PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE 2025 TIERRA DEL FUEGO

Resumen EJECUTIVO

Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Instituto Fueguino de Turismo

FIN DEL MUNDO END OF THE WORLD TIERRA DEL FUEGO PATAGONIA - ARGENTINA

Un nuevo enfoque ESTRATÉGICO

Un nuevo modelo de planificación y gestión adecuado al escenario actual y a la evolución del turismo como sector productivo. Esto implica un cambio de enfoque basado en la articulación y cooperación de los organismos e instituciones responsables de gestionar los factores de desarrollo de la actividad. A su vez, se centra también en la relación bidireccional del destino con los turistas, la inteligencia aplicada a la gestión, la sistematización para la implementación del plan operativo y la importancia de la comunicación del Plan para lograr su apropiación.

Planificación PARTICIPATIVA y corresponsabilidad de los actores

La planificación participativa ha caracterizado este proceso de actualización del PETS, al desplegar en el territorio la convocatoria de los actores locales de diferentes ámbitos de actuación. Sin embargo, el rol de estos actores no se limita tan solo al aporte de su visión y conocimiento en las instancias de definición estratégica. Por el contrario, son ellos los que accionan de forma cotidiana sobre los factores de desarrollo de la actividad. Por lo tanto, son corresponsables en la implementación del Plan y de acompañar la gestión del IN.FUE.TUR. para el logro de los objetivos propuestos.

Turismo sustentable y ODS

La Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur firmó el Acuerdo de cooperación con el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales (CNCPS) el 4 de noviembre de 2016, con el objetivo de implementar los ODS en territorio provincial mediante la integración de estos con los ejes estratégicos de la política de gobierno y constituyéndose en uno de los 17 Puntos Focales de la Red Federal ODS. Siguiendo este lineamiento, cada proyecto fue analizado a la luz de los ODS y sus Metas, con el fin de aportar al cumplimiento de la estrategia provincial a través del PETS.

Premisas del PLAN

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

» **Identidad e integración:** cada destino define su propia identidad turística complementándose con el resto, integrando una oferta diversificada.

» **Sustentabilidad:** cada acción propuesta contempla su viabilidad desde un criterio de sustentabilidad político, económico, social, cultural y ambiental.

» **Innovación:** la planificación y la gestión procuran ser flexibles y adaptables aprovechando nuevas herramientas y tecnologías.

» **Gestión inteligente:** los organismos y los responsables de la gestión del turismo, como la relación del destino con el turista, se sustentan con datos e información actualizada, completa, validada y analizada.

Visión

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

Objetivo general

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

Objetivos específicos

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

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



Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Instituto Fueguino de Turismo



EJES estratégicos

1.Experiencia Turística

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

2.Relación del sector con el turista

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.Inteligencia Turística

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

EJE 1» Experiencia Turística

PROGRAMA 1.1 » Gestión de los productos turísticos

Proyecto »1.1.1 Desarrollo de productos de naturaleza
Proyecto »1.1.2 Desarrollo de productos culturales
Proyecto »1.1.3 Desarrollo de nuevos productos
Proyecto »1.1.4 Innovación y fortalecimiento de productos existentes posicionados

PROGRAMA 1.2 » Gestión de la infraestructura turística

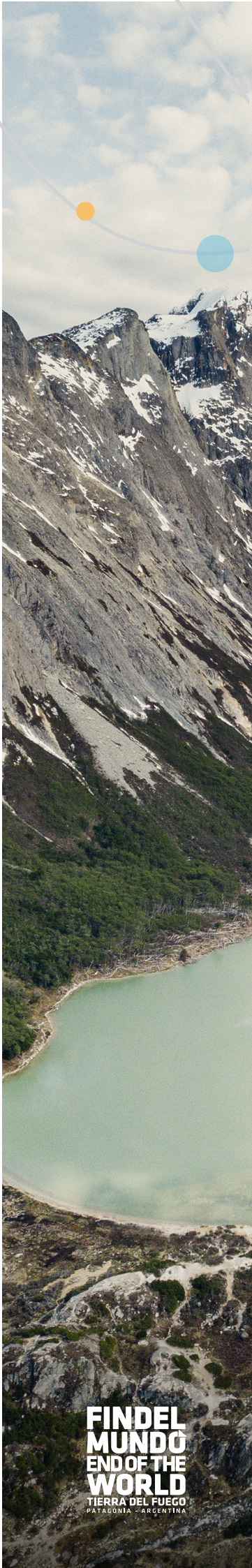
Proyecto »1.2.1 Obras de interés turístico
Proyecto »1.2.2 Desarrollo de proyectos y construcción de obras en áreas naturales
Proyecto »1.2.3 Infraestructura complementaria a la actividad turística

PROGRAMA 1.3 » Competitividad del destino vinculado a los productos de cruceros y turismo antártico

Proyecto »1.3.1 Gestión del Desarrollo Local y de RR. HH. para el turismo de cruceros antárticos
Proyecto »1.3.2 Gestión de Turismo Antártico

PROGRAMA 1.4 » Turismo como herramienta de inclusión

Proyecto »1.4.1 Accesibilidad Universal
Proyecto »1.4.2 Turismo y diversidad (LGTBIQ+)
Proyecto »1.4.3 Turismo para los fueguinos



Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Instituto Fueguino de Turismo

EJE 2» Relación del sector con el turista

PROGRAMA 2.1 » Mejora continua

Proyecto »2.1.1 Gestión del conocimiento en el ámbito privado
Proyecto »2.1.2 Gestión del conocimiento en el ámbito público
Proyecto »2.1.3 Articulación con el sector turístico (entramado empresarial provincial)
Proyecto »2.1.4 Seguridad Turística
Proyecto »2.1.5 Organización de los agentes y promotores sociales

PROGRAMA 2.2 » Marketing y comunicación

Proyecto »2.2.1 Inteligencia de Mercados y Plan de Marketing del Destino Tierra del Fuego
Proyecto »2.2.2 Fortalecimiento y apropiación de la Marca Destino
Proyecto »2.2.3 Promoción del destino con cooperación del sector privado
Proyecto »2.2.4 Promoción del destino con cooperación de organismos nacionales y regionales
Proyecto »2.2.5 Comunicación estratégica para la difusión del destino
Proyecto »2.2.6 Información al turista online
Proyecto »2.2.7 Información al turista offline

PROGRAMA 2.3 » Relación con los mercados - Promoción comercial

Proyecto »2.3.1 Fortalecimiento Comercial
Proyecto »2.3.2 Generadores de contenido, formadores de opinión locales (influencers, fotógrafos)
Proyecto »2.3.3 Asociaciones estratégicas nacionales e internacionales
Proyecto »2.3.4 Marketplace del Fin del Mundo



Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Instituto Fueguino de Turismo

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

PROGRAMA 3.1 » **Gestión Interna**

Proyecto »3.1.1 Organización interna a partir de la implementación del PETS
Proyecto »3.1.2 Modernización de los sistemas internos
Proyecto »3.1.3 Revisión de las fuentes de financiación interna
Proyecto »3.1.4 Desarrollo de capital humano

PROGRAMA 3.2 » **Gestión Externa**

Proyecto »3.2.1 Gobernanza participativa
Proyecto »3.2.2 Armonización y actualización de normativa
Proyecto »3.2.3 Formalización y fiscalización turística
Proyecto »3.2.4 Comunicación del IN.FUE.TUR. con el Sector Turístico
Proyecto »3.2.5 Corresponsabilidad y cooperación



Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur
CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Instituto Fueguino de Turismo

EJE 4» Cooperación transversal con el sector e Integración horizontal de la gestión gubernamental y legislativa

PROGRAMA 4.1 » **Gestión interinstitucional: municipal, provincial y nacional**

Proyecto »4.1.1 Cooperación para el turismo antártico
Proyecto »4.1.2 Articulación para el ordenamiento territorial
Proyecto »4.1.3 Articulación para la regularización de las actividades y servicios turísticos
Proyecto »4.1.4 Conectividad aérea y terrestre
Proyecto »4.1.5 Gestión parlamentaria

PROGRAMA 4.2 » **Inversiones turísticas**

Proyecto »4.2.1 Estudio de necesidades y oportunidades de inversiones en Tierra del Fuego
Proyecto »4.2.2 Estrategias de financiamiento para la inversión pública
Proyecto »4.2.3 Estrategias de financiamiento para la inversión privada



Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Instituto Fueguino de Turismo

EJE 5» Inteligencia Turística

PROGRAMA 5.1 » Gestión estadística

Proyecto »5.1.1 Producción de estadísticas de turismo y estudios de mercado
Proyecto »5.1.2 Inteligencia de datos
Proyecto »5.1.3 Elaboración de estudios socioeconómicos vinculados al impacto de la actividad turística

PROGRAMA 5.2 » Información estratégica

Proyecto »5.2.1 Organización y comunicación de datos estadísticos



Gobierno de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Instituto Fueguino de Turismo

Sistema de gestión del Plan

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

