turística en lugares de alta concentración turística e identificados como de mayor riesgo: puertos, aeropuerto, micrónúcleo urbano, corredores, etc., al servicio de los ciudadanos en general y de los turistas.	Municipalidad/Gob. Provincial	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		3.5.3.	Programa de sensibilización de la policía en turismo.	Municipalidad/Gob. Provincial	31.000	Dotación específica con cargo al presupuesto público. Eventual componente de Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★★			
		3.5.4.	Elaboración del mapa municipal de áreas de mayor riesgo para visitantes y residentes y elaboración y difusión de recomendaciones para la circulación por ellas, y para la circulación nocturna.	Municipalidad/ Policía	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		3.5.5.	Establecimiento de un protocolo para la detección y evacuación de accidentados y extraviados en montaña y áreas extremas, de acción inmediata que cuente con los medios humanos y materiales necesarios para responder en los tiempos requeridos. Incluyendo un registro obligatorio.	Bomberos/ Policía	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
4			CALIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS LOCALES DISPONIBLES PARA EL TURISMO				TOT.			
	4.1.		SISTEMA EDUCATIVO							
	4.1.1.		Promover y coordinar la incorporación de componentes turísticos en el sistema curricular de educación primaria y secundaria <nivel inicial de conocimiento de recursos naturales y culturales locales, importancia del turismo para la comunidad, relación con el turista, idiomas, etc.>, incluyendo aspectos prácticos como excursiones a los sitios turísticos y posibilidad de que los alumnos realicen pasantías relacionadas con turismo inmediatamente antes de egresar de la escuela secundaria (ej. prácticas en centros de información turística, participación en guiadas en sitios turísticos, atención al público en centros de recepción de visitantes de áreas protegidas, etc.).	Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	***			
	4.1.2.		Promoción y apoyo a los estudios específicos en turismo y el desarrollo de tesis, investigaciones, etc. con componentes de turismo sostenible en las universidades y demás instituciones del sistema educativo.	Secretaría de Turismo/ Universidades/ CADIC	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	***			
	4.2.		SECTOR PÚBLICO							
	4.2.1.		Procurar capacitación como informantes turísticos –conocimientos básicos en idiomas, atención al público, oferta turística local, etc.- a personal <i>front line</i> de instituciones públicas, policías, etc., que frecuentemente están en contacto con el visitante.	Secretaría de Turismo	124.000	Con cargo al presupuesto ordinario reforzado por apoyo desde el Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	*			
4.2.2.		Impulso y continuidad de los programas de capacitación de la Municipalidad dirigidos a sus empleados que contengan componentes turísticos.	Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario reforzado por apoyo desde el Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego.	*				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	4.3.		SECTOR PRIVADO							
		4.3.1.	Impulsar y proporcionar capacitación de calidad, continuada y eficientemente coordinada, para oferentes, empleados y gremios de servicios turísticos, con instructores idóneos, en temas y oficios que respondan a las necesidades reales del sector, en: atención al público, idiomas, recursos turísticos locales, gerencia de empresas, prestación de servicios turísticos –operación turística, alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, etc.- y acceso al mercado – promoción y comercialización-.	Cámaras/ Universidades/ CADIC/ Instituciones educativas/ Secretaría de Turismo/ OGD	136.400	Financiación del sector privado (Cámaras, Asociaciones, futura OGD). Instrumentos nacionales de apoyo a Pymes. Posible componente de un proyecto FOMIN	★★★			
		4.3.2.	Realizar acciones que incrementen la participación en los cursos de capacitación como: <ul style="list-style-type: none"> - concientización del empleador y empleado de la necesidad de formación; - adecuada difusión y publicidad -con suficiente antelación- de los cursos de que se vayan a celebrar; - conceder algún incentivo o ventaja –incluso fiscal- a los empleadores que faciliten el realizar los cursos a sus trabajadores; - convocar concursos que premien a los establecimientos cuyos propietarios hayan permitido realizar más cursos a sus empleados, etc. 	Cámaras/ Secretaría de Turismo/ Subsecretaría de Hacienda y Finanzas	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		4.3.3.	<p>Realizar acciones adicionales a la capacitación que mejoren la calidad de atención al turista como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - concursos que premien a los empleados y establecimientos en función de este objetivo –por ejemplo a través de una encuesta al turista cuando se va, donde deba asignar una puntuación al recepcionista, guía de turismo, comerciante, etc. El premio podría ser una semana en cualquier otro destino turístico de la Provincia, para fomentar a su vez los mismos pues, una vez conocidos, los empleados de Ushuaia los recomendarían a los turistas. (*Esta encuesta podría incorporar otros temas de interés de manera que sirva también para detectar opiniones, quejas y problemas de los turistas en el lugar)-; - acciones que generen sentimiento de afecto y pertenencia entre los trabajadores del sector turístico “llegados” de fuera, a fin de que se involucren con el lugar, como puede ser: armar torneos deportivos (fútbol, tenis, etc.) entre empresas y/o sectores (hotelería, agencias de viaje, comercios, etc.), ofertar cursos, gratuitos o subvencionados en parte para empleados del sector turístico, en diversas temáticas no turísticas –aeróbic, bailes, cocina-; etc. 	Cámaras/ Secretaría de Turismo/ OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
5		INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DEL TURISMO								
	5.1.	CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA								
	5.1.1.	Campañas de concientización para “generar” sentimiento de pertenencia y afecto al lugar entre los residentes llegados (lucha contra el desarraigo).	Secretaría de Desarrollo Social	108.500	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★★				
5.1.2.	Campañas de concientización de todos los residentes en el valor social, económico y ambiental de la actividad turística y en la importancia de la hospitalidad y trato amable al turista.	Secretaría de Turismo/ InFueTur	77.500	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★★★★					

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		5.1.3.	Campanas de concientización sobre la importancia y utilidad de la contribución fiscal para la provisión de obras y servicios públicos.	Secretaría de Hacienda y Finanzas/ Ministerio de Economía, Hacienda y Finanzas	62.000	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★ ★ ★			
	5.2.		PROYECTOS SOCIALES							
		5.2.1.	Apoyo a los proyectos de la Secretaría de Desarrollo Social de la Municipalidad que desarrollan servicios y componentes turísticos y recreativos para el residente (ej. "Senderos Antiguos y Circuitos de interpretación, "Emprendimientos sociales productivos", "Formación para el Trabajo", etc.).	Secretaría de Turismo/ InFueTur Resto de dependencias de Municipalidad y Provincia	155.000	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★			
6			PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL DESTINO							
	6.1.		SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL DE LA POBLACIÓN							
		6.1.1.	Plan de sensibilización de la población para el respeto, conservación e identidad con el patrimonio cultural y natural, que incluya campañas de difusión de mensajes en los medios locales y actividades que impliquen un mayor conocimiento y valoración del patrimonio.	Secretaría de Turismo/ Dirección de Cultura/ Subsecretaría de Recursos Naturales	77.500	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★ ★ ★ ★			
		6.1.2.	Plan de concientización de la población sobre prevención/minimización, reutilización y depósito responsable de los residuos urbanos.	Dirección de Gestión Ambiental/ Subsecretaría de Recursos Naturales	77.500	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★ ★ ★ ★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	6.2.		BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL							
		6.2.1.	Sensibilización del sector privado y de las administraciones públicas en turismo para la responsabilidad ambiental y social.	Cámaras/ Municipalidad	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★★★★			
		6.2.2.	Programa de fomento del otorgamiento de sellos y premios a la implementación de buenas prácticas ambientales, sociales y culturales en entidades públicas y privadas del sector turístico. Apoyo a la constitución de redes institucionales de buenas prácticas ambientales, sociales y culturales.	Cámaras/ Municipalidad	192.200	Con cargo al presupuesto ordinario con dotación específica	★★★			
	6.3.			MEDIO AMBIENTE						
		6.3.1.	Plan progresivo de restauración ambiental y paisajística en los principales entornos naturales turísticos, o con potencial aprovechamiento turístico a corto plazo, comenzando por: periferia rural de la ciudad, valle Andorra y circuito desde la ciudad al Parque Nacional, y poniendo especial énfasis en la recuperación de graveras, zonas en general afectadas por movimientos de tierras y la antigua pista de esquí.	Subsecretaría de Recursos Naturales	1.860.000	Posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★★★			
		6.3.2.	Apoyo e impulso a áreas y redes de Conservación Privada.	Subsecretaría de Recursos Naturales/ Municipalidad/ Asociaciones Ambientalistas	46.500	Instrumentos nacionales de apoyo a Pymes. Posible componente de un proyecto FOMIN	★			
		6.3.3.	Efectividad de la inspección/ control y sanción para el cumplimiento de toda la normativa ambiental, y especialmente, de la normativa en evaluación ambiental de los proyectos de construcción de obras.	Subsecretaría de Recursos Naturales	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACION	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		6.3.4.	Regular para la ubicación de canteras en lugares menos visibles, garantizar el cumplimiento de la obligatoriedad de recuperación del espacio minero tras el cese de la actividad, y fomentar desde las instituciones un menor uso de los áridos en la construcción.	Subsecretaría de Recursos Naturales	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★★			
		6.3.5.	Ejercer presión para que no se realice el proyecto de la Ruta 30 sobre el frente costero del Canal Beagle. Sino, en caso de confirmarse este proyecto, impulso a un estricto proyecto de minimización de impactos ambientales e integración paisajística.	Cámaras/ Secretaría de Turismo/ Asociaciones Ambientalistas	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
	6.4.	ÁREAS PROTEGIDAS								
	6.4.1.	Declaración como espacios protegidos de las áreas naturales y culturales de mayor valor, comenzando por: Península Mitre (incluida la zona marítima), sector marítimo-costero colindante al Parque Nacional, y aguas e islas del Canal Beagle.	Subsecretaría de Recursos Naturales	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★★				
	6.4.2.	Redacción y ejecución del plan de manejo y plan de gestión de uso público en las áreas protegidas, dotando de los medios necesarios para implementarlos. Comenzando por: Reservas Provinciales Corazón de la Isla, Isla de los Estados, Península Mitre, sector marítimo-costero colindante al Parque Nacional, y aguas e islas del Canal Beagle.	Subsecretaría de Recursos Naturales	2.635.000	Presupuesto propio como contraparte y posibles ayudas de la Cooperación Internacional (AECI, AID, etc.) y posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★★★				
	6.4.3.	Fomento e impulso de usos turístico y recreativo sostenibles en todas las áreas protegidas (cuándo el turismo sea actividad permitida), de acuerdo con lo detallado de 3.1.8. a 3.1.11 para cada área o reserva, incluyendo estos componentes al elaborar los Planes de Manejo respectivos.	Secretaría de Turismo	279.000	Presupuesto propio como contraparte y posibles ayudas de la Cooperación Internacional (AECI, AID, etc.) y posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★★★★				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
7			FORTALECIMIENTO DEL ROL TURÍSTICO DEL SECTOR PÚBLICO LOCAL							
	7.1.		COORDINACIÓN ENTRE ORGANISMOS PÚBLICOS RELACIONADOS CON EL TURISMO							
		7.1.1.	Establecer y consolidar mecanismos regulares de relación y coordinación entre las diferentes administraciones públicas involucradas, directa o indirectamente, en turismo.	Sector público: dependencias Municipalidad/ dependencias Provincia/ Adm. Nacional de Parques Nacionales/ Armada// etc.	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★			
	7.2.		INFORMACIÓN TURÍSTICA							
		7.2.1.	Actualización periódica del registro de empresas y actividades turísticas de Ushuaia ya existente.	Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		7.2.2.	Actualización periódica del inventario turístico de Ushuaia ya existente.	Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		7.2.3.	Diseño e implementación de un moderno Sistema de Indicadores Turísticos, que perfeccione el actual.	Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		7.2.4.	Construcción y gestión de un nuevo Centro de Información Turística al Visitante, con mayores medios y capacidad que la actual oficina de turismo, que incluya un centro de documentación, área expositiva amplia con fotos, maquetas y prospectos de todos los productos turísticos, acceso a Internet, información de toda Provincia y de todo el corredor patagónico, con personal entrenado, material informativo actualizado y horarios de apertura ajustados a los flujos de visitantes. Continuando con otras pequeñas oficinas turísticas, actuales (en Av. San Martín, en el Puerto y en el Aeropuerto) o nuevas, ubicadas en puntos estratégicos, que descentralicen el acceso a la información.	Secretaría de Turismo	620.000	Municipalidad y posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★★			
	7.3.		DISCIPLINA TURISTICA: CONTROL DE LA OFERTA, NORMATIVA, DENUNCIAS, ETC.							
		7.3.1.	Implementación efectiva de un Sistema de Disciplina Turística para labores de regulación, inspección y sanción de la oferta turística que ayuden a la mejora de la calidad de servicios y a reducir la competencia desleal.	InFueTur/ Secretaría de Turismo	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario y posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
8			COMPETITIVIDAD DEL SECTOR PRIVADO TURÍSTICO LOCAL							
	8.1.		FOMENTO A LAS PYMES Y MICROEMPRESARIOS TURÍSTICOS							
		8.1.1.	Elaboración y ejecución de un plan de ayudas a la Pequeña y Mediana Empresa y Microempresarios turísticos locales, como importante generadora de empleo en USH, con acciones específicas: información personalizada, asesoramiento legal, técnico, créditos blandos, facilidades de pago de cargas impositivas, etc., dirigido a emprendimientos relacionados con las tipologías de proyectos priorizados en este Plan (que contribuyen a diversificar la oferta, a desestacionalizar, a aumentar la estadia, a aprovechar nuevos nichos económicos y/o productivos, con mayor efecto en el desarrollo local, etc.). ²	Ministerio de Economía, Hacienda y Finanzas/ Secretaría de Hacienda y Finanzas	31.000.000	Instrumentos Nacionales de Apoyo a Pymes y eventual FOMIN	★			
		8.1.2.	Creación y puesta a disposición de un programa específico de microcréditos adecuado a los montos de inversión y plazos del sector turístico y que solucione el problema de garantías para poderse aplicar a las tipologías de proyectos turísticos del sector privado priorizados en este Plan.	Ministerio de Economía, Hacienda y Finanzas/ Secretaría de Hacienda y Finanzas	775.000	Instrumentos Nacionales microempresarios (ver nota 4) y eventual FOMIN	★			
	8.2.		COORDINACIÓN ENTRE EL SECTOR PRIVADO –ASOCIATIVIDAD-							
		8.2.1.	Fomentar la representatividad de las asociaciones gremiales e intergremiales de USH.	OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			

² Podrá vincularse al proyecto municipal de Centro de Iniciativas productivas y/o turísticas y el Banco de iniciativas turísticas innovadoras que prevé el PEU 2013.

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACION	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		8.2.2.	Establecer y consolidar mecanismos regulares de relación y coordinación con cámaras y asociaciones turísticas del resto de la Provincia y con las de otros destinos con los que USH conforma corredores y circuitos.	Cámaras del sector privado de USH	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
9			GESTIÓN INTEGRAL Y COMPETITIVA DEL DESTINO TURISTICO							
	9.1.		CONCIENTIZACIÓN PARA LA COORDINACIÓN PÚBLICO-PRIVADA							
		9.1.1.	Campaña de concientización y recordatoria a los actores locales sobre la importancia del trabajo "en red" y la asociación público/privada para el desarrollo competitivo de un destino turístico: sistematización y difusión de experiencias exitosas de coordinación público-privada y beneficios derivados.	Municipio/ Cámara de Turismo/ Cámara de Comercio/ Cámara Hotelera y Gastronómica	310.000	Presupuestos de las entidades responsables como contraparte y eventual FOMIN	★★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	9.2.		COORDINACIÓN ENTRE SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO							
		9.2.1.	<p>Puesta en marcha y consolidación de un ENTE MIXTO como Organización de Gestión del Destino –OGD–, en el que estén representados todos los sectores públicos y privados, convirtiéndose en la instancia regular de coordinación interinstitucional público-privada para la gestión turística integral y consensuada de Ushuaia. Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Asumir directamente la ejecución de algunas acciones de este Plan. ▪ Gestionar, controlar y coordinar entre los actores la ejecución de las acciones del Plan de las que son responsables. ▪ Seguimiento del Plan: evaluar resultados. ▪ Comunicar y difundir los resultados del Plan entre todos los actores turísticos. ▪ Actuar como punto de encuentro entre los actores turísticos. ▪ Canalizar nuevas propuestas de acciones e incluirlas, modificando y actualizando el Plan. ▪ Coordinar con entes representativos de la Provincia y de otros destinos con los que USH integra corredores turísticos. ▪ Coordinar especialmente, con INFUETUR, el Consejo Provincial de Turismo, el ENTE OFICIAL PATAGONIA TURÍSTICA y con la Secretaría de Turismo de la Nación. ▪ Comunicar y difundir todas las actividades y resultados del trabajo desarrollado como OGD. Máxima transparencia en el funcionamiento, sensibilización y divulgación de sus objetivos, procedimientos y resultados. 	<p>Municipio/ Cámara de Turismo/ Cámara de Comercio/ Cámara Hotelera y Gastronómica/ Universidad/ Consejo Profesional de Ciencias Económicas/ PNTDF</p>	310.000	Presupuesto propio de la Agencia de Desarrollo de Ushuaia y eventual FOMIN	★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
10			MARKETING CONJUNTO DEL DESTINO TURÍSTICO							
	10.1.		INVESTIGACIÓN DE MERCADOS OBJETIVO							
	10.1.1.	Puesta en marcha y consolidación de un Observatorio Turístico Local de Marketing, que aproveche la información existente y provea a futuro de la información <i>base</i> específica de USH en la <u>identificación y estudio de mercados y segmentos/nichos objetivo/meta por producto</u> : estudios de mercados y segmentos de demanda internacional y nacional, actual <u>y, sobre todo, potencial</u> , por productos, con tendencias, perfiles cualitativos, nivel de satisfacción, etc.	Secretaría de Turismo/ OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★				
	10.2.		IMAGEN DEL DESTINO							
	10.2.1.	Monitoreo y evaluación periódica del posicionamiento de marcas del destino. Reformulaciones en caso necesario.	Secretaría de Turismo/ OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★★				
	10.3.		PROMOCIÓN TURÍSTICA							
	10.3.1.	Continuar con la elaboración y difusión de material promocional de los productos turísticos y de USH -folletería, CD's y DVD's promocionales, postales, posters, incluido material para <i>merchandising</i> , etc.-.	Secretaría de Turismo e InFueTur/ OGD	2.170.000		Municipalidad, InFueTur y futura OGD. Eventual FOMIN	★★★★			
10.3.2.	Evaluación periódica de éxito de la participación promocional para la comunicación de cada producto en los mercados y segmentos de demanda meta de los mismos. Reformulación de prioridades en caso necesario.	Secretaría de Turismo e InFueTur/ OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★					
10.3.3.	Organización y celebración de eventos promocionales de USH -workshops, fam y press trips, etc.- en función de productos, mercados y segmentos objetivo/meta.	Secretaría de Turismo, InFueTur y Cámaras/ OGD	1.550.000		Municipalidad, InFueTur y futura OGD	★★				

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
		10.3.4.	Diseño y ejecución de un Sistema de Información Turística –SIT- (base de datos turísticos georreferenciada) <i>-para apoyar la promoción y la comercialización de la Zona-</i> .	Secretaría de Turismo, InFueTur y SECTUR Nación	465.000	Posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego y eventualmente de un proyecto FOMIN	★			
		10.3.5.	Mejora de la estructura y modernización con mayores servicios del actual Portal Web Promocional del destino USH que ofrece a potenciales visitantes información sobre el conjunto de la oferta y proveedores turísticos de Ushuaia. Posteriormente se deberá vincular a él una Central de Reservas on-line conjunta de todos los prestadores (proyecto 10.4.1.).	Secretaría de Turismo	155.000	Presupuesto de las entidades responsables y de la OGD como contraparte y eventual FOMIN	★			
		10.3.6.	Puesta en marcha de un Plan de Medios de USH para campañas de publicidad y organización de un Gabinete de Prensa para la elaboración y distribución de noticias que aseguren la presencia regular de USH en medios escritos de interés nacionales e internacionales.	Secretaría de Turismo/ OGD	2.015.000	Presupuesto de las entidades responsables y de la OGD como contraparte y eventual FOMIN	★			
		10.3.7.	Creación de un servicio de apoyo –aportación de USH de material promocional, etc.- a Embajadas de Argentina en el extranjero o a otras oficinas/agencias de representación argentina, para la promoción de USH en mercados extranjeros prioritarios. Si es posible en conjunto con la Región Patagónica.	Secretaría de Turismo e InFueTur y SECTUR/ Cancillería de la Nación/ Ente Patagonia Turística	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★★			
		10.3.8.	Presencia y difusión de la oferta turística de USH en las representaciones diplomáticas de otros países en Buenos Aires – embajadas, consulados, etc.- de países extranjeros prioritarios –ej: EEUU, países europeos, etc.-. Si es posible en conjunto con la Región Patagónica.	Secretaría de Turismo e InFueTur/ Cancillería de la Nación Ente Patagonia Turística	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
		10.3.9.	Fomento de alianzas estratégicas -públicas, privadas y/o mixtas- entre proveedores de USH (gremios, operadores, líneas aéreas, empresas de transporte, entidades del gobierno local, etc.)- así como con los de otros destinos de la Provincia o destinos nacionales e internacionales –por ej. con los que integren corredores- para la promoción conjunta en determinados productos o mercados compartidos.	InFueTur/ OGD Ente Patagonia Turística	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			

LÍNEA ESTRATÉGICA	PROGRAMA	ACCIÓN O PROYECTO	CONTENIDO	RESPONSABLES	PRESUPUESTO (\$ argentinos)	FUENTES FINANCIACIÓN	PRIORIDAD	FASES		
								1	2	3
	10.4.		COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA							
	10.4.1.		Puesta en funcionamiento de una Central de Reservas de USH <i>-en combinación con 10.3.3. SIT y con 10.3.4. Portal Web Promocional-</i> .	Secretaría de Turismo	558.000	Presupuesto de las entidades responsables como contraparte y eventual FOMIN. Igualmente posible componente del Proyecto de desarrollo productivo BID/Tierra del Fuego	★			
	10.4.2.		Representación comercial en mercados o países emisores prioritarios, contratando servicios especializados.	Cámaras e InFueTur/ OGD	930.000	Presupuesto de las entidades responsables como contraparte y eventual FOMIN.	★			
	10.4.3.		Elaboración y difusión de una Guía del Viajero para mercados prioritarios.	Secretaría de Turismo	310.000	Municipalidad e InFueTur además de la futura OGD y, eventualmente, instrumentos nacionales de apoyo a Pymes.	★			
	10.4.4.		Evaluación periódica del éxito de la presencia en los canales de distribución/ comercialización idóneos para cada producto y mercados y segmentos de demanda meta de los mismos. Reformulación de prioridades en caso necesario.	Cámaras/ OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
	10.4.5.		Aportar la información y material turísticos sobre USH necesarios para elaborar el Manual de Ventas de la Patagonia-Tierra de Fuego <i>- binacional, si es posible-</i> para el trade <i>-agentes de viajes y operadores emisores-</i> , estructurado por productos y por destinos turísticos.	Secretaría de Turismo y Cámaras/ OGD	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			
	10.4.6.		Elaborar y promocionar el Manual de Ventas de la Patagonia-Tierra de Fuego.	Ente Patagonia Turística/ Si es posible conjuntamente con entes representativos chilenos	465.000	Municipalidad e InFueTur además de la futura OGD y, eventualmente, instrumentos nacionales de apoyo a Pymes.	★			
	10.4.7.		Fomento de alianzas estratégicas <i>-privadas y/o mixtas-</i> entre proveedores de USH (gremios, operadores, líneas aéreas, empresas de transporte, entidades del gobierno local, etc.)- así como con los de otros destinos de la Provincia o destinos nacionales e internacionales <i>-por ej. con los que integren corredores-</i> para la comercialización conjunta en determinados productos o mercados compartidos.	Cámaras/ OGD Ente Patagonia Turística	No requiere inversión	Con cargo al presupuesto ordinario	★			

Notas a Presupuesto y Fuentes de Financiación:

1. En el campo de "Fuentes Financiación" para cada proyecto o acción, se incluye en esta plantilla una selección resumida de las fuentes financieras disponibles en cada caso para asumir todo o parte de los costos de implementación. En los informes completos del Plan, se desarrollan las distintas líneas de financiamiento aplicables con mayor detalle.
2. "Presupuestos o gastos corrientes" se refiere a que los recursos para financiar esta acción, se obtendrán de los presupuestos corrientes u ordinarios de las entidades que figuran como responsables del proyecto o acción, ya que se trata de labores que entran de lleno dentro del área de su responsabilidad. Cuando se trata de acciones o proyectos que aparecen presupuestados y que tienen una cierta envergadura, se presentan con cargo a una "dotación específica" para esa acción dentro del presupuesto corriente público. Esa dotación específica significará y demostrará el compromiso de esa entidad con el Plan Estratégico. La gerencia del Plan Estratégico de Ushuaia –u Organización de Gestión del Destino <OGD>- realizará una labor de *lobby* para conseguir esos compromisos presupuestarios y realizará un seguimiento de la efectividad de la ejecución presupuestaria efectiva de los mismos.
3. Instrumentos nacionales de apoyo a Pymes: Entre otros abarcan las siguientes líneas aplicables que se presentan con mayor detalle en los informes completos del Plan:
 - Fondo Nacional de Desarrollo para la MIPyME (FONAPyME) Fideicomiso Financiero
 - Programa Global de Crédito a las Micro y Pequeñas Empresas (MyPEs II)
 - Fondo nacional para la creación y consolidación de Microemprendimientos (FoMicro) coordinado por el Banco de la Nación Argentina (BNA) y la Subsecretaría PyME del Ministerio de Economía y Producción de la Nación
 - Líneas de créditos a la inversión del Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), específicamente para adquisición de bienes de capital, proyectos de inversión en bienes y servicios, certificación de calidad, estudios de impacto ambiental de un proyecto.
 - Líneas de crédito para Pymes del Banco Nación, dentro de la cual se incluye una Financiación destinada específicamente al Sector Turístico: construcción y terminación de hoteles, construcción de instalaciones, equipamiento, vehículos nuevos nacionales, capital de trabajo de pretemporada. El Banco Nación también incluye, entre otras, una línea de crédito para el Sector Agropecuario, ligado a la provisión de suministros al sector turístico.
 - Fondo Federal de Inversiones. Créditos para la Reactivación productiva (microemprendimientos y Pymes)
4. Todos los proyectos concesionables a desarrollar por un inversor y operador serán abordados por inversores privados. Estos se apoyarán en los instrumentos nacionales de apoyo a Pymes descritos en el punto anterior, aparte de los que pudieran desarrollarse vía FOMIN, u otros programas de ayudas financieras de entidades bilaterales o multilaterales.

No es conveniente que el Plan de Acción tal y como queda ahora formulado, sea estático durante el plazo temporal determinado 2007-2017. Es un Plan de Acción que no sólo puede, sino que debe estar, durante este tiempo, en constante actualización y revisión, debido a los cambios que puedan producirse: nueva información disponible sobre oferta y demanda del destino, nuevos atractivos turísticos descubiertos, situaciones cambiantes del entorno, nuevas expectativas y deseos de los actores locales, etc.

Este formato en forma de plantilla facilitará la revisión periódica del Plan y su actualización en los casos necesarios, permitiendo detectar fácilmente las temáticas en las que incluir nuevas acciones o proyectos necesarios o modificar los existentes.

RESUMEN DEL PLAN DE ACCIÓN

A continuación, se resumen el número de programas y proyectos para cada una de las líneas de estratégicas del Plan de Acción:

Línea de Acción	Nº de programas/ Línea	Programas de la Línea	Nº de acciones y proyectos/ Programa	Nº total de acciones y proyectos/ Línea
LÍNEA 1	4	Programa 1.1.	4	11
		Programa 1.2.	3	
		Programa 1.3.	1	
		Programa 1.4.	3	
LÍNEA 2	2	Programa 2.1.	4	7
		Programa 2.2.	3	
LÍNEA 3	5	Programa 3.1.	39	49
		Programa 3.2.	1	
		Programa 3.3.	3	
		Programa 3.4.	1	
		Programa 3.5.	5	
LÍNEA 4	3	Programa 4.1.	2	7
		Programa 4.2.	2	
		Programa 4.3.	3	
LÍNEA 5	2	Programa 5.1.	3	4
		Programa 5.2.	1	
LÍNEA 6	4	Programa 6.1.	2	12
		Programa 6.2.	2	
		Programa 6.3.	5	
		Programa 6.4.	3	
LÍNEA 7	3	Programa 7.1.	1	6
		Programa 7.2.	4	
		Programa 7.3.	1	
LÍNEA 8	2	Programa 8.1.	2	4
		Programa 8.2.	2	
LÍNEA 9	2	Programa 9.1.	1	2
		Programa 9.2.	1	
LÍNEA 10	4	Programa 10.1.	1	18
		Programa 10.2.	1	
		Programa 10.3.	9	
		Programa 10.4.	7	

TOTAL		
10 líneas de acción	31 programas	120 proyectos o acciones

El plan estratégico en total se compone de:

- ↳ 10 líneas de acción,
- ↳ con 31 programas
- ↳ y 120 proyectos y acciones.

Son 120 acciones y proyectos, de los cuales:

a) por prioridad de ejecución otorgada por la comunidad turística de Ushuaia:

- 18 son de MÁXIMA prioridad ★★★★★
- 28 de ALTA prioridad ★★★
- 31 de MEDIA prioridad ★★
- y 43 son de BAJA prioridad ★

b) diferenciando proyectos con presupuesto específico nuevo a asumir, es decir, no ejecutables con cargo al presupuesto ordinario de las entidades responsables de su ejecución, sino que se buscará para ellos financiación externa:

- 52 con cargo a presupuestos ORDINARIOS
- 68 con presupuesto ESPECÍFICO a obtener líneas de financiamiento, de los cuales a su vez:
 - 42 son proyectos de carácter público (24 públicos y 18 públicos relacionados con la mejora del medio ambiente)
 - 13 son proyectos privados, además 2 proyectos son referidos a fondos para financiar esta parte privada del Plan y los proyectos inducidos de la implementación del mismo,
 - y 11 son proyectos de carácter mixto (público-privados).