

PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 17. Programa de gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios turísticos colindantes a las Áreas protegidas del Sistema Federal y a los Parques Nacionales (APN). Préstamo 1868/OC-AR

Número: 29

Nombre: Proyecto de Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi – Módulo de Relleno Sanitario, Provincia de Río Negro

Descripción: Contratación de una empresa constructora para ejecutar las obras correspondientes al Proyecto de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en el municipio.

Objetivo general: Apoyar la sustentabilidad ambiental del turismo en municipios turísticos de Argentina. Específicamente, el propósito del Programa es financiar la mejora de la gestión integral de residuos sólidos en municipios turísticos mediante proyectos que: (i) implementen soluciones técnica, económica, ambiental y financieramente viables para la gestión integral de residuos sólidos en los municipios; (ii) fortalezcan las capacidades de los municipios para que puedan ejercer efectivamente sus competencias en materia de gestión integral de residuos; y (iii) amplíen la conciencia y participación de las comunidades locales en esta materia.

Ubicación espacial: Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, Provincia de Río Negro

Recursos humanos: Las tareas a ejecutar serán realizadas por una empresa Constructora.

Recursos técnicos o tecnológicos: Los documentos base utilizados son: Proyecto Ejecutivo, Evaluación de Impacto Ambiental y Pliego de Licitación.

Recursos financieros: Monto Contractual: \$ 23.587.611,49 IVA incluido.
El mismo será afrontado con aporte local (Fuente 13) y aporte BID Préstamo 1868/OC-AR (Fuente 22).

Supuestos: -Condiciones climáticas favorables a fin de concretar la obra en el plazo previsto de ejecución.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 27/02/2014 - 14:47:58
Fecha-Hora de última modificación: 07/03/2014 - 14:16:50
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 4

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|----------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Eduardo Muller | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 17.29.E1 | El proyecto GRSU en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, comprende las siguientes etapas: 1. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en San Carlos de Bariloche. 2. Planta de Separación y Enfardado de RSU. 3. Tratamiento biológico de residuos orgánicos mediante compostaje. 4. Planta de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. 5. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de construcción del Módulo de Relleno Sanitario. |

BENEFICIARIOS (9)

| Beneficiario | Observaciones |
|----------------------------------|---------------|
| Comunidades locales | |
| Recursos humanos municipales | |
| Sector privado no turístico | |
| Sector privado turístico | |
| Trabajadores informales RSU | |
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas nacionales (Real) | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (3)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Municipalidad de San Carlos de Bariloche, Río Negro | |

1174

METAS (1)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|--|--|------------------------------------|
| 17.29.M1 | 17.I3 Cantidad de rellenos sanitarios construidos | 17.29.E1 El proyecto GIRSU en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, comprende las siguientes etapas: 1. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en San Carlos de Bariloche. 2. Planta de Separación y Enfardado de RSU. 3. Tratamiento biológico de residuos orgánicos mediante compostaje. 4. Planta de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. 5. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de construcción del Módulo de Relleno Sanitario. | Construcción de 1 (un) módulo de Relleno Sanitario en el Municipio de San Carlos de Bariloche. | 2015 - 1 (Rellenos sanitarios) : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 17. Programa de gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios turísticos colindantes a las Áreas protegidas del Sistema Federal y a los Parques Nacionales (APN). Préstamo 1868/OC-AR

Número: 30

Nombre: Proyecto de Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi – Planta de Separación de RSU y Planta de Compostaje, Provincia de Río Negro

Descripción: Contratación de una empresa constructora para ejecutar las obras correspondientes al Proyecto de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en el municipio.

Objetivo general: Apoyar la sustentabilidad ambiental del turismo en municipios turísticos de Argentina. Específicamente, el propósito del Programa es financiar la mejora de la gestión integral de residuos sólidos en municipios turísticos mediante proyectos que: (i) implementen soluciones técnica, económica, ambiental y financieramente viables para la gestión integral de residuos sólidos en los municipios; (ii) fortalezcan las capacidades de los municipios para que puedan ejercer efectivamente sus competencias en materia de gestión integral de residuos; y (iii) amplíen la conciencia y participación de las comunidades locales en esta materia.

Ubicación espacial: Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, Provincia de Río Negro.

Recursos humanos: Las tareas a ejecutar serán realizadas por una empresa Constructora.

Recursos técnicos o tecnológicos: Los documentos base utilizados son: Proyecto Ejecutivo, Evaluación de Impacto Ambiental y Pliego de Licitación.

Recursos financieros: Monto Contractual: \$ 21.397.316,39 IVA incluido.
El mismo será afrontado con aporte local (Fuente 13) y aporte BID Préstamo 1868/OC-AR (Fuente 22).

Supuestos: -Condiciones climáticas favorables a fin de concretar la obra en el plazo previsto de ejecución.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 27/02/2014 - 15:40:12
Fecha-Hora de última modificación: 07/03/2014 - 14:17:13
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 6

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|----------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Eduardo Muller | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 17.30.E1 | El proyecto GIRSU en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, comprende las siguientes etapas: 1. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en San Carlos de Bariloche. 2. Planta de Separación y Enfardado de RSU. 3. Tratamiento biológico de residuos orgánicos mediante compostaje. 4. Planta de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. 5. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de construcción de las Plantas de Separación de RSU y de Compostaje y del Sistema de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. |

BENEFICIARIOS (9)

| Beneficiario | Observaciones |
|----------------------------------|---------------|
| Comunidades locales | |
| Recursos humanos municipales | |
| Sector privado no turístico | |
| Sector privado turístico | |
| Trabajadores informales RSU | |
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas nacionales (Real) | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (3)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Municipalidad de San Carlos de Bariloche, Río Negro | |

174

METAS (1)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|--|---|-------------------------------------|
| 17.30.M1 | 17.15 Cantidad de plantas de separación y tratamiento construidas | 17.30.E1 El proyecto GIRSU en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, comprende las siguientes etapas: 1. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en San Carlos de Bariloche. 2. Planta de Separación y Enfardado de RSU. 3. Tratamiento biológico de residuos orgánicos mediante compostaje. 4. Planta de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. 5. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de construcción de las Plantas de Separación de RSU y de Compostaje y del Sistema de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. | Construcción de 1 (una) Planta de Separación de RSU y 1 (una) Planta de Compostaje en el Municipio de San Carlos de Bariloche | 2014 - 2 (Plas. de tratamiento) : 0 |

2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 17. Programa de gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios turísticos colindantes a las Áreas protegidas del Sistema Federal y a los Parques Nacionales (APN). Préstamo 1868/OC-AR

Número: 31

Nombre: Proyecto de Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi – Remediación del Basural Existente en San Carlos de Bariloche, Provincia de Río Negro

Descripción: Contratación de una empresa constructora para ejecutar las obras correspondientes al Proyecto de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en el municipio.

Objetivo general: Apoyar la sustentabilidad ambiental del turismo en municipios turísticos de Argentina. Específicamente, el propósito del Programa es financiar la mejora de la gestión integral de residuos sólidos en municipios turísticos mediante proyectos que: (i) implementen soluciones técnica, económica, ambiental y financieramente viables para la gestión integral de residuos sólidos en los municipios; (ii) fortalezcan las capacidades de los municipios para que puedan ejercer efectivamente sus competencias en materia de gestión integral de residuos; y (iii) amplíen la conciencia y participación de las comunidades locales en esta materia.

Ubicación espacial: Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, Provincia de Río Negro.

Recursos humanos: Las tareas a ejecutar serán realizadas por una empresa Constructora.

Recursos técnicos o tecnológicos: Los documentos base utilizados son: Proyecto Ejecutivo, Evaluación de Impacto Ambiental y Pliego de Licitación.

Recursos financieros: Monto Contractual: \$ 24.305.030,89 IVA incluido.
El mismo será afrontado con aporte local (Fuente 13) y aporte BID Préstamo 1868/OC-AR (Fuente 22).

Supuestos: -Condiciones climáticas favorables a fin de concretar la obra en el plazo previsto de ejecución.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 27/02/2014 - 15:44:36
Fecha-Hora de última modificación: 10/03/2014 - 15:14:51
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 6

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|----------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Eduardo Muller | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 17.31.E1 | El proyecto GIRSU en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, comprende las siguientes etapas: 1. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en San Carlos de Bariloche. 2. Planta de Separación y Enfardado de RSU. 3. Tratamiento biológico de residuos orgánicos mediante compostaje. 4. Planta de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. 5. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de Remediación del Basural existente. |

BENEFICIARIOS (9)

| Beneficiario | Observaciones |
|----------------------------------|---------------|
| Comunidades locales | |
| Recursos humanos municipales | |
| Sector privado no turístico | |
| Sector privado turístico | |
| Trabajadores informales RSU | |
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas nacionales (Real) | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (3)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Municipalidad de San Carlos de Bariloche, Río Negro | |
| Municipalidad de Dina Huapi, Río Negro | |

174



METAS (1)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|--------------------------------------|---|---|---|
| 17.31.M1 | 17.14 Cantidad de basurales saneados | 17.31.E1 El proyecto GIRSU en los Municipios de San Carlos de Bariloche y Dina Huapi, comprende las siguientes etapas: 1. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en San Carlos de Bariloche. 2. Planta de Separación y Enfardado de RSU. 3. Tratamiento biológico de residuos orgánicos mediante compostaje. 4. Planta de Tratamiento de Líquidos Lixiviados. 5. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de Remediación del Basural existente. | Remediación de 1 (un) basural a cielo abierto existente en el Municipio de San Carlos de Bariloche. | 2015 - 1 (Basurales saneados) : 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

S



PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 17. Programa de gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios turísticos colindantes a las Áreas protegidas del Sistema Federal y a los Parques Nacionales (APN). Préstamo 1868/OC-AR

Número: 32

Nombre: Proyecto de Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos en el Municipio de El Calafate, Provincia de Santa Cruz - Centro Ambiental

Descripción: Contratación de una empresa constructora para ejecutar las obras correspondientes al Proyecto de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos en el municipio.

Objetivo general: Apoyar la sustentabilidad ambiental del turismo en municipios turísticos de Argentina. Específicamente, el propósito del Programa es financiar la mejora de la gestión integral de residuos sólidos en municipios turísticos mediante proyectos que: (i) implementen soluciones técnica, económica, ambiental y financieramente viables para la gestión integral de residuos sólidos en los municipios; (ii) fortalezcan las capacidades de los municipios para que puedan ejercer efectivamente sus competencias en materia de gestión integral de residuos; y (iii) amplíen la conciencia y participación de las comunidades locales en esta materia.

Ubicación espacial: Municipio de El Calafate, Provincia de Santa Cruz

Recursos humanos: Las tareas a ejecutar serán realizadas por una empresa Constructora.

Recursos técnicos o tecnológicos: Los documentos base utilizados son: Proyecto Ejecutivo, Evaluación de Impacto Ambiental y Pliego de Licitación.

Recursos financieros: Monto Contractual: \$47.820.863,20
El mismo será afrontado con aporte local (Fuente 13) y aporte BID Préstamo 1868/OC-AR (Fuente 22).

Supuestos: Condiciones climáticas favorables a fin de concretar la obra en el plazo previsto de ejecución.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
Fecha hasta: 31/12/2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 05/02/2015 - 15:14:28
Fecha-Hora de última modificación: 13/02/2015 - 12:35:39
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 5

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|----------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Eduardo Muller | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 17.32.E1 | El proyecto GRSU en el Municipio de El Calafate comprende las siguientes etapas: 1. Construcción de la Planta de Separación. 2. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en El Calafate. 3. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de construcción del Módulo de Relleno Sanitario, la Planta de Separación y las instalaciones complementarias. |

BENEFICIARIOS (10)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Comunidades locales | |
| Recursos humanos municipales | |
| Sector privado no turístico | |
| Sector privado turístico | |
| Trabajadores informales RSU | |
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas nacionales (Real) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|------------------------------|---------------|
| Municipalidad de El Calafate | |

METAS (1)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|----------|-----------------------------------|--|---|-------------------------|
| 17.32.M1 | 17.113 Porcentaje de cumplimiento | 17.32.E1 El proyecto GIRSU en el Municipio de El Calafate comprende las siguientes etapas: 1. Construcción de la Planta de Separación. 2. Remediación de Basural a Cielo Abierto existente en El Calafate. 3. Disposición final de los descartes e inertes mediante la tecnología de relleno sanitario. Mediante este llamado a licitación se llevarán a cabo las tareas de construcción del Módulo de Relleno Sanitario, la Planta de Separación y las instalaciones complementarias. | Construcción de un módulo de Relleno Sanitario en el Municipio de El Calafate y construcción de una Planta de Separación. | 2015 - 50% : 0 |

174

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)

9

→ **PFETS - Programa**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

174

Número: 18
Nombre: Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
Campo de actuación: Inversiones y Formas de Financiamiento
Propósito: Contribuir al crecimiento de ingresos y empleo turístico, a través de la optimización del aprovechamiento turístico de las Áreas Protegidas y destinos ubicados en corredores turísticos estratégicos para el país, procurando el equilibrio espacial y temporal de los flujos turísticos, a fin de aliviar la presión ambiental sobre las áreas y destinos más visitados, además de distribuir la generación de ingresos turísticos a lo largo de dichos corredores.
Medios de verificación: Verificadores incluidos en una Tabla de Productos (Porcentaje de obras y acciones de fortalecimiento) y de Valor (Porcentaje de monto de inversión), aplicable a cada obra y acción de fortalecimiento en particular.
Supuestos: Cumplimiento de los desembolsos en tiempo y forma (partida con asignación específica: Fuente 22: BID y Fuente 13: Ministerio de Turismo).
Cumplimiento por parte de otras dependencias del Ministerio de Turismo de los tiempos establecidos en los pliegos licitatorios (obras) y solicitudes de propuestas (acciones de fortalecimiento).
Cumplimiento de las obligaciones asumidas por los destinatarios y beneficiarios del Programa.

HORIZONTE TEMPORAL

Mes: 12
Año: 2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 14/11/2012 - 15:16:0
Fecha-Hora de última modificación: 29/12/2014 - 11:9:33
Estado del registro: [APR] Aprobado

BENEFICIARIOS

- Beneficiario
- Administración de Parques Nacionales
- Comunidades locales
- Entes Provinciales o Locales
- Estado Nacional - MINTUR
- Organismos de turismo municipales
- Organismos de turismo provinciales
- Recursos humanos del sector privado turístico
- Sector privado turístico
- Turistas extranjeros (potencial)
- Turistas extranjeros (Real)
- Turistas nacionales (potencial)
- Turistas nacionales (Real)

RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN Y REFERENTES PFETS

| Área | Persona | Rol |
|---|----------------|--------------------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Eduardo Muller | Responsable de ejecución |

INDICADORES

| Código | Detalle | Escala | Unidad | Frecuencia de medición | Vigente? |
|--------|--|----------|--------------------|------------------------|----------|
| 18.11 | Cantidad de planes de negocio a emprendimientos locales elaborados | Cantidad | Planes | Anual | No |
| 18.12 | Cantidad de programas operativos anuales como estrategia de desestacionalización turística | Cantidad | Programas | Anual | No |
| 18.13 | Cantidad de planes estratégicos para la planificación turística de nuevos corredores implementados | Cantidad | Planes | Anual | No |
| 18.14 | Cantidad de plataformas tecnológicas turísticas para gestión en red de corredores en operación | Cantidad | Plat. Tecnológicas | Anual | No |
| 18.15 | Cantidad de planes de negocios procedentes de pueblos originarios elaborados y financiados | Cantidad | Planes de Negocio | Anual | No |
| 18.16 | Cantidad de establecimientos con distinciones en el marco del Sistema Argentino de Calidad Turística otorgadas | Cantidad | Establecimientos | Anual | No |
| 18.17 | Cantidad de actores locales sensibilizados | Cantidad | Actores | Anual | No |
| 18.18 | Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo | Cantidad | Planes de | Anual | No |

9

| capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | | manejo | | | |
|--|--|------------|----------------------|-----------|----|
| 18.I9 | Cantidad de municipios con planes de ordenamiento urbano territorial elaborados | Cantidad | Municipios | Anual | No |
| 18.I10 | Porcentaje de supervisión ambiental de obras ejecutadas | Porcentaje | Superv. ambiental | Anual | No |
| 18.I11 | Cantidad Corredores con Sistemas de Monitoreo implementados | Cantidad | Corredores | Anual | No |
| 18.I12 | Cantidad de establecimientos turísticos en corredores beneficiarios con huella de carbono calculada | Cantidad | Establecimientos | Anual | No |
| 18.I13 | Cantidad de áreas Protegidas con planes de contingencia y protocolos de seguridad implementados | Cantidad | Áreas protegidas | Anual | No |
| 18.I14 | Cantidad de equipamiento para áreas Lacustre (muelles, paseos costeros, defensas costeras y puertos construidos) | Cantidad | Equipamiento | Anual | No |
| 18.I15 | Cantidad de centros de información turística (centros de informes, de visitantes, de interpretación, museos y parques temáticos construidos) | Cantidad | Centros, de Inform. | Anual | No |
| 18.I16 | Cantidad de servicios para área protegida y colindantes (subcentrales de incendio, grupos sanitarios, senderos, miradores, paseos y refugios de montaña construidos) | Cantidad | Servicios | Anual | No |
| 18.I17 | Cantidad de portales y señalización | Cantidad | Señalización | Anual | No |
| 18.I18 | Cantidad de proyectos y obras de reordenamiento urbano y vial | Cantidad | Obras, de reordenam. | Anual | No |
| 18.I19 | Cantidad de proyectos ejecutivos concluidos | Cantidad | Proyectos Ejecutivos | Anual | No |
| 18.I20 | Cantidad de planes de ordenamiento urbano | Cantidad | Planes | Anual | No |
| 18.I21 | Cantidad de obras de preservación patrimonial arqueológica y paleontológica | Cantidad | Obras de preservac. | Anual | No |
| 18.I22 | Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | Cantidad | Contratos | Anual | No |
| 18.I23 | Cantidad de planes implementados | Cantidad | Planes | Anual | No |
| 18.I24 | Destinos con Directrices de Gestión Ambiental implementadas | Cantidad | Destinos | Semestral | No |
| 18.I25 | Porcentaje de avance de obra de centros de información turística (centros de informes, de visitantes, de interpretación, museos y parques temáticos construidos) | Porcentaje | | Anual | No |
| 18.I26 | Porcentaje de avance de obra de instalaciones / equipamiento de servicios para área protegida y colindantes (subcentrales de incendio, grupos sanitarios, senderos, miradores, paseos y refugios de montaña construidos) | Porcentaje | | Anual | No |
| 18.I27 | Porcentaje de avance de obra en la instalación de portales y señalización | Porcentaje | | Anual | No |
| 18.I28 | Porcentaje de avance de obras de reordenamiento urbano y vial | Porcentaje | | Anual | No |
| 18.I29 | Cantidad de informes finales de supervisión ambiental de obras. | Cantidad | Informes finales | Anual | No |
| 18.I30 | Cantidad de operadores prestatarios de servicios turísticos capacitados. | Cantidad | Prestadores capacit. | Anual | No |
| 18.I31 | Porcentaje de cumplimiento | Porcentaje | | Anual | Si |

RESULTADOS

| Código | Detalle |
|--------|---|
| 18.R1 | Puesta en valor de atractivos turísticos públicos, requeridas para impulsar el desarrollo de productos innovadores, capaces de desestacionalizar la afluencia turística y desconcentrar geográficamente la oferta. |
| 18.R2 | Planificación turística y gestión de flujos turísticos en los corredores, así como planes de marketing y consolidación de sistemas de información sobre mercado turístico |
| 18.R3 | Consolidar la articulación de las diversas instituciones a nivel provincial/municipal y con el sector privado y los gestores de espacios protegidos. |
| 18.R4 | Prevenir y mitigar los potenciales impactos ambientales directos, indirectos y acumulativos del Programa, además de estudios de capacidad de carga, integración de la variable cambio climático a través del análisis de la huella ecológica del visitante, establecimiento y monitoreo de indicadores de sostenibilidad, evaluaciones ambientales. |
| 18.R5 | Planes de manejo y de uso público de Áreas Protegidas, planificación territorial y de sostenibilidad urbana. |

PROGRAMAS RELACIONADOS

Programa

1. Programa de Coordinación del PFETS
2. Programa de Articulación Federal
3. Programa de Acciones Internacionales Multilaterales
7. Programa Nacional de Facilitación Turística
8. Programa de Articulación Turística con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas
9. Programa de Destinos y Productos Turísticos para el Desarrollo Inclusivo
11. Programa de Gestión del Conocimiento para el Desarrollo Competitivo
12. Programa de Calidad para la Competitividad
15. Programa Federal de Inversiones para el Desarrollo Equitativo
17. Programa de gestión integral de residuos sólidos urbanos en municipios turísticos colindantes a las Áreas protegidas del Sistema Federal y a los Parques Nacionales (APN). Prestamo 1868/OC-AR
19. Programa de Promoción Internacional de Inversiones en el Sector Turismo

PROYECTOS

- 18.1. Obra N° 80. Sendero Interpretativo e Infraestructura Edilicia "Paseo La Catarata". El Hoyo
- 18.2. Obra N° 93: Obra Embarcadero para desarrollo de actividades náuticas Puerto Patriada. El Hoyo, Chubut
- 18.3. Obra N° 83 Revalorización paseo interpretativo botánico. Oficina de Interpretación. Lago Puelo
- 18.4. Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor Puerto Ushuaia y corazón de la Isla de Tierra el Fuego
- 18.5. Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor Villa Unión-Valle Fértil (Región Cuyo)

- 18.6. Obras y Proyectos Ejecutivos en el Corredor Ruta 40 Austral
- 18.7. Obras en las Misiones Jesuíticas
- 18.8. Obras en el Corredor de las Misiones
- 18.9. Proyectos Ejecutivos en el Corredor de los Lagos
- 18.10. Obras en el Corredor de los Lagos
- 18.11. Actualización del Plan de Manejo del ANP Lago Baggilt y diseño funcional de infraestructura de manejo.
- 18.12. Elaboración de los Planes de Manejo para las ANP Rio Engaño, Nacientes del Rio Tigre y Huemul Hielo. Chubut
- 18.13. Actualización del Plan de Manejo del Parque Provincial Ischigualasto, San Juan
- 18.14. Fortalecimiento de la efectividad de Manejo PN Talampaya - Plan de Gestión y Estudio de Biodiversidad
- 18.15. Regularización dominial y amojonamiento del PN Talampaya
- 18.16. Estudio de fauna en los Parques Nacionales del Corredor Los Lagos
- 18.17. Implementación del Plan de Capacitación en Corredor Iguazú - Misiones
- 18.18. Actualización del Plan de Gestión PN Los Glaciares
- 18.19. Actualización del Plan de Gestión PN Iguazú
- 18.20. Actualización del Plan de Gestión PN Perito Moreno
- 18.21. Actualización del Plan de Uso Publico PN Nahuel Huapi
- 18.22. Elaboración del Plan de Uso Publico Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral
- 18.23. Actualización del Plan de Gestión del Pque Interjurisdiccional Marino Isla Pingüino
- 18.24. Elaboración del Plan de Gestión del Parque Interjurisdiccional Marino Makenke
- 18.25. Planes de Ordenamiento Urbano Ambiental - Etapa 1
- 18.26. Diseño e implementación del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en los Corredores Los Lagos e Iguazú- Posadas
- 18.27. Implementación del Plan de Capacitación en Corredor de Los Lagos
- 18.28. Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor Ruta 40 Austral
- 18.29. Diseño e implementación del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en los Corredores Los Lagos e Iguazú- Posadas
- 18.30. Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor Villa Unión-Valle Fértil (Región Cuyo)
- 18.31. Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor de los Lagos
- 18.32. Obras en el Corredor de las Misiones
- 18.33. Obras en Ushuaia y Corazón de la Isla de Tierra del Fuego

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFE

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 11
 Nombre: Actualización del Plan de Manejo del ANP Lago Baggilt y diseño funcional de infraestructura de manejo.
 Descripción: Se actualizará el Plan de Manejo del ANP Lago Baggilt y se diseñará a nivel de anteproyecto la infraestructura necesaria para su manejo.
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Provincial del Chubut - zona cordillera
 Recursos humanos: Firma consultora
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación por decreto del Plan de Manejo por la Provincia

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 31/03/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 09/01/2014 - 17:50:10
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 16:58:19
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.11.E1 | Actualizar el Plan de Manejo del ANP Lago Baggilt y diseñar la infraestructura de manejo |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|---|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Organismos de turismo provinciales | Secretaría de Turismo y Areas Protegidas del Chubut |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia del Chubut | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|---|--|---|
| 18.11.M1 | 18.J22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.11.E1 Actualizar el Plan de Manejo del ANP Lago Baggilt y diseñar la infraestructura de manejo | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.11.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.11.E1 Actualizar el Plan de Manejo del ANP Lago Baggilt y diseñar la infraestructura de manejo | Un (1) Plan de Manejo y diseño de infraestructura elaborados | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |



PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación > PFETS

1174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 13
 Nombre: Actualización del Plan de Manejo del Parque Provincial Ischigualasto, San Juan
 Descripción: Se actualizará el Plan de Manejo del Parque Provincial Ischigualasto
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Parque Provincial Ischigualasto, Provincia de San Juan
 Recursos humanos: Firma consultora
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación por decreto del Plan de Manejo por la Provincia

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 02/02/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 09/01/2014 - 17:53:0
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:0:18
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 8

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.13.E1 | Actualizar el Plan de Manejo del PP Ischigualasto |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Organismos de turismo provinciales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (2)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Secretaría de Estado de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Provincia de San Juan | |
| Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|--|-----------------------------------|---|
| 18.13.M1 | 18.122 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.13.E1 Actualizar el Plan de Manejo del PP Ischigualasto | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.13.M2 | 18.18 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.13.E1 Actualizar el Plan de Manejo del PP Ischigualasto | Un (1) Plan de Manejo actualizado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 14
 Nombre: Fortalecimiento de la efectividad de Manejo PN Talampaya - Plan de Gestión y Estudio de Biodiversidad
 Descripción: Se actualizará el Plan de Gestión del PNT y realizará un estudio de biodiversidad con el fin de actualizar el capítulo correspondiente.
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Áreas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Provincia de La Rioja
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación por decreto de los Planes de Manejo por la APN

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 31/12/2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 12:22:30
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:8:2
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 11

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.14.E1 | Actualizar el Plan de Gestión del PN Talampaya |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|---|--|---------------------------------|
| 18.14.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.14.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Talampaya | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.14.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.14.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Talampaya | Un (1) Plan de Gestión actualizado y un (1) estudio de biodiversidad realizado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |

2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0
 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
Número: 15
Nombre: Regularización dominial y amojonamiento del PN Talampaya
Descripción: Se realizará la mensura, amojonamiento y regularización dominial del PNT
Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
Ubicación espacial: Provincia de La Rioja
Recursos humanos: Consultor individual
Recursos técnicos o tecnológicos:
Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
Supuestos: Gestión en el registro de catastro

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
Fecha hasta: 31/03/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 12:34:26
Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:8:42
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 11

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.15.E1 | Regularizar la situación dominial del PN Talampaya |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|---|--|---|
| 18.15.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.15.E1 Regularizar la situación dominial del PN Talampaya | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.15.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.15.E1 Regularizar la situación dominial del PN Talampaya | Situación dominial del PN Talampaya regularizada | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174



INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 16
 Nombre: Estudio de fauna en los Parques Nacionales del Corredor Los Lagos
 Descripción: Se actualizará la información sobre el estado de la fauna en PNL, PNLA, PNL y PNNH
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Corredor de Los Lagos
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos:

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 31/03/2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 12:39:45
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:9:11
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.16.E1 | Actualizar las líneas de base de fauna en los PN del Corredor Los Lagos (PNLP, PNLA, PNL y PNNH) |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|----------|---|---|---|--|
| 18.16.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.16.E1 Actualizar las líneas de base de fauna en los PN del Corredor Los Lagos (PNLP, PNLA, PNL y PNNH) | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 1 |
| 18.16.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.16.E1 Actualizar las líneas de base de fauna en los PN del Corredor Los Lagos (PNLP, PNLA, PNL y PNNH) | Linea de base para los cuatro (4) Pques Nacionales del Corredor Los Lagos actualizada | 2016 - 4 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 50 |
| | | | | 2016 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |



PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 18
 Nombre: Actualización del Plan de Gestión PN Los Glaciares
 Descripción: Se actualizará el Plan de Gestión del PNLG
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: PN Los Glaciares, Provincia de Santa Cruz
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación del Plan de Gestión por parte de APN

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 12:46:8
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:9:50
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.18.E1 | Actualizar el Plan de Gestión del PN Los Glaciares |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|----------|---|---|------------------------------------|---|
| 18.18.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.18.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Los Glaciares | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.18.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capitulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.18.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Los Glaciares | Un (1) Plan de Gestión actualizado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

174

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 19
 Nombre: Actualización del Plan de Gestión PN Iguazú
 Descripción: Se actualizará el Plan de Gestión del PNI
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: PN Iguazú, Misiones
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación del Plan de Gestión por la APN

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:13:2
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:10:20
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsible |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.19.E1 | Actualizar el Plan de Gestión del Pque Nacional Iguazú |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones/Mediciones |
|----------|---|---|------------------------------------|--|
| 18.19.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.19.E1 Actualizar el Plan de Gestión del Pque Nacional Iguazú | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 1 |
| 18.19.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.19.E1 Actualizar el Plan de Gestión del Pque Nacional Iguazú | Un (1) Plan de Gestión actualizado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 50 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174



INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 20
 Nombre: Actualización del Plan de Gestión PN Perito Moreno
 Descripción: Se actualizará el Plan de Gestión del PNPM
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: PN Perito Moreno, Pcia de Santa Cruz
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación del Plan de Gestión por la APN

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:15:13
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:10:50
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 10

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.20.E1 | Actualizar el Plan de Gestión del PN Perito Moreno |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones / Mediciones |
|----------|---|---|------------------------------------|---|
| 18.20.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.20.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Perito Moreno | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.20.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.20.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Perito Moreno | Un (1) Plan de Gestión actualizado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 21
 Nombre: Actualización del Plan de Uso Publico PN Nahuel Huapi
 Descripción: Se actualizará el Plan de Uso Publico del PN Nahuel Huapi
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: PN Nahuel Huapi, Pcias de Neuquén y Rio Negro
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Aprobación del Plan de de Uso Público por la APN

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 30/06/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:17:21
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:11:19
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.21.E1 | Actualizar el Plan de Gestión del PN Nahuel Huapi |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|--|------------------------------------|---|
| 18.21.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.21.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Nahuel Huapi | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.21.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.21.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PN Nahuel Huapi | Un (1) Plan de Gestión actualizado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |



PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174



INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Préstamo 2606/OC-AR
 Número: 22
 Nombre: Elaboración del Plan de Uso Publico Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral
 Descripción: Se elaborará el Plan de Uso Público para el PIMCPA
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral , Pcia del Chubut. La superficie terrestre abarca una franja de mil quinientos (1500) metros paralela a la costa, contados a partir de la línea de más alta marea, comprendida entre el paralelo 44° 54' S hasta el meridiano 66° 43' O.
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Consensos entre jurisdicciones

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 30/06/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:20:24
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:11:49
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 10

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.22.E1 | Elaborar un Plan de Uso Público para el Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral , Pcia del Chubut |

BENEFICIARIOS (4)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |
| Organismos de turismo provinciales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (2)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |
| Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia del Chubut | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|----------|--|--|--------------------------------------|---------------------------------|
| 18.22.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.22.E1 Elaborar un Plan de Uso Público para el Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral , Pcia del Chubut | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.22.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capitulo de uso público y | 18.22.E1 Elaborar un Plan de Uso Público para el Parque Interjurisdiccional Marino Costero Patagonia Austral , Pcia | Un (1) Plan de Uso Público elaborado | 2015 - 1 (Planes de manejo) : 0 |

S

174



→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores, Prestamo 2606/OC-AR

Número: 23

Nombre: Actualización del Plan de Gestión del Pque Interjurisdiccional Marino Isla Pingüino

Descripción: Se actualizará el Plan de Gestión para el PIM Isla Pingüino

Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental

Ubicación espacial: PIM Isla Pingüino, Pcia de Sta Cruz

Recursos humanos: Consultor individual

Recursos técnicos o tecnológicos:

Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%

Supuestos: Consensos y aprobación del Plan por parte de las jurisdicciones

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014

Fecha hasta: 04/03/2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:28:54

Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:12:18

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 10

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.23.E1 | Actualizar el Plan de Gestión del PIM Isla Pingüino |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|--|------------------------------------|---|
| 18.23.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.23.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PIM Isla Pingüino | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.23.M2 | 18.I8 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.23.E1 Actualizar el Plan de Gestión del PIM Isla Pingüino | Un (1) Plan de Gestión actualizado | 2016 - 1 (Planes de manejo) : 0 |
| | | | | 2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |
| | | | | 2016 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Préstamo 2606/OC-AR
 Número: 24
 Nombre: Elaboración del Plan de Gestión del Parque Interjurisdiccional Marino Makenke
 Descripción: Se elaborará el Plan de Gestión del PNIM Makenke
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Parque Interjurisdiccional Marino Makenke, Santa Cruz
 Recursos humanos: Consultor individual
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Consensos entre jurisdicciones

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 04/03/2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:35:3
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:13:38
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 8

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.24.E1 | Elaborar un Plan de Gestión para el PIM Makenke, Santa Cruz |

BENEFICIARIOS (4)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Administración de Parques Nacionales | |
| Organismos de turismo provinciales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (2)

| Organización | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Administración de Parques Nacionales | |
| Secretaría de Turismo de Santa Cruz | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|---|--|----------------------------------|---------------------------------|
| 18.24.M1 | 18.122 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.24.E1 Elaborar un Plan de Gestión para el PIM Makenke, Santa Cruz | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.24.M2 | 18.18 Cantidad de planes de manejo de Áreas Protegidas beneficiarias, incluyendo capítulo de uso público y capacidad de carga, elaborados | 18.24.E1 Elaborar un Plan de Gestión para el PIM Makenke, Santa Cruz | Un (1) Plan de Gestión elaborado | 2016 - 1 (Planes de manejo) : 0 |

2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

0

9

174



→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR

Número: 25

Nombre: Planes de Ordenamiento Urbano Ambiental - Etapa 1

Descripción: Se elaborarán o actualizarán Planes de Ordenamiento Urbano Ambiental en las localidades beneficiarias de las obras financiadas por el Programa BID 2606

Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental

Ubicación espacial: Localidades de San Ignacio, Loreto y El Soberbio en Prov de Misiones y localidades de Aluminé, Va Traful y Los Antiguos en la Patagonia

Recursos humanos: Fima Consultora

Recursos técnicos o tecnológicos:

Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%

Supuestos: Participación por parte de las localidades beneficiarias

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014

Fecha hasta: 30/06/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:41:32

Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:14:11

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 8

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.25.E1 | Elaborar o actualizar, según corresponda, los Planes de Ordenamiento Urbano Ambiental de las localidades beneficiarias de obras en el marco del Programa 2606 |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|----------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Comunidades locales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|---|--|
| Municipalidad de Los Antiguos, Santa Cruz | Todos los Municipios beneficiarios (Localidades de San Ignacio, Loreto y El Soberbio en Prov de Misiones y localidades de Aluminé, Va Traful y Los Antiguos en la Patagonia) |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|--|--|---|---------------------------|
| 18.25.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.25.E1 Elaborar o actualizar, según corresponda, los Planes de Ordenamiento Urbano Ambiental de las localidades beneficiarias de obras en el marco del Programa 2606 | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 1 |
| 18.25.M2 | 18.I9 Cantidad de municipios con planes de ordenamiento | 18.25.E1 Elaborar o actualizar, según corresponda, los Planes | Seis (6) Planes de Ordenamiento Urbano Ambiental elaborados / | 2015 - 6 (Municipios) : 0 |

urbano territorial elaborados

de Ordenamiento Urbano
Ambiental de las localidades
beneficiarias de obras en el
marco del Programa 2606

actualizados

174



2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 50

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

3

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS



INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 26
 Nombre: Diseño e implementación del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en los Corredores Los Lagos e Iguazú- Posadas
 Descripción: Se diseñará e implementará un sistema de monitoreo ambiental y social de los proyectos financiados por el Programa en los corredores de Los Lagos e Iguazú-Posadas
 Objetivo general: Incrementar el gasto turístico, mejorando el aprovechamiento turístico espacial y temporal de las Areas Protegidas y sus destinos asociados, mediante el apoyo a la estructuración de productos turísticos, fortalecimiento institucional y mejora de la gestión ambiental
 Ubicación espacial: Corredores Los Lagos e Iguazú-Posadas
 Recursos humanos: Firma Consultora
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Participación por parte de los beneficiarios

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2014
 Fecha hasta: 02/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/01/2014 - 14:52:49
 Fecha-Hora de última modificación: 29/01/2015 - 17:14:46
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 8

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 18.26.E1 | Diseñar e implementar un sistema de monitoreo ambiental y social de las actividades comprendidas en el Programa 2606 |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|----------------------------------|---------------|
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Comunidades locales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (4)

| Organización | Observaciones |
|---|---------------|
| Ministerio de Turismo de la provincia de Río Negro | |
| Ministerio de Turismo de Misiones | |
| Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia del Chubut | |
| Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquen | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones:Mediciones |
|----------|--|---|---|---------------------------|
| 18.26.M1 | 18.I22 Cantidad de contratos de proyectos adjudicados (inicio del proceso) | 18.26.E1 Diseñar e implementar un sistema de monitoreo ambiental y social de las actividades comprendidas en el Programa 2606 | Un (1) contrato adjudicado | 2014 - 1 (Contratos) : 0 |
| 18.26.M2 | 18.I11 Cantidad Corredores con Sistemas de Monitoreo implementados | 18.26.E1 Diseñar e implementar un sistema de monitoreo ambiental y social de las | Diseñar e implementar un Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en dos (2) corredores | 2015 - 2 (Corredores) : 0 |

2014 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

9

174



→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

174

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Préstamo 2606/OC-AR

Número: 28

Nombre: Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor Ruta 40 Austral

Descripción: -Proyecto Ejecutivo N° RN 2: Museo Regional Cueva de las Manos Perito Moreno.
-Proyecto Ejecutivo RN 14: Centro de Informes El Calafate, Santa Cruz.
-Proyecto Ejecutivo Centro Operativo para Lucha contra Incendios del P. N. Los Glaciares (Etapa I).
-Obra N° RN 57: Refuncionalización de Oficina y Rampa.
-Obra N° RN 1: Centro de Informes e Interpretación Los Antiguos
-Obra N° RN 2: Museo Regional Cueva de las Manos Perito Moreno.
-Obra N° RN 27: Construcción de una Subcentral de Incendio en El Chaltén, P. N. Los Glaciares.

Objetivo general: Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística, desarrollar sustentablemente los espacios turísticos; mejorar las condiciones de visita de los atractivos turísticos -naturales, culturales- y centros turísticos para satisfacer al turista; promover el aumento de la estadía, el gasto diario y la disminución de la estacionalidad; promover el aumento del ingreso de divisas al país considerando al turismo como una actividad exportadora; mejorar los niveles de información sobre atractivos y actividades turísticas; fomentar la redistribución del flujo de visitantes; apoyar al desarrollo de los productos turísticos del lugar y su comercialización en el mercado internacional para diversificar la composición de la demanda; satisfacer las necesidades de la demanda interna; generar nuevas oportunidades laborales; generar una actividad que permita un aprovechamiento ambientalmente sustentable de los recursos naturales y culturales; generar una actividad distributiva de la riqueza en el tejido social; y contribuir positivamente con la imagen de la Marca Argentina en el exterior.

Ubicación espacial: -Parque Nacional Los Glaciares, provincia de Santa Cruz
-Los Antiguos, provincia de Santa Cruz
-Perito Moreno, provincia de Santa Cruz
-El Calafate, provincia de Santa Cruz
-El Chaltén, provincia de Santa Cruz

Recursos humanos: -Empresas Constructoras
-Consultoras

Recursos técnicos o tecnológicos: Licitación Pública

Recursos financieros: -Monto de Contrato: \$ 1.694.000 (P.E. N° RN 2).
-Presupuesto Estimado: \$ 1.500.000,00 (P.E. RN 14).
-Presupuesto Estimado: \$ 660.000,00 (P.E. Centro Operativo)
-Monto Contrato: \$ 4.917.041,51 (Obra N° RN 57)
-Presupuesto Estimado: \$ 14.497.652,23 (Obra N° RN 1)
-Presupuesto Estimado: \$ 11.070.158,40 (Obra N° RN 2)
-Presupuesto Oficial: \$ 9.000.000,00 (Obra N° RN 19)

Supuestos:

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/02/2015 - 14:54:46
Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:7:30
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (3)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-----------------------------|--------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Roberto Plans | Responsable |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Carlos Alejandro Salvarezza | Participante |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Liliana Del Ocho | Participante |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (7)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.28.E1 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Museo Regional. |
| 18.28.E2 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Centro de Informes. |
| 18.28.E3 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Centro de Lucha contra Incendios. |
| 18.28.E4 | Mejorar las condiciones de funcionalidad de la Oficina y su accesibilidad. |
| 18.28.E5 | Brindar información a los turistas y habitantes del lugar sobre la flora, la fauna y el medio ambiente de Los Antiguos y la Región. |
| 18.28.E6 | Mostrar y contar la historia de los primeros pobladores y colonos de Perito Moreno y la Región. |

174



BENEFICIARIOS (6)

Beneficiario

Administración de Parques Nacionales

Turistas nacionales (Real)

Turistas extranjeros (Real)

Organismos de turismo municipales

Organismos de turismo provinciales

Observaciones

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

Organización

Observaciones

METAS (7)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|-----------------------------------|--|---|--------------------------|
| 18.28.M1 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E1 Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Museo Regional. | Proyecto Ejecutivo del Museo Cueva de las Manos finalizado | 2015 - 1 (1) : 0 |
| 18.28.M2 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E2 Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Centro de Informes. | Adjudicación de Contrato | 2015 - 1 (1) : 0 |
| 18.28.M3 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E3 Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Centro de Lucha contra Incendios. | Adjudicación de Contrato | 2015 - 1 (1) : 0 |
| 18.28.M4 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E4 Mejorar las condiciones de funcionalidad de la Oficina y su accesibilidad. | Ejecución parcial de la Obra N° RN 57. | 2015 - 60% : 0 |
| 18.28.M5 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E5 Brindar información a los turistas y habitantes del lugar sobre la flora, la fauna y el medio ambiente de Los Antiguos y la Región. | Ejecución Parcial de la Obra N° RN 1. | 2015 - 40% : 0 |
| 18.28.M6 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E6 Mostrar y contar la historia de los primeros pobladores y colonos de Perito Moreno y la Región. | Ejecución Parcial de la Obra N° RN 2. | 2015 - 20% : 0 |
| 18.28.M7 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.28.E7 Protección contra incendios de El Chaltén y del Parque Nacional Los Glaciares. | Ejecución Parcial de la Obra Centro Operativo de lucha contra incendio. | 2015 - 40% : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
 Número: 29
 Nombre: Diseño e implementación del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en los Corredores Los Lagos e Iguazú- Posadas
 Descripción: Se diseñará e implementará un sistema de monitoreo ambiental y social de los proyectos financiados por el Programa en los corredores de Los Lagos e Iguazú-Posadas
 Objetivo general: El Objetivo General es Diseñar e Implementar el Sistema de Monitoreo y Evaluación Ambiental y Social (SMEAS) del Programa y elaborar La Línea de Base para el análisis de los seis (6) corredores definidos, de modo que sirva, por un lado, para identificar los efectos de la implementación del Programa en las áreas intervenidas (APs y localidades) y, por el otro, como insumo para la toma de decisiones relacionadas con nuevas inversiones turísticas y medidas de conservación.
 Ubicación espacial: Corredores Los Lagos e Iguazú-Posadas
 Recursos humanos: Firma Consultora
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Financia Programa BID 2606. Fuente BID: 80% Fuente Local: 20%
 Supuestos: Participación por parte de los beneficiarios

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
 Fecha hasta: 20/12/2016

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 10/02/2015 - 16:1:29
 Fecha-Hora de última modificación: 23/04/2015 - 15:8:55
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 6

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------------|-------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Mariana Lopez Rey | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (3)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.29.E1 | Adjudicar un contrato para la elaboración del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en los Corredores Los Lagos e Iguazú-Posadas |
| 18.29.E2 | Diseño del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa 2606 OC-AR |
| 18.29.E3 | Implementación inicial (Línea de Base) del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa 2606 OC-AR |

BENEFICIARIOS (1)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------|---------------|
| Estado Nacional - MINTUR | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

| Organización | Observaciones |
|--------------|---------------|
|--------------|---------------|

METAS (3)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|-----------------------------------|---|--|-------------------------------------|
| 18.29.M1 | 18.131 Porcentaje de cumplimiento | 18.29.E1 Adjudicar un contrato para la elaboración del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa en los Corredores Los Lagos e Iguazú- Posadas | Contrato Adjudicado | 2015 - 1 (Contrato) : 0 |
| 18.29.M2 | 18.131 Porcentaje de cumplimiento | 18.29.E2 Diseño del Sistema de Monitoreo Ambiental y Social del Programa 2606 OC-AR | Sistema de Monitoreo Ambiental y Social diseñado | 2015 - 1 (Sistema de Monitoreo) : 0 |
| 18.29.M3 | 18.131 Porcentaje de cumplimiento | 18.29.E3 Implementación inicial (Línea de Base) del Sistema de | Línea de Base elaborada | 2016 - 1 (Línea de base) : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

2016 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

9

174

1

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR

Número: 30

Nombre: Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor Villa Unión-Valle Fértil (Región Cuyo)

Descripción: -P.E.N° I 1: Reorganización del Área de Recepción del Parque Provincial Ischigualasto.
-Obra N° I 3: Centro de Interpretación Paleontológico Dr. William Sill.

Objetivo general: Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística, desarrollar sustentablemente los espacios turísticos; mejorar las condiciones de visita de los atractivos turísticos -naturales, culturales- y centros turísticos para satisfacer al turista; promover el aumento de la estadia, el gasto diario y la disminución de la estacionalidad; promover el aumento del ingreso de divisas al país considerando al turismo como una actividad exportadora; mejorar los niveles de información sobre atractivos y actividades turísticas; fomentar la redistribución del flujo de visitantes; apoyar al desarrollo de los productos turísticos del lugar y su comercialización en el mercado internacional para diversificar la composición de la demanda; satisfacer las necesidades de la demanda interna; generar nuevas oportunidades laborales; generar una actividad que permita un aprovechamiento ambientalmente sustentable de los recursos naturales y culturales; generar una actividad distributiva de la riqueza en el tejido social; y contribuir positivamente con la imagen de la Marca Argentina en el exterior.

Ubicación espacial: Parque Provincial Ischigualasto, provincia de San Juan

Recursos humanos: Empresas Constructoras y Consultoras

Recursos técnicos o tecnológicos: Licitación Pública

Recursos financieros: -Presupuesto Oficial: \$ 2.622.759,70 (P.E.N° I 1)
-Presupuesto Oficial: \$ 18.664.510,48 (Obra N° I 3)

Supuestos:

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015

Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 11/02/2015 - 15:16:27

Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:7:30

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 3

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (3)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-----------------------------|--------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Roberto Plans | Responsable |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Carlos Alejandro Salvarezza | Participante |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Liliana Del Ochio | Participante |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (2)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.30.E1 | Realizar un Proyecto Ejecutivo que reorganice el área de Recepción del Parque Provincial. |
| 18.30.E2 | Brindar a los visitantes la visita a un estudio paleontológico en el campo. |

BENEFICIARIOS (3)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|---------------|
| Organismos de turismo provinciales | |
| Turistas nacionales (Real) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

| Organización | Observaciones |
|--------------|---------------|
|--------------|---------------|

METAS (3)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|----------------------|-------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| 18.30.M1 | 18.I31 Porcentaje de | 18.30.E1 Realizar un Proyecto | Ejecución de un Proyecto Ejecutivo | 2015 - 1 (1) : 0 |

| | | | | |
|----------|-----------------------------------|--|--|---|
| | cumplimiento | Ejecutivo que reorganice el área de Recepción del Parque Provincial. | | |
| 18.30.M1 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.30.E1 Realizar un Proyecto Ejecutivo que reorganice el área de Recepción del Parque Provincial. | Proyecto Ejecutivo finalizado. | 2015 - 1 (1) : 0 |
| | | | 174 | |
| 18.30.M2 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.30.E2 Brindar a los visitantes la visita a un estudio paleontológico en el campo. | Ejecución del 6% restante de la Obra para su finalización, iniciada en el año 2015 | 2015 - 6% : 0 |
| | | | | 2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0 |

g

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR

Número: 31

Nombre: Proyectos Ejecutivos y Obras en el Corredor de los Lagos

Descripción: -Proyecto Ejecutivo N° 7-8: Mejoramiento de la Costanera del Río Aluminé, Centro de Visitantes y Feria de Artesanos.
-Proyecto Ejecutivo N° CL6: Construcción de Senderos y Miradores El Chucac.
-Proyecto Ejecutivo Estudio para el Diseño constructivo de Muelles en Puerto Cántaros, Puerto Blest, Puerto Alegre y Puerto Frías - P. N. Nahuel Huapi.
-Obra N° 22: Muelle Turístico y Paseo en la Costa en Villa Pehuenia sobre el Lago Aluminé.
-Obra N° 51: Centro de Interpretación Ambiental Villa Traful.
-Obra N° 84: Refuncionalización de 2 edificios existentes en San Carlos de Bariloche (Etapa 1)
-Obra N° 90: Construcción de Centro de Atención al Visitante y Cobro de Acceso, P.N. Lago Puelo.
-Obra N° 103: Construcción de Sendero y Miradores El Alerzal, P. N. Los Alerces.
-Obra N° 114: Señalamiento del Corredor de los Lagos.
-Obra N° CL1: Subcentral de incendio y núcleo sanitario en Circuito Chico, San Carlos de Bariloche.
-Obra N° CL 3: Construcción de 2 muelles en Puerto Blest y Puerto Cántaros.
-Obra N° CL 4: Construcción de 2 Muelles en Puerto Frías y Puerto Alegre.

Objetivo general: Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística, desarrollar sustentablemente los espacios turísticos; mejorar las condiciones de visita de los atractivos turísticos -naturales, culturales- y centros turísticos para satisfacer al turista; promover el aumento de la estadia, el gasto diario y la disminución de la estacionalidad; promover el aumento del ingreso de divisas al país considerando al turismo como una actividad exportadora; mejorar los niveles de información sobre atractivos y actividades turísticas; fomentar la redistribución del flujo de visitantes; apoyar al desarrollo de los productos turísticos del lugar y su comercialización en el mercado internacional para diversificar la composición de la demanda; satisfacer las necesidades de la demanda interna; generar nuevas oportunidades laborales; generar una actividad que permita un aprovechamiento ambientalmente sustentable de los recursos naturales y culturales; generar una actividad distributiva de la riqueza en el tejido social; y contribuir positivamente con la imagen de la Marca Argentina en el exterior.

Ubicación espacial: -Aluminé, provincia de Neuquén (P.E. N° 7-8)
-Parque Nacional Los Alerces (P.E. N° CL6)
-Parque Nacional Nahuel Huapi (P.E. Diseño de Muelles en Puertos Cántaros, Blest, Alegre y Frías y Obras y Obras N° CL3 y CL4)
-Villa Pehuenia, provincia de Neuquén (P.E. N° 22)
-Villa Traful, provincia de Neuquén (P.E. N° 51)
-Bariloche, provincia de Río Negro (Obra N° 84 y CL1))
-Parque Nacional Lago Puelo (Obra N° 90)
-Parque Nacional Los Alerces (Obra N° 103)
-Municipios, Rutas Nacionales y Provinciales de las provincias de Río Negro, Chubut y Neuquén (Obra N° 114)

Recursos humanos: Consultoras y Licitaciones

Recursos técnicos o tecnológicos:

Recursos financieros: -Monto Contrato P.E. N° 7-8: \$ 1.948.950,63
-Presupuesto Estimado P.E. N° CL6: \$ 218.650,00
-Monto Contrato P.E. Diseño de Muelles: \$ 75.000,00
-Presupuesto Estimado Obra N° 22: \$ 10.000.000,00
-Presupuesto Estimado Obra N° 51: \$ 11.786.081,14
-Presupuesto Estimado Obra N° 84: \$ 10.886.600,00
-Presupuesto Oficial Obra N° 90: \$ 8.703.694,00
-Monto Contrato Obra N° 103: \$8.859.469,68
-Monto Contrato Obra N° 114: \$ 5.789.892,00
-Presupuesto Estimado Obra N° CL1: \$ 9.845.959,00
-Presupuesto Estimado Obra N° CL3: \$ 6.686.992,00
-Presupuesto Estimado Obra N° CL4: \$ 6.686.992,00

Supuestos:

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015

Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 11/02/2015 - 15:48:20

Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:7:30

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 13

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (3)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-----------------------------|--------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Roberto Plans | Responsable |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Carlos Alejandro Salvarezza | Participante |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Liliana Del Ochio | Participante |

174

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (12)

| Código | Detalle |
|-----------|--|
| 18.31.E1 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de una Costanera, un Centro de Visitantes y una Feria de Artesanos |
| 18.31.E2 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Sendero y Miradores El Chucao para mejorar la visita y recorrido del Parque Nacional Los Alerces. |
| 18.31.E3 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de 4 Muelles para mejorar el recorrido y visita del Parque Nacional Nahuel Huapi. |
| 18.31.E4 | Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Muelle Turístico, infraestructura edilicia y un Paseo en la Costa. |
| 18.31.E5 | Ejecutar una Obra de un Centro de Interpretación Ambiental. |
| 18.31.E6 | Ejecutar una Obra de Refuncionalización de 2 edificios en Bariloche. |
| 18.31.E7 | Ejecutar una Obra de un Centro de Atención al Visitante y Cobro de Acceso del Parque Nacional Lago Puelo. |
| 18.31.E8 | Finalizar la Obra Sendero y Miradores El Alerzal que en el 2014 se ejecutó un 27%. |
| 18.31.E9 | Finalizar la Obra de Señalamiento del Corredor de los Lagos que en el 2014 se ejecutó un 64%. |
| 18.31.E10 | Ejecutar una Obra de una Subcentral de Incendios para proteger Circuito Chico en Bariloche. |
| 18.31.E11 | Ejecutar una Obra de dos Muelles en Puerto Blest y Puerto Cántaros del Parque Nahuel Huapi. |
| 18.31.E12 | Ejecutar una Obra de dos Muelles en Puerto Frías y Puerto Alegre del Parque Nahuel Huapi. |

BENEFICIARIOS (2)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Organismos de turismo municipales | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

| Organización | Observaciones |
|--------------|---------------|
|--------------|---------------|

METAS (12)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|-----------|-----------------------------------|---|---|--------------------------|
| 18.31.M1 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E1 Realizar un Proyecto Ejecutivo de una Costanera, un Centro de Visitantes y una Feria de Artesanos | Ejecución de un Proyecto Ejecutivo. | 2015 - 1 (1) : 0 |
| 18.31.M2 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E2 Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Sendero y Miradores El Chucao para mejorar la visita y recorrido del Parque Nacional Los Alerces. | Ejecución del 50% de 1 Proyecto Ejecutivo. | 2015 - 50% : 0 |
| 18.31.M3 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E3 Realizar un Proyecto Ejecutivo de 4 Muelles para mejorar el recorrido y visita del Parque Nacional Nahuel Huapi. | Ejecución de un Proyecto Ejecutivo. | 2015 - 1 (1) : 0 |
| 18.31.M4 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E4 Realizar un Proyecto Ejecutivo de un Muelle Turístico, infraestructura edilicia y un Paseo en la Costa. | Ejecución del 40% de la Obra. | 2015 - 40% : 0 |
| 18.31.M5 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E5 Ejecutar una Obra de un Centro de Interpretación Ambiental. | Ejecución del 40% de la Obra. | 2015 - 40% : 0 |
| 18.31.M6 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E6 Ejecutar una Obra de Refuncionalización de 2 edificios en Bariloche. | Ejecución del 30% de la Obra. | 2015 - 30% : 0 |
| 18.31.M7 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E7 Ejecutar una Obra de un Centro de Atención al Visitante y Cobro de Acceso del Parque Nacional Lago Puelo. | Ejecución del 40% de la Obra. | 2015 - 40% : 0 |
| 18.31.M8 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E8 Finalizar la Obra Sendero y Miradores El Alerzal que en el 2014 se ejecutó un 27%. | Ejecución del 73% restante de la Obra para su finalización. | 2015 - 73% : 0 |
| 18.31.M9 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E9 Finalizar la Obra de Señalamiento del Corredor de los Lagos que en el 2014 se ejecutó un 64%. | Ejecución del 36% restante de la Obra para su finalización. | 2015 - 36% : 0 |
| 18.31.M10 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E10 Ejecutar una Obra de | Ejecución del 40% de la Obra. | 2015 - 40% : 0 |



| | | | | |
|-----------|-----------------------------------|---|-------------------------------|----------------|
| | cumplimiento | una Subcentral de Incendios para proteger Circuito Chico en Bariloche. | | |
| 18.31.M11 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E11 Ejecutar una Obra de dos Muelles en Puerto Blest y Puerto Cántaros del Parque Nahuel Huapi. | Ejecución del 30% de la Obra. | 2015 - 30% : 0 |
| 18.31.M12 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.31.E12 Ejecutar una Obra de dos Muelles en Puerto Frías y Puerto Alegre del Parque Nahuel Huapi. | Ejecución del 30% de la Obra. | 2015 - 30% : 0 |

174

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR

Número: 32

Nombre: Obras en el Corredor de las Misiones

Descripción: -Obra N° 166 A: Parque Jesuítico Guaraní etapa A (Obra Civil), San Ignacio Miní, Misiones.
-Obra N° 166 B: Parque Jesuítico Guaraní etapa B (Tecnología), San Ignacio Miní, Misiones.

Objetivo general: Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística, desarrollar sustentablemente los espacios turísticos; mejorar las condiciones de visita de los atractivos turísticos -naturales, culturales- y centros turísticos para satisfacer al turista; promover el aumento de la estadia, el gasto diario y la disminución de la estacionalidad; promover el aumento del ingreso de divisas al país considerando al turismo como una actividad exportadora; mejorar los niveles de información sobre atractivos y actividades turísticas; fomentar la redistribución del flujo de visitantes; apoyar al desarrollo de los productos turísticos del lugar y su comercialización en el mercado internacional para diversificar la composición de la demanda; satisfacer las necesidades de la demanda interna; generar nuevas oportunidades laborales; generar una actividad que permita un aprovechamiento ambientalmente sustentable de los recursos naturales y culturales; generar una actividad distributiva de la riqueza en el tejido social; y contribuir positivamente con la imagen de la Marca Argentina en el exterior.

Ubicación espacial: -San Ignacio, provincia de Misiones (Obra N° 166 A y B)

Recursos humanos: Empresas Contratistas

Recursos técnicos o tecnológicos: Licitación Publica Nacional

Recursos financieros: -Monto de Contrato: \$ 20.986.283,80 (Obra N° 166 A)
-Presupuesto Oficial: \$ 16.900.147,84 (Obra N° 166 B)

Supuestos:

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015

Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 23/02/2015 - 15:5:37

Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:7:30

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 3

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (3)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-----------------------------|--------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Roberto Plans | Responsable |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Carlos Alejandro Salvarezza | Participante |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Liliana Del Ochio | Participante |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (2)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.32.E1 | Ejecutar un Museo y un Espacio de Interpretación de las Misiones Jesuíticas en la región. |
| 18.32.E2 | Instalación de tecnología Multimedia de apoyo al Museo y al Centro de Interpretación. |

BENEFICIARIOS (4)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|---------------|
| Turistas nacionales (Real) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Organismos de turismo municipales | |
| Organismos de turismo provinciales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

| Organización | Observaciones |
|--------------|---------------|
|--------------|---------------|

METAS (2)



| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|----------|-----------------------------------|--|--|--------------------------|
| 18.32.M1 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.32.E1 Ejecutar un Museo y un Espacio de Interpretación de las Misiones Jesuíticas en la región. | Ejecución del 70% de la Obra N° 116 A. | 2015 - 70% : 0 |
| 18.32.M2 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.32.E2 Instalación de tecnología Multimedia de apoyo al Museo y al Centro de Interpretación. | Ejecución del 50% de la Obra N° 166 B. | 2015 - 50% : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

g

→ **PFETS - Proyecto**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 18. Programa de Desarrollo de nuevos corredores. Prestamo 2606/OC-AR
Número: 33
Nombre: Obras en Ushuaia y Corazón de la Isla de Tierra del Fuego
Descripción: -Obra N° U05: Remodelación y Ampliación del Mirador del Paso Garibaldi, Tierra del Fuego.
-Obra N° U06: Implementación de Red Provincial de Senderos Tramo 7 (etapa 6), Recuperación de nuestro Bosque Fueguino, Tierra del Fuego.
Obra N° U011: Área de Servicios de Red Provincial de Senderos Tramo 7, Sendero Tierra del Fuego.
Objetivo general: Incrementar sostenidamente la generación de divisas proveniente de la actividad turística, desarrollar sustentablemente los espacios turísticos; mejorar las condiciones de visita de los atractivos turísticos -naturales, culturales- y centros turísticos para satisfacer al turista; promover el aumento de la estadia, el gasto diario y la disminución de la estacionalidad; promover el aumento del ingreso de divisas al país considerando al turismo como una actividad exportadora; mejorar los niveles de información sobre atractivos y actividades turísticas; fomentar la redistribución del flujo de visitantes; apoyar al desarrollo de los productos turísticos del lugar y su comercialización en el mercado internacional para diversificar la composición de la demanda; satisfacer las necesidades de la demanda interna; generar nuevas oportunidades laborales; generar una actividad que permita un aprovechamiento ambientalmente sustentable de los recursos naturales y culturales; generar una actividad distributiva de la riqueza en el tejido social; y contribuir positivamente con la imagen de la Marca Argentina en el exterior.
Ubicación espacial: -Provincia de Tierra del Fuego (Obras N° U05, U06 y U011)

Recursos humanos: Empresas Contratistas
Recursos técnicos o tecnológicos: Licitación Publica Nacional
Recursos financieros: -Presupuesto Estimado: \$ 11.000.000,00 (Obra N° U05)
-Presupuesto Estimado: \$ 7.500.000,00 (Obra N° U06)
-Presupuesto Estimado: \$ 8.000.000,00 (Obra N° U011)
Supuestos:

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 24/02/2015 - 15:41:9
Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:7:30
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 4

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (3)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-----------------------------|--------------|
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Roberto Plans | Responsable |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Carlos Alejandro Salvarezza | Participante |
| Unidad Ejecutora de Préstamos Internacionales | Liliana Del Ochio | Participante |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (3)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 18.33.E1 | Remodelar y Ampliar el Mirador Garibaldi. |
| 18.33.E2 | Implementar la Red Provincial de Senderos y recuperación del Bosque Fueguino. |
| 18.33.E3 | Ejecutar el Área de Servicios de la Red Provincial de Senderos. |

BENEFICIARIOS (4)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|---------------|
| Turistas nacionales (Real) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Organismos de turismo municipales | |
| Organismos de turismo provinciales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (0)

METAS (3)

174

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|----------|-----------------------------------|---|--|-------------------------|
| 18.33.M1 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.33.E1 Remodelar y Ampliar el Mirador Garibaldi. | Ejecutar el 10% de las Mejoras y Ampliaciones del Mirador Garibaldi. | 2015 - 10% : 0 |
| 18.33.M2 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.33.E2 Implementar la Red Provincial de Senderos y recuperación del Bosque Fuegoño. | Ejecutar el 20% de la Red Provincial de Senderos y la recuperación del Bosque Fuegoño. | 2015 - 20% : 0 |
| 18.33.M3 | 18.I31 Porcentaje de cumplimiento | 18.33.E3 Ejecutar el Área de Servicios de la Red Provincial de Senderos. | Construir el Área de Servicios de la Red Provincial de Senderos de Tierra del Fuego. | 2015 - 10% : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

9

→ **PFETS - Programa**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

174

Número: 19

Nombre: Programa de Promoción Internacional de Inversiones en el Sector Turismo

Campo de actuación: Inversiones y Formas de Financiamiento

Propósito: Captura de Inversión Extranjera Directa (IED) para el desarrollo de proyectos de inversión en el Sector Turismo, a través de una acción promocional sistemática destinada a identificar la demanda internacional de proyectos y/o partenariados en los que se requiere la incorporación de capital.

Medios de verificación: Plan Anual Operativo del INPROTUR
Investment Map del International Trade Center de UNCTAD
Registro de Demanda de Inversión

Supuestos: 1- La nueva dinámica de flujos de inversión requiere una nueva forma de procurar la IED
A raíz de la Crisis Global los flujos de inversión destinados al desarrollo de infraestructuras turísticas han sufrido un drástico cambio. Conforme el Informe Introdutorio de Base del Seminario Técnico sobre Inversiones en Turismo en las Américas de la OMT, la configuración de la economía mundial que ha surgido tras la crisis es muy diferente a la de la pre-crisis. Su centro de gravedad se ha desplazado hacia el Oriente y el Sur y, a la vez, desde los países de la OECD hacia los países emergentes, que en la década 2000/ 2010 han aumentado su cuota de la economía mundial del 40% al 49%, según el Centro de Desarrollo de la OCDE., con tendencia clara al aumento.
En este contexto, Argentina encara una fenomenal oportunidad para atraer IED al Sector Turismo en atención a las características propias de su economía y, al mismo tiempo, en relación con su posición relativa respecto de otras economías tradicionalmente tractoras de flujos de inversión (España, Grecia, México).
Nuevos actores comienzan a participar de la demanda de oportunidades de inversión en diferentes sectores, especialmente en el sector turístico. Estos nuevos actores no poseen la lógica tradicional de inversión que prima en el Sector Turismo sino que se encuentran abiertos a una importante gama de proyectos de inversión, destacándose primariamente aquellos vinculados al uso mixto.
Para poder acceder a esta nueva clase de inversores es necesario conocer sus preferencias de inversión a fin de alinearlas con los intereses de desarrollo de la oferta turística nacional, es decir, partir desde la demanda.
2- Los intereses de los inversores deben alinearse a la oferta
Las acciones promocionales que se encaren a nivel internacional deberán tender a la alineación de las preferencias del inversor con los intereses nacionales, a través de tres ejes comunicacionales: a) disposición a la radicación de IED (cómo ingresa); b) transmisión de las condiciones de competitividad del mercado (cuánto gana) y; c) facilidades para desarrollar nuevos proyectos (cómo sale).
3- Los mercados clave requieren mensajes clave
Las acciones promocionales y las ofertas de inversión varían de acuerdo a la posición relativa del mercado emisor de flujo de inversión y a la visión que los inversores tienen de Argentina como destino final de sus fondos.

HORIZONTE TEMPORAL

Mes: 12
Año: 2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 12/11/2012 - 14:38:20
Fecha-Hora de última modificación: 29/12/2014 - 11:10:41
Estado del registro: [APR] Aprobado

BENEFICIARIOS

Beneficiario

Comunidades locales

Emprendedores

Organismos de turismo municipales

Organismos de turismo provinciales

Sector privado turístico

RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN Y REFERENTES PFETS

| Área | Persona | Rol |
|-------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Subsecretaría de Coordinación | Alejandro Gabriel Schiavi | Responsable de ejecución |

INDICADORES

| Código | Detalle | Escala | Unidad | Frecuencia de medición | Vigente? |
|--------|--|----------|-----------------|------------------------|----------|
| 19.I1 | Cantidad de participaciones en Conferencias Internacionales (Inversión) | Cantidad | Participaciones | Anual | No |
| 19.I2 | Cantidad de encuentros de inversión organizados | Cantidad | Encuentros | Anual | No |
| 19.I3 | Cantidad de evaluaciones de factibilidad turística realizas a los proyectos presentados por desarrolladores argentinos que pretendan acceder a la Línea de | Cantidad | Evaluaciones | Anual | No |

Crédito del Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE)

| | | Cantidad | Evaluaciones | Anual | No |
|-------|--|----------|--------------|-------|----|
| 19.I4 | Cantidad de evaluaciones de factibilidad turística realizadas a los proyectos presentados por desarrolladores argentinos que pretendan convocar a inversores extranjeros | 174 | | | |
| 19.I5 | Porcentaje de cumplimiento | | | Anual | Si |

RESULTADOS

| Código | Detalle |
|--------|--|
| 19.R1 | Identificar los mercados emisores de flujos de IED en Turismo |
| 19.R2 | Participar en los eventos internacionales en los que se pueda promocionar a la Argentina como destino de inversión extranjera directa. |
| 19.R3 | Organizar en el ámbito internacional los eventos pertinentes para facilitar la inversión extranjera directa. |

PROGRAMAS RELACIONADOS

| Programa |
|---|
| 1. Programa de Coordinación del PFETS |
| 2. Programa de Articulación Federal |
| 3. Programa de Acciones Internacionales Multilaterales |
| 4. Programa de Acciones Internacionales Bilaterales |
| 7. Programa Nacional de Facilitación Turística |
| 9. Programa de Destinos y Productos Turísticos para el Desarrollo Inclusivo |
| 10. Programa de Investigación y Estadística para el Desarrollo Sustentable |
| 11. Programa de Gestión del Conocimiento para el Desarrollo Competitivo |
| 15. Programa Federal de Inversiones para el Desarrollo Equitativo |
| 23. Programa de Posicionamiento de la Marca País |

PROYECTOS

| |
|--|
| 19.1. Promoción internacional de inversiones – Acciones 2013 |
| 19.2. Promoción internacional de inversiones – Acciones 2014 |
| 19.3. Promoción internacional de inversiones – Acciones 2015 |

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 19. Programa de Promoción Internacional de Inversiones en el Sector Turismo
 Número: 3
 Nombre: Promoción internacional de inversiones – Acciones 2015
 Descripción: En el marco de las acciones promocionales en el extranjero, de la Argentina como destino turístico, se llevan a cabo actividades tendientes a la captación de inversores que potencien la oferta de servicios turísticos de nuestro país.
 Objetivo general: Procurar Inversión Extranjera Directa (IED) para la radicación, ampliación y mejora de la infraestructura turística atendiendo a la generación de empleo y la asociatividad entre inversores extranjeros y emprendedores nacionales.
 Ubicación espacial: Las acciones de promoción se realizan en los mercados emisores de IED según corresponda en cada caso.
 Recursos humanos: 1 coordinador
 Recursos técnicos o tecnológicos:
 Recursos financieros: Presupuesto ordinario del Ministerio de Turismo
 Supuestos: Existen atractivos en Argentina para inversiones de mediano y largo plazo.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
 Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 26/02/2015 - 12:11:49
 Fecha-Hora de última modificación: 26/02/2015 - 12:40:10
 Estado del registro: [APR] Aprobado
 Versión: 5

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|--|------------------|-------------|
| Coordinación de Capitalización de Inversión Extranjera Directa | Norberto Pereyra | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|---------|--|
| 19.3.E1 | Incrementar la inversión en desarrollos turísticos de Argentina. |

BENEFICIARIOS (5)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|---------------|
| Organismos de turismo provinciales | |
| Organismos de turismo municipales | |
| Comunidades locales | |
| Emprendedores | |
| Sector privado turístico | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (1)

| Organización | Observaciones |
|-----------------------------------|---------------|
| CAT - Cámara Argentina de Turismo | |

METAS (2)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|---------|----------------------------------|--|--|------------------------------------|
| 19.3.M1 | 19.I5 Porcentaje de cumplimiento | 19.3.E1 Incrementar la inversión en desarrollos turísticos de Argentina. | Realización FITHA. Foro de Inversiones en Turismo y Hotelería en Argentina. FITHA es el evento para mostrar a la comunidad inversora local, regional y global, las oportunidades de inversión en Turismo y Hotelería en Argentina, sumando la posibilidad de conocer proyectos concretos de inversión desde sus destinos turísticos. | 2015 - 1 (foro de inversiones) : 0 |
| 19.3.M2 | 19.I5 Porcentaje de cumplimiento | 19.3.E1 Incrementar la inversión en desarrollos turísticos de | Capacitación y actualización sobre como presentar proyectos de inversión | 2015 - 2 (Capacitación) : 0 |

Argentina.

turísticos en el exterior.
Capacitar tanto a funcionarios públicos
como desarrolladores privados cuales
son las características básicas para la
presentación de proyectos turísticos en
el extranjero.

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%) 0

9
174



→ PFETS - Programa

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Número: 20
Nombre: Programa de Acciones Promocionales Para el Mercado Interno
Campo de actuación: Promoción y Marketing
Propósito: Generar la persuasión de los residentes argentinos para que elijan nuestro país como destino de sus viajes.
Medios de verificación: Planillas trimestrales del cumplimiento de metas de la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional
Resumen Ejecutivo Trimestral
Informes sobre el cumplimiento de metas del SINDIT
Remitos u órdenes de compra del material gráfico
Supuestos: Situaciones macroeconómicas
Situaciones climáticas
Situaciones fortuitas y de causa mayor

HORIZONTE TEMPORAL

Mes: 12
Año: 2020

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 12/11/2012 - 15:33:24
Fecha-Hora de última modificación: 29/12/2014 - 11:12:51
Estado del registro: [APR] Aprobado

BENEFICIARIOS

Beneficiario
Centros de Informe
Comunidades locales
Estado Nacional - MINTUR
Organismos de turismo municipales
Organismos de turismo provinciales
Sector privado turístico
Turistas extranjeros (Real)
Turistas nacionales (potencial)

RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN Y REFERENTES PFETS

| Área | Persona | Rol |
|---|----------------------|--------------------------|
| Dirección Nacional de Marketing y Promoción | Oscar Gabriel Suárez | Responsable de ejecución |

INDICADORES

| Código | Detalle | Escala | Unidad | Frecuencia de medición | Vigente? |
|--------|--|------------|----------------------|------------------------|----------|
| 20.I1 | Cantidad de talleres regionales para la programación de acciones del año siguiente | Cantidad | Talleres regionales | Anual | No |
| 20.I2 | Cantidad de participaciones en congresos y encuentros de comercialización | Cantidad | Particip. congresos | Anual | No |
| 20.I3 | Cantidad de participaciones en ferias y exposiciones | Cantidad | Particip. en ferias | Anual | No |
| 20.I4 | Cantidad de participaciones en fiestas, festivales. | Cantidad | Particip. en fiestas | Anual | No |
| 20.I6 | Cantidad de actualizaciones de la base de información turística anual | Cantidad | Actualizaciones | Anual | No |
| 20.I5 | Cantidad de fam press y blog trips realizados | Cantidad | Fam press/blog trip | Anual | No |
| 20.I7 | Porcentaje de cumplimiento | Porcentaje | | Anual | Si |

RESULTADOS

| Código | Detalle |
|--------|--|
| 20.R1 | Acciones de promoción a través de alianzas con actores estratégicos de los sectores público y privado. |
| 20.R2 | Participación en ferias y exposiciones dirigidos a profesionales del sector y/o público consumidor. |
| 20.R3 | Participación en fiestas, festivales y otros eventos dirigidos al consumidor final. |
| 20.R4 | Participación en congresos dirigidos a profesionales del sector. |

- 20.R5 Organización de Blogs Trips y Formadores de opinión con el fin de fortalecer los canales de comercialización.
- 20.R6 Organización de Press Trips con medios de comunicación, con el fin de propiciar la generación de notas periodísticas sobre los destinos y productos turísticos argentinos en distintos medios.

PROGRAMAS RELACIONADOS

174

Programa

1. Programa de Coordinación del PFETS
2. Programa de Articulación Federal
7. Programa Nacional de Facilitación Turística
8. Programa de Articulación Turística con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas
9. Programa de Destinos y Productos Turísticos para el Desarrollo Inclusivo
10. Programa de Investigación y Estadística para el Desarrollo Sustentable
11. Programa de Gestión del Conocimiento para el Desarrollo Competitivo

PROYECTOS

- 20.1. Acciones Promocionales (Ferias, congresos, eventos)
- 20.3. Sistema Integrado de Información Turística - SINDIT
- 20.2. Proyecto de Acciones Transversales (Acciones Cooperadas, Convenios, Blog Trips, Press Trip)
- 20.4. Acciones de Promoción Directa
- 20.5. Sistema Integrado de Información Turística - SINDIT
- 20.6. Sistema Integrado de Información Turística - SINDIT

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFE

174



INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 20. Programa de Acciones Promocionales Para el Mercado Interno
Número: 6
Nombre: Sistema Integrado de Información Turística - SINDIT
Descripción: Base de información turística referida al patrimonio natural y cultural, a las actividades y a los servicios que se prestan en todo el país.
Ofrece información sobre los establecimientos hoteleros y extrahoteleros como así también datos de la oferta gastronómica, de esparcimiento e información útil relacionada con los medios de comunicación, de transporte e información complementaria de apoyo al desarrollo de la actividad turística.
Brinda una breve descripción de los circuitos y de los lugares de atracción turística, museos y monumentos históricos de cada provincia.
Objetivo general: Brindar al usuario información veraz, concisa y actualizada de la oferta.
Ubicación espacial: Red interna del Ministerio
Centros de informes del organismo
Organismos Provinciales de Turismo
Recursos humanos: 1 Jefa de Departamento (full time)
4 Técnicos (full time)
Recursos técnicos o tecnológicos: Joomla 2.5.8.
Recursos financieros: No posee.
Supuestos: La actualización del Sistema Integrado de Información Turística - SINDIT depende de la respuesta que se obtenga tanto de los prestadores de la actividad pública como privada.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015

Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 29/01/2015 - 12:16:58

Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:10:6

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 3

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|------------|-------------|
| Dirección Nacional de Marketing y Promoción | Diana Meli | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (1)

| Código | Detalle |
|---------|--|
| 20.6.E1 | Ofrecer información de apoyo a los informantes de nuestros centros de informes en la atención al turista |

BENEFICIARIOS (6)

| Beneficiario | Observaciones |
|------------------------------------|----------------------------------|
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Centros de Informe | Centros de Información Turística |
| Estado Nacional - MINTUR | Áreas Técnicas del MINTUR |
| Organismos de turismo provinciales | |
| Comunidades locales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (23)

| Organización | Observaciones |
|---|---|
| Ente Turismo Buenos Aires | El SINDIT también articula con los organismos de turismo a nivel municipal. |
| Instituto de Turismo del Chaco | |
| Secretaría de Turismo de Catamarca | |
| Secretaría de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia del Chubut | |
| Agencia Córdoba Turismo | |
| Ministerio de Turismo de Corrientes | |

Ministerio de Turismo de Entre Rios
 Ministerio de Turismo de Formosa
 Secretaría de Turismo de Jujuy
 Secretaría de Turismo de La Pampa
 Secretaría de Turismo de La Rioja
 Ministerio de Turismo de Mendoza
 Ministerio de Turismo de Misiones
 Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquen
 Ministerio de Turismo de la provincia de Río Negro
 Ministerio de Cultura y Turismo de Salta
 Ministerio de Turismo y Cultura de San Juan
 Ministerio de Turismo y las Culturas de San Luis
 Secretaría de Turismo de Santa Cruz
 Secretaría de Turismo de Santa Fé
 Subsecretaría de Turismo de Santiago del Estero
 In.Fue.Tur. - Instituto Fuegoينو de Turismo
 Ente Autárquico Tucumán Turismo

174

METAS (1)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|---------|----------------------------------|--|--|---------------------------------------|
| 20.6.M1 | 20.17 Porcentaje de cumplimiento | 20.6.E1 Ofrecer información de apoyo a los informantes de nuestros centros de informes en la atención al turista | Actualización de servicios por provincia | 2015 - 12 (actualización de svcs) : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)

→ PFETS - Programa

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

1174

INFORMACIÓN GENERAL

Número: 21
 Nombre: Programa de Generación de Mensajes Comunicacionales
 Campo de actuación: Promoción y Marketing
 Propósito: Diseño e implementación de campañas y/o territorios comunicacionales de carácter nacional por nicho de mercado.
 Medios de verificación: Informes trimestrales de la Subsecretaría de Promoción turística Nacional
 Soportes Promocionales
 Supuestos: Equilibrio de la balanza comercial: Incremento del mercado interno / Reducción del Turismo emisor.

HORIZONTE TEMPORAL

Mes: 12
 Año: 2020

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 12/11/2012 - 14:18:20
 Fecha-Hora de última modificación: 29/12/2014 - 11:14:15
 Estado del registro: [APR] Aprobado

BENEFICIARIOS

Beneficiario

Cámaras y Organizaciones empresariales

Ciudadanos Argentinos

Entes Provinciales o Locales

Entes regionales

Estado Nacional - MINTUR

Medios de comunicación

Organismos de turismo municipales

Organismos de turismo provinciales

Sector privado turístico

Turistas nacionales (potencial)

Turistas nacionales (Real)

Usuario de internet (turista potencial)

Usuario de internet (turista real)

RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN Y REFERENTES PFETS

| Área | Persona | Rol |
|---|----------------------|--------------------------|
| Dirección Nacional de Marketing y Promoción | Oscar Gabriel Suárez | Responsable de ejecución |

INDICADORES

| Código | Detalle | Escala | Unidad | Frecuencia de medición | Vigente? |
|--------|---|------------|----------------------|------------------------|----------|
| 21.11 | Cantidad de avisos publicitarios en conjunto con la Secretaría de Medios de la Nación. | Cantidad | avisos publicitarios | Anual | No |
| 21.12 | Cantidad de publicaciones emitidas propias o en acciones conjunta con otros organismos: Newsletter, gacetillas de Prensa, Press Trip, Web y Redes Sociales. | Cantidad | publicaciones | Anual | No |
| 21.13 | Cantidad de capacitaciones, reuniones y talleres de formación para mejorar el networking de la Argentina. | Cantidad | capitaciones | Anual | No |
| 21.14 | Cantidad de campañas cooperadas realizadas de fidelización online. | Cantidad | campañas | Anual | No |
| 21.15 | Cantidad de puestas tecnológicas en eventos, fiestas, festivales, eventos deportivos, ferias, congresos. | Cantidad | Puestas tecnologicas | Anual | No |
| 21.16 | Cantidad de acciones y aplicaciones efectuadas. | Cantidad | acciones | Anual | No |
| 21.17 | Cantidad de fam press y blog trips realizados. | Cantidad | Fam press/blog trip | Anual | No |
| 21.18 | Cantidad de Planes de Comunicación. | Cantidad | planes | Anual | No |
| 21.19 | Cantidad de Campañas de Comunicación propias del Organismo y/o en conjunto con actores estratégicos para el sector. | Cantidad | campañas | Anual | No |
| 21.110 | Cantidad de avisos publicitarios publicados en web, grafica, vía pública, tv y radio. | Cantidad | avisos publicitarios | Anual | No |
| 21.111 | Porcentaje de cumplimiento | Porcentaje | | Anual | Si |

RESULTADOS

| Código | Detalle |
|--------|--|
| 21.R1 | Aplicación de las estrategias de promoción nacional |
| 21.R2 | Implementación de las campañas de promoción articuladas con la Secretaría de Medios de la Nación |

174

PROGRAMAS RELACIONADOS

Programa

- 1. Programa de Coordinación del PFETS
- 2. Programa de Articulación Federal
- 9. Programa de Destinos y Productos Turísticos para el Desarrollo Inclusivo
- 10. Programa de Investigación y Estadística para el Desarrollo Sustentable
- 11. Programa de Gestión del Conocimiento para el Desarrollo Competitivo
- 7. Programa Nacional de Facilitación Turística
- 8. Programa de Articulación Turística con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas

PROYECTOS

- 21.1. Comunicación On-Line
- 21.2. Comunicación Offline
- 21.3. Comunicación Online - Año 2014
- 21.5. Acciones de promoción indirecta
- 21.4. Comunicación Offline 2014
- 21.6. Comunicación Offline - Año 2015
- 21.7. Comunicación OnLine - Año 2015

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 21. Programa de Generación de Mensajes Comunicacionales

Número: 6

Nombre: Comunicación Offline - Año 2015

Descripción: El Proyecto de Comunicación Offline 2015 responde a la importancia que reviste para esta Subsecretaría la producción y difusión de contenido vinculado al ámbito turístico a través de los medios de comunicación tradicionales (gráficos, radiales, web y televisivos) de acuerdo a lo propuesto por conectAR el Plan de Marketing para el Turismo Interno 2014-2016.

El contenido a difundir a través de estos canales es de dos tipos: en primera instancia se produce y distribuye contenido netamente promocional, con el objeto de posicionar en el mercado interno la oferta turística argentina (destinos, productos, servicios y experiencias).

La elaboración de este tipo de contenido se lleva a cabo en conjunto con diversos actores: la Secretaría de Medios de la Nación, el Consejo Federal de Turismo a través de las regiones turísticas que lo componen y demás actores estratégicos (Aerolíneas Argentinas, AAAVYT, COVIAR, Secretaría de Cultura, Correo Argentino, ANSES, entre otros)

Por medio de este trabajo conjunto se desarrollan e implementan Campañas de Comunicación, que se concretan en la producción de campañas y acciones de comunicación a través de la publicación de avisos y diversos contenidos en medios, sitios web, radio, TV, cine.

De acuerdo a la propuesta estratégica de conectAR el foco para el posicionamiento de destinos estará puesto en la efectividad de la comunicación del destino, y en cómo el turista lo visualiza, a través de la construcción y difusión de mensajes relevantes en tiempo y forma.

La implementación de este trabajo se desarrolla bajo los lineamientos del Decreto 984/2009 en forma conjunta con la Secretaría de Medios de la Presidencia de la Nación, a quien se eleva anualmente el Plan Estratégico de Medios y Comunicación y sus subsiguientes desgloses de pauta mensual.

En forma complementaria el Proyecto de Comunicación Offline tiene a su cargo la elaboración y distribución de contenido de carácter institucional, dando a conocer al público objetivo (en este caso el trade) las políticas y acciones de promoción que lleva a cabo el Ministerio de Turismo a través de la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional dirigidas al mercado interno, este segundo tipo de contenido se trabaja en conjunto con el área de Prensa y Comunicación del Organismo, mediante la generación de gacetillas de prensa, el envío de boletines informativos y el fomento de relaciones públicas con los medios, sin descuidar otros formatos.

Objetivo general: Diseñar, planificar y gestionar estrategias de comunicación teniendo en cuenta las expectativas y necesidades de los segmentos objetivos que plantea el Plan conectAR (potencial turista) y para los actores que conforman el trade.

Ubicación espacial: El proyecto se limita al territorio nacional, involucrando a todas las provincias y municipios que la componen.

Recursos humanos: 1 Coordinador
Perfil: Estudios en Comunicación Social, orientación en Políticas y Planificación de la Comunicación.

3 Asistentes Técnicos: carga horaria de 8 hs.

Perfil:

- . Estudios en Publicidad, conocimientos en planificación de medios.
- . Estudios en redacción publicitaria y gestión de contenidos
- . Estudios en comunicación social y cobertura periodística.

Colaboración permanente de un Diseñador Gráfico para la elaboración de piezas comunicacionales.

Colaboración permanente con el área de Prensa y Difusión de MINTUR (gestión de envío de información a medios, contacto con medios para entrevistas, etc.)

Recursos técnicos o tecnológicos: 4 computadoras, 1 teléfono celular - Programas de Escritorio

Recursos financieros: Presupuesto ejecutado por Secretaría de Medios destinado a la ejecución de la Campaña publicitaria del Organismo; y presupuesto de la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional para la implementación de acciones con la prensa.

Supuestos: . Disponibilidad de espacios y cupos por parte de la Secretaría de Medios para la efectivización de la pauta publicitaria.
. Falta de recursos tecnológicos (equipo informático acorde a las necesidades)

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015

Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 02/03/2015 - 18:7:5

Fecha-Hora de última modificación: 24/04/2015 - 15:10:31



174



ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|---------------|-------------|
| Dirección Nacional de Marketing y Promoción | Natalia Goulu | Responsible |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (2)

| Código | Detalle |
|---------|---|
| 21.6.E1 | Gestionar, incrementar y optimizar el posicionamiento y visibilidad de la oferta turística del país a través de los medios de comunicación |
| 21.6.E2 | Potenciar la imagen institucional del Ministerio de Turismo mediante la difusión de las políticas y acciones de promoción que desarrolla la Subsecretaría de Promoción turística Nacional a través de diferentes plataformas y medios de comunicación |

BENEFICIARIOS (10)

| Beneficiario | Observaciones |
|---|---------------|
| Usuario de internet (turista potencial) | |
| Usuario de internet (turista real) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas nacionales (Real) | |
| Estado Nacional - MINTUR | |
| Ciudadanos Argentinos | |
| Entes Provinciales o Locales | |
| Entes regionales | |
| Medios de comunicación | |
| Sector privado turístico | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (2)

| Organización | Observaciones |
|--|------------------|
| Secretaría de Comunicación Pública, Presidencia de la Nación | |
| Secretaría de Comunicación Pública, Presidencia de la Nación | RTA - TV Pública |

METAS (3)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|---------|-----------------------------------|---|--|-------------------------------------|
| 21.6.M1 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.6.E1 Gestionar, incrementar y optimizar el posicionamiento y visibilidad de la oferta turística del país a través de los medios de comunicación | Confección de un (1) Plan Anual de Comunicación que contenga el concepto a implementar (territorio comunicacional) a través de los diferentes medios y soportes de comunicación disponibles | 2015 - 1 (Plan de Comunicación) : 0 |
| 21.6.M2 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.6.E1 Gestionar, incrementar y optimizar el posicionamiento y visibilidad de la oferta turística del país a través de los medios de comunicación | Gestionar la publicación de contenidos promocionales a través de avisos, notas editoriales, zócalos de tv, spots de tv, spots radiales, PNT's, banners web, entre otras modalidades de comunicación y distribución de contenido. | 2015 - 100% : 0 |
| 21.6.M3 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.6.E2 Potenciar la imagen institucional del Ministerio de Turismo mediante la difusión de las políticas y acciones de promoción que desarrolla la Subsecretaría de Promoción turística Nacional a través de diferentes plataformas y medios de comunicación | Publicación de notas, gacetillas y newsletters que difundan las acciones que lleva a cabo la Subsecretaría de Promoción Turística Nacional. | 2015 - 100% : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)



PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

174

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 21. Programa de Generación de Mensajes Comunicacionales
Número: 7
Nombre: Comunicación OnLine - Año 2015
Descripción: El presente Proyecto de Comunicación OnLine 2015 se encuentra enmarcado en el Plan de Marketing ConectAR para Turismo Interno 2014-2016.

Según investigaciones en las que se basa el mencionado Plan, la competencia por acaparar la atención y ser relevante es cada vez mayor para los Organismos públicos y entidades. De allí que es necesario contar con recursos preparados en temas de tecnología, comunicación, marketing y turismo. La creación de una "comunidad turística argentina"; la capitalización de acciones offline en el espacio online (eventos, fiestas, ferias, acontecimientos importantes); la adaptación de contenidos y acciones generadas por usuarios logrando un impacto viral; así como la adaptación de los contenidos a cada medio social (entender cómo se crea y gestiona en los diferentes canales), son los objetivos principales de este proyecto.

Internet está presente en todas las fases del proceso del viaje: en la selección del destino (investigación); en la compra (momento de la reserva); durante el viaje (cuando el viajero cuenta y comparte su experiencia en redes sociales en tiempo real); una vez realizado el viaje (compartiendo experiencias en redes sociales, blogs, etc). Esto nos alienta a estar presente en todas las etapas de inspiración, búsqueda de información de los visitantes; así como también capitalizar experiencias de viajeros en la web y utilizarlas para promover las experiencias turísticas que se pueden vivir en el país.

Hoy los mercados son "conversaciones", y la relevancia social se da en función de ello. Es importante entender cada uno de los canales, y cómo los usuarios se comportan en los mismos.

Los viajeros utilizan recursos online para investigar y conversar con sus pares acerca de los destinos turísticos, sus atractivos y recursos, opciones de viajes, proveedores, precios y toda aquella información necesaria para decidir sobre sus vacaciones y/o escapadas.

Pero, a la vez, los viajeros generan su propio contenido y lo comparten a través de los diferentes medios, como por ejemplo sus perfiles en las redes sociales; de esta manera, influyen en otros potenciales viajeros y les hablan en su propio lenguaje acerca del destino.

A su vez, se tiene en cuenta que los diversos formatos online son espacios dinámicos que evolucionan atendiendo a su entorno. Por un lado, los cambios en las preferencias de los mercados objetivo imponen la adaptación de contenidos y formatos: la gran expansión de los dispositivos móviles obliga a prestar especial atención a éstos y readaptar contenidos generando aplicaciones específicas para los mismos.

Por otra parte, cada año las prioridades respecto a targets y mercados se ven alteradas por la evaluación de la acción acometida y la identificación de nuevas oportunidades establecidas en función de la actualización del Plan Maestro (PFETS) y el Plan Operativo (ConectAR).

La propia evolución tecnológica es la que determina la necesidad de actualizar el sistema de manera periódica. Por todo esto, desde la SSPTN respondemos a esta evolución desarrollando herramientas y estrategias acordes a los movimientos del mercado objetivo: todos los habitantes del territorio de la República Argentina.

Objetivo general: Posicionar al MINTUR como referente de contenidos oficiales sobre turismo y viajes en argentina dentro de las plataformas online (Redes Sociales y sitio web)

Ubicación espacial: Todo el ámbito nacional.

Recursos humanos: Personal afectado al proyecto: 4 personas
1 Coordinador (tiempo completo)
2 Técnicos (tiempo completo)
1 Técnico Externo (part time)

Personal de Soporte:

1 Diseñador (Dpto. de Diseño de la SSPTN)

Provee el material visual necesario para el desarrollo de las acciones y comunicaciones online.

Descripción del equipo dedicado al Proyecto:

1 Coordinador (tiempo completo)

Perfil: Estudios en Publicidad,

Especialización y Conocimientos: Comunicación y Marketing Online

Tareas principales:

-Planificación del proyecto online

-Gestión de estrategias online en conjunto con las provincias, municipios y entidades vinculadas

-Proyección de Campañas de fidelización

-Integración de la comunicación offline de la Subsecretaría de Promoción en los espacios online

2 Técnicos (tiempo completo)

Perfil: Estudios en Periodismo y Redacción

Especialización y Conocimientos: Redes sociales y comunicación online

Tareas principales:

- Comunicación en redes sociales
- Moderación en las cuentas y respuesta a consultas
- Implementaciones técnicas en las plataformas
- Proyección de acciones online y offline técnicamente adecuadas
- Monitoreo de las cuentas en redes sociales

174

1 Técnico (part time)

Perfil: Estudios en Turismo

Especialización y Conocimientos: Redes sociales y conformación de marcas

Tareas principales:

- Comunicación en redes sociales
- Elaboración de contenidos para las redes sociales
- Implementación técnica en las plataformas
- Monitoreo de las cuentas en redes sociales

Recursos técnicos o tecnológicos: Sería útil a los fines del proyecto contar con una actualización periódica de los equipos tecnológicos ya que se produce lo que se da en llamar la 'obsolescencia programada': desactualización de las herramientas en el mercado.
Equipos para la implementación del Proyecto: ipads, tablets, smartphones, pantallas touch, conexión a Internet

Recursos financieros: Presupuesto ordinario de la Subsecretaría de Turismo

Supuestos: -asignación del presupuesto proyectado
-existencia de recursos tecnológicos y/o humanos previstos
-desarrollo de trámites y expedientes en tiempo y forma

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015

Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 09/03/2015 - 17:20:21

Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:12:40

Estado del registro: [APR] Aprobado

Versión: 9

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|--------------------|-------------|
| Dirección Nacional de Marketing y Promoción | María Leonor Abuín | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (3)

| Código | Detalle |
|---------|--|
| 21.7.E1 | Promover e incentivar el trabajo conjunto a través de la implementación de Estrategias de comunicación online con regiones, provincias, municipios y entidades representativas del sector privado. |
| 21.7.E2 | Sostener en el tiempo una masa crítica de seguidores a través de plataformas de tipo Red Social, que interactúen en distintos canales y/o redes en los cuales se efectúa la comunicación virtual de la marca promocional del MinTur, permitiendo la generación de conversación en cuanto al país como destino turístico. |
| 21.7.E3 | Integrar y vincular las acciones online a las puestas promocionales y acciones offline que realiza la Subsecretaría. |

BENEFICIARIOS (9)

| Beneficiario | Observaciones |
|---|---------------|
| Ciudadanos Argentinos | |
| Organismos de turismo provinciales | |
| Organismos de turismo municipales | |
| Sector privado turístico | |
| Usuario de internet (turista real) | |
| Usuario de internet (turista potencial) | |
| Turistas nacionales (potencial) | |
| Turistas nacionales (Real) | |
| Cámaras y Organizaciones empresariales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (4)

Organización

Observaciones

Administración de Parques Nacionales

Aerolíneas Argentinas

CFT - Consejo Federal de Turismo

FAEVYT - Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo

174

METAS (4)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones: Mediciones |
|---------|-----------------------------------|--|---|--------------------------|
| 21.7.M1 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.7.E1 Promover e incentivar el trabajo conjunto a través de la implementación de Estrategias de comunicación online con regiones, provincias, municipios y entidades representativas del sector privado. | Desarrollar 3 planificaciones estratégicas de comunicación online para implementarlas en conjunto con las provincias, municipios y/o entidades. | 2015 - 100% : 0 |
| 21.7.M2 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.7.E2 Sostener en el tiempo una masa crítica de seguidores a través de plataformas de tipo Red Social, que interactúen en distintos canales y/o redes en los cuales se efectúa la comunicación virtual de la marca promocional del MinTur, permitiendo la generación de conversación en cuanto al país como destino turístico. | Implementar 5 tipologías de técnicas de interacción online a través de las cuentas en Redes sociales de promoción. | 2015 - 100% : 0 |
| 21.7.M3 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.7.E2 Sostener en el tiempo una masa crítica de seguidores a través de plataformas de tipo Red Social, que interactúen en distintos canales y/o redes en los cuales se efectúa la comunicación virtual de la marca promocional del MinTur, permitiendo la generación de conversación en cuanto al país como destino turístico. | Implementar al menos 2 campañas de fidelización, cuyo contenido corresponda a temáticas turísticas específicas. | 2015 - 100% : 0 |
| 21.7.M4 | 21.111 Porcentaje de cumplimiento | 21.7.E3 Integrar y vincular las acciones online a las puestas promocionales y acciones offline que realiza la Subsecretaría. | Desarrollar 2 aplicaciones tecnológicas offline para continuar el contacto con los participantes (personas reales) a través de los puntos de los canales online (usuarios de internet). | 2015 - 100% : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)

3

→ **PFETS - Programa**

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

1174

INFORMACIÓN GENERAL

Número: 22

Nombre: Programa de Estrategias de Promoción Turística Internacional y Gestión del Plan de Marketing

Campo de actuación: Promoción y Marketing

Propósito: Planificar las acciones según las más de 200 experiencias en todo el país, que se clasifican en 4 tipologías formando un total de 17 productos. Dichas tipologías son:
 * Escapadas: naturales, urbanas y culturales.
 * Productos de interés especial y nicho. Aventura, Golf, Ruta 40, Andinismo, Nieve, Gourmet, Pesca Deportiva, Senderismo y Avistaje de Aves.
 * Productos transversales. LGBT y Alta Gama.
 * De tratamiento específico. MICE, Turismo Médico y Turismo Educativo.
 Además, existen 4 aceleradores que le dan sentido y enriquecen las experiencias de viajes:
 * Imperdibles.
 * Lo más argentino.
 * Especial familias.
 * Escenarios de fotografías.
 Todo ello para lograr una eficaz promoción turística de Argentina, en todos los mercados meta del ámbito internacional y maximizar los resultados de promoción de Argentina, obteniendo la mayor cantidad de arribos de turistas al país, además de lograr un aumento en el ingreso de divisas para nivelar el flujo entre egresos e ingresos al país.

Medios de verificación: Monitoreo del plan de acción pautado,
 Análisis de informes y encuestas realizadas
 Presupuesto utilizado
 Cantidad de participantes en las acciones abiertas a empresas y cámaras del sector privado y a los organismos de turismo provinciales, regionales o municipales.
 Encuestas realizadas por la Dirección Nacional de Estadísticas,
 Datos estadísticos de arribos de pasajeros por todas las vías (terrestres, aéreas y fluviales)
 Datos otorgados por la OMT
 Análisis de mercados según estudios realizados por el INPROTUR
 Datos político - económicos
 Datos obtenidos sobre el impacto en medios de la promoción de Argentina, versus la inversión realizada y encuestas de satisfacción online a través de redes sociales sobre la imagen de Argentina en el mundo.

Supuestos: Contar con buena comunicación entre el Instituto y las regiones de Argentina, sosteniendo el Turismo como política de Estado y continuo desarrollo de nuevos productos turísticos para agregar a la gestión de promoción internacional.

HORIZONTE TEMPORAL

Mes: 12

Año: 2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 12/11/2012 - 14:40:53

Fecha-Hora de última modificación: 29/12/2014 - 11:15:32

Estado del registro: [APR] Aprobado

BENEFICIARIOS

Beneficiario

Administración de Parques Nacionales

Ciudadanos Argentinos

Comunidades locales

Emprendedores

Estado Nacional - MINTUR

INPROTUR

Medios de comunicación

Organismos de turismo municipales

Organismos de turismo provinciales

Sector privado turístico

Turistas extranjeros (potencial)

Turistas extranjeros (Real)

Usuario de internet (turista potencial)

Usuario de internet (turista real)

RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN Y REFERENTES PFETS

| Área | Persona | Rol |
|---|---------|-----|
|  | | |

174

INDICADORES

| Código | Detalle | Escala | Unidad | Frecuencia de medición | Vigente? |
|--------|--|------------|----------------------|------------------------|----------|
| 22.11 | Porcentaje de acciones realizadas / acciones programadas | Porcentaje | | Anual | No |
| 22.12 | Cantidad de consultas recibidas en el Contact Center | Cantidad | Consultas | Anual | No |
| 22.13 | Cantidad de empresas del Directorio de proveedores de servicios turísticos de la Argentina publicadas en el sitio web por mes | Cantidad | Empresas | Anual | No |
| 22.14 | Cantidad de consultas recibidas en el Live chat integrado en el portal web argentina.travel por mes, desde su implementación, para evaluar proveniencia y estacionalidad | Cantidad | Consulta | Anual | No |
| 22.15 | Cantidad de visitas a la web experiencia por mes para determinar estacionalidad. | Cantidad | Visitas web | Anual | No |
| 22.16 | Cantidad de actualizaciones en la página web institucional en función a los cambios en las preferencias de los mercados objetivo. | Cantidad | Actualizaciones web | Anual | No |
| 22.17 | Cantidad de visitas/interacciones mensuales recibidas a través de blogs y newsletters, wikis, agregadores, redes como Flickr, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram. | Cantidad | Visitas Rs. Sociales | Anual | No |
| 22.18 | Cantidad de blogs propios creados asociados al portal turístico de Argentina. | Cantidad | Blogs | Anual | No |
| 22.19 | Cantidad de e-campañas implementadas | Cantidad | E-campañas | Anual | No |
| 22.110 | Cantidad de clubes de producto implementados | Cantidad | Clubes de producto | Anual | No |
| 22.111 | Cantidad de pases / tarjetas para el visitante emitidas desde su implementación | Cantidad | Pases/tarjetas | Anual | No |
| 22.112 | Cantidad de experiencias incorporadas al Argentina World Class Experience Books | Cantidad | Experiencias | Anual | No |
| 22.113 | Cantidad de acciones realizadas | Cantidad | Acciones | Anual | No |
| 22.114 | Porcentaje de cumplimiento | Porcentaje | | Anual | Si |

RESULTADOS

| Código | Detalle |
|--------|---|
| 22.R1 | Maximizar los resultados de promoción de Argentina, obteniendo la mayor participación de los interesados posible (provincias y empresas privadas), en los eventos realizados por Argentina en el exterior. Acciones de promoción turística en los mercados objetivamente seleccionados, llegando a ellos a través de promoción de los productos de interés de cada uno. |
| 22.R2 | Obtener la mejor relación inversión- retorno de la inversión (penetración de la marca Argentina), respecto del presupuesto destinado. |
| 22.R3 | Colaboración con las provincias y empresas privadas en la organización de sus intereses respecto a la participación de acciones de promoción en el exterior. |

PROGRAMAS RELACIONADOS

Programa

1. Programa de Coordinación del PFETS
2. Programa de Articulación Federal
3. Programa de Acciones Internacionales Multilaterales
7. Programa Nacional de Facilitación Turística
9. Programa de Destinos y Productos Turísticos para el Desarrollo Inclusivo
10. Programa de Investigación y Estadística para el Desarrollo Sustentable
11. Programa de Gestión del Conocimiento para el Desarrollo Competitivo
19. Programa de Promoción Internacional de Inversiones en el Sector Turismo
23. Programa de Posicionamiento de la Marca País

PROYECTOS

- 22.1. Unidad Operativa de aceleración de la intermediación—CONEXION
- 22.2. Unidad Operativa de POSICIONAMIENTO - VIDRIERA
- 22.3. Unidad Operativa de E-MARKETING Y NUEVOS MEDIOS – EVOLUCIÓN
- 22.4. Unidad Operativa de PRODUCTO Y NET WORKING - CONTENIDO
- 22.5. Unidad Operativa de E-MARKETING Y NUEVOS MEDIOS
- 22.6. Unidad Operativa de aceleración de la intermediación
- 22.7. Unidad Operativa de POSICIONAMIENTO
- 22.8. Unidad Operativa de PRODUCTO Y NET WORKING
- 22.9. Unidad Operativa de POSICIONAMIENTO
- 22.10. Unidad Operativa de PRODUCTO Y NETWORKING
- 22.11. Unidad Operativa de E-MARKETING Y NUEVOS MEDIOS
- 22.12. Unidad Operativa de ACELERACION DE LA INTERMEDIACION

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 22. Programa de Estrategias de Promoción Turística Internacional y Gestión del Plan de Marketing

Número: 9

Nombre: Unidad Operativa de POSICIONAMIENTO

Descripción: Los instrumentos para el posicionamiento atienden a la necesidad de influir sobre los públicos objetivo del Plan de Marketing, adaptando la imagen de la Argentina como destino turístico y sus productos a los diferentes mercados y segmentos a los que van dirigidos los mensajes. El Plan define las acciones a emprender para mejorar la efectividad de la comunicación, asegurando que los mensajes sean relevantes para el target a quienes van dirigidos.

Objetivo general: Influir sobre el trade, los líderes de opinión y el turista, llevando la imagen de la Argentina a los diferentes mercados y segmentos. (Campañas; Argentina Tourism Awards; Grandes Eventos; Gabinete de Relaciones Publicas; Conferencias de Prensa; Blogs & Press Trips Experienciales)

Ubicación espacial: República Argentina y los países del exterior donde se lleven esta clase de eventos.

Recursos humanos: Emiliano Parrilli - Director de Promoción.
María Gabriela Escobar - Responsable de la Unidad Operativa de Posicionamiento.

Recursos técnicos o tecnológicos: Utilización de los programas de escritorio.

Recursos financieros: Presupuesto del Inprotur.

Supuestos: Asignación del presupuesto, recursos tecnológicos y humanos disponibles.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 04/02/2015 - 17:2:31
Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:13:27
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 11

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (2)

| Área | Integrante | Rol |
|---|------------------------|--------------|
| Instituto Nacional de Promoción Turística | Emiliano Parrilli | Responsable |
| Instituto Nacional de Promoción Turística | María Gabriela Escobar | Participante |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (6)

| Código | Detalle |
|---------|--|
| 22.9.E1 | Campañas país y productos. Transformar la percepción de Argentina por parte de sus mercados y targets objetivo, transmitiendo un mensaje de destino turístico capaz de dar respuesta a sus aspiraciones motivacionales. Las campañas se diseñan para influir en la percepción de la Argentina como destino turístico en la mente de los públicos objetivo: el turista o cliente final, los prescriptores y el sector. Las campañas genéricas en medios tradicionales tienen como objetivo impactar en el mayor número de personas y se utilizan para transmitir los atributos de país. Por el contrario, las campañas por producto utilizan un enfoque de marketing segmentado para ajustar los mensajes y los canales a las audiencias objetivo. Atendiendo a su objetivo y participación, las campañas publicitarias previstas pueden ser: • Campañas short break. Campañas para incentivar short breaks en mercados cercanos donde la estrategia es capturar a segmentos amplios, aprovechando el crecimiento de las clases medias, con propuestas de formato escapada de hasta una semana de duración. • Campañas gran viaje. Campañas para mercados lejanos, donde la estrategia se centra en capturar segmentos de alto nivel de gasto que perciben a la Argentina como un destino remoto para un viaje de mayor duración y de carácter muy exploratorio. • Campañas cooperadas. Campañas cooperadas con otros organismos y marcas, como son las cámaras, asociaciones, provincias, campañas Tax Free, MERCOSUR o las campañas emprendidas con regiones y destinos en mercados de interés. • Campañas de Marca País. Campañas diseñadas y ejecutadas en asociación con las empresas que son parte de la Estrategia Marca País en todas las áreas del comercio exterior. • Campañas de producto. Campañas ad hoc de marketing segmentado dirigidas a targets bien definidos de la demanda y centradas en producto turístico de interés especial. • Co-branding. Acciones de patrocinio o estrategias promocionales en colaboración con otras marcas. • Campañas de fidelización. Campañas especialmente dirigidas a países limítrofes, donde el viaje a Argentina supone un desplazamiento de pocas horas y se pueden conseguir mayores repeticiones. |
| 22.9.E2 | Argentina Tourism Awards. Incrementar la proyección e impacto mediático de Argentina en sus mercados prioritarios mediante un evento anual de temática argentina. Todo ello reforzando las relaciones profesionales e institucionales. La Noche Argentina es un modelo de evento que se viene realizando con éxito en los principales mercados durante los últimos años. Un acto social en el que normalmente actúan como anfitriones representantes del MINTUR y/o el INPROTUR con representación de la embajada del país, al que se invita a operadores estratégicos, líderes de opinión y medios. |
| 22.9.E3 | Grandes eventos. Mejorar la visibilidad de Argentina a nivel global aprovechando el impacto mediático de los grandes eventos. Argentina debe continuar atrayendo eventos especiales que, aunque se dirigen a segmentos muy definidos, reciben cobertura mediática por su singularidad y contribuyen a la notoriedad del país en sus mercados de origen. Los grandes eventos que se desarrollan en la Argentina contribuyen al reconocimiento del país en sus mercados objetivo, gracias al extraordinario impacto mediático que generan. En los próximos años es necesario continuar capturando eventos de proyección mundial como el Rally Dakar o las competiciones deportivas de clase mundial, mejorando su rendimiento promocional. Asimismo, se buscará la coparticipación en eventos musicales y culturales de gran relevancia. El posicionamiento de Argentina en sus mercados -especialmente en los lejanos- se ve favorecido por la mejora de la notoriedad del país y, por |

tanto, su mayor conocimiento y apreciación.

- 22.9.E4 Gabinetes de relaciones públicas. Reforzar las relaciones profesionales e institucionales en los principales mercados emisores para la gestión de la promoción en el país y el mantenimiento de relaciones con socios estratégicos. Los mercados prioritarios (países "A") necesitan una representación permanente de los intereses turísticos de Argentina, que promueva la visibilidad del país en ese mercado y gestione tanto a los medios de comunicación como a los profesionales del turismo, al objeto de mantener activa la agenda por la Argentina.
- 22.9.E5 Conferencias de prensa. Transmitir a los mercados prioritarios una imagen innovadora y dinámica de Argentina y dar a conocer el portfolio AWCEB de experiencias del país a los líderes de opinión. Se propone la convocatoria de conferencias de prensa en los mercados prioritarios para la Argentina con el objetivo de presentar el nuevo Plan de Marketing y, de manera destacada, el nuevo Argentina World Class Experience Books. Comunicar el nuevo Plan de Marketing emite una clara señal a estos mercados de dinamismo y profesionalidad en la gestión turística, lo que eleva los niveles de confianza dentro del sector hacia el destino y mejora su proyección hacia el mercado. El portfolio de experiencias es una herramienta clave para la promoción de Argentina. Es el instrumento que conecta los aspectos aspiracionales y motivacionales de los targets de demanda con la propuesta turística del país. El objetivo es capturar la atención de los prescriptores turísticos, agencias emisoras y principales tour operadores, que deben reconocer en la Argentina un destino más allá de sus elementos icónicos, con opciones atractivas para el nuevo turista.
- 22.9.E6 Experience blogs & press trips. Incentivar la recomendación de Argentina como destino turístico adecuado a distintos targets por parte de líderes de opinión de reputación en sus medios, promoviendo la difusión de las experiencias turísticas del país. La actuación de prescriptores turísticos y líderes de opinión contribuye positivamente a la notoriedad del destino en un mercado altamente competitivo. Esta actuación propone la organización de 85 viajes de familiarización basados en el Argentina World Class Experience Books dirigidos a los principales periodistas y bloggers especializados en viajes, ocio, lifestyle, alta gama, LGBT, o actividades de interés especial (naturaleza, aventura, gastronomía y vinos, etc.) en los mercados prioritarios para el país. Estos viajes procurarán la propagación y divulgación de la Argentina desde una perspectiva vivencial, en línea con las preferencias del nuevo turista. El Experience blogs & press trips será operado por empresas capaces de incorporar experiencias de alto valor añadido con componentes de carácter activo, cultural, gastronómico, etc.

BENEFICIARIOS (6)

| Beneficiario | Observaciones |
|--------------------------------------|---------------|
| Comunidades locales | |
| Ciudadanos Argentinos | |
| INPROTUR | |
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Administración de Parques Nacionales | |

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (6)

| Organización | Observaciones |
|--|---------------|
| CAT - Cámara Argentina de Turismo | |
| CFT - Consejo Federal de Turismo | |
| Aerolíneas Argentinas | |
| Ministerio de Turismo de la Nación | |
| AHT - Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina | |
| MRECEC - Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República Argentina | |

METAS (6)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones Mediciones |
|---------|-----------------------------------|--|----------------------|-------------------------|
| 22.9.M1 | 22.114 Porcentaje de cumplimiento | 22.9.E1 Campañas país y productos. Transformar la percepción de Argentina por parte de sus mercados y targets objetivo, transmitiendo un mensaje de destino turístico capaz de dar respuesta a sus aspiraciones motivacionales. Las campañas se diseñan para influir en la percepción de la Argentina como destino turístico en la mente de los públicos objetivo: el turista o cliente final, los prescriptores y el sector. Las campañas genéricas en medios tradicionales tienen como objetivo impactar en el mayor número de personas y se utilizan para transmitir los atributos de país. Por el contrario, las campañas por producto utilizan un enfoque de marketing segmentado para ajustar los mensajes y los canales a las audiencias objetivo. Atendiendo a su objetivo y participación, las campañas publicitarias previstas pueden ser: • Campañas short break. | Realizar 60 acciones | 2015 - 60 (acción) : 0 |

3



Campañas para incentivar short breaks en mercados cercanos donde la estrategia es capturar a segmentos amplios, aprovechando el crecimiento de las clases medias, con propuestas de formato escapada de hasta una semana de duración. • Campañas gran viaje. Campañas para mercados lejanos, donde la estrategia se centra en capturar segmentos de alto nivel de gasto que perciben a la Argentina como un destino remoto para un viaje de mayor duración y de carácter muy exploratorio. • Campañas cooperadas. Campañas cooperadas con otros organismos y marcas, como son las cámaras, asociaciones, provincias, campañas Tax Free, MERCOSUR o las campañas emprendidas con regiones y destinos en mercados de interés. • Campañas de Marca País. Campañas diseñadas y ejecutadas en asociación con las empresas que son parte de la Estrategia Marca País en todas las áreas del comercio exterior. • Campañas de producto. Campañas ad hoc de marketing segmentado dirigidas a targets bien definidos de la demanda y centradas en producto turístico de interés especial. • Co-branding. Acciones de patrocinio o estrategias promocionales en colaboración con otras marcas. • Campañas de fidelización. Campañas especialmente dirigidas a países limítrofes, donde el viaje a Argentina supone un desplazamiento de pocas horas y se pueden conseguir mayores repeticiones.

| | | | | |
|---------|-----------------------------------|--|---|-------------------------------|
| 22.9.M2 | 22.114 Porcentaje de cumplimiento | 22.9.E2 Argentina Tourism Awards. Incrementar la proyección e impacto mediático de Argentina en sus mercados prioritarios mediante un evento anual de temática argentina. Todo ello reforzando las relaciones profesionales e institucionales. La Noche Argentina es un modelo de evento que se viene realizando con éxito en los principales mercados durante los últimos años. Un acto social en el que normalmente actúan como anfitriones representantes del MINTUR y/o el INPROTUR con representación de la embajada del país, al que se invita a operadores estratégicos, líderes de opinión y medios. | Argentina Tourism Awards en diferentes lugares del mundo. | 2015 - 5 (Reconocimiento) : 0 |
| 22.9.M3 | 22.114 Porcentaje de cumplimiento | 22.9.E3 Grandes eventos. Mejorar la visibilidad de Argentina a nivel global aprovechando el impacto mediático de los grandes eventos. Argentina debe continuar atrayendo eventos especiales que, aunque se dirigen a segmentos muy definidos, reciben cobertura mediática por su singularidad y contribuyen a la notoriedad del país en sus mercados de origen. Los grandes eventos | Realizar Grandes Eventos. | 2015 - 11 (Gran Evento) : 0 |

9

que se desarrollan en la Argentina contribuyen al reconocimiento del país en sus mercados objetivo, gracias al extraordinario impacto mediático que generan. En los próximos años es necesario continuar capturando eventos de proyección mundial como el Rally Dakar o las competiciones deportivas de clase mundial, mejorando su rendimiento promocional. Asimismo, se buscará la coparticipación en eventos musicales y culturales de gran relevancia. El posicionamiento de Argentina en sus mercados - especialmente en los lejanos- se ve favorecido por la mejora de la notoriedad del país y, por tanto, su mayor conocimiento y apreciación.

| | | | | |
|---------|-----------------------------------|---|--|----------------------------|
| 22.9.M4 | 22.114 Porcentaje de cumplimiento | 22.9.E4 Gabinetes de relaciones públicas. Reforzar las relaciones profesionales e institucionales en los principales mercados emisores para la gestión de la promoción en el país y el mantenimiento de relaciones con socios estratégicos. Los mercados prioritarios (países "A") necesitan una representación permanente de los intereses turísticos de Argentina, que promueva la visibilidad del país en ese mercado y gestione tanto a los medios de comunicación como a los profesionales del turismo, al objeto de mantener activa la agenda por la Argentina. | Contratación de Gabinetes de Relaciones Públicas | 2015 - 11 (Gabinete) : 0 |
| 22.9.M5 | 22.114 Porcentaje de cumplimiento | 22.9.E5 Conferencias de prensa. Transmitir a los mercados prioritarios una imagen innovadora y dinámica de Argentina y dar a conocer el portfolio AWCEB de experiencias del país a los líderes de opinión. Se propone la convocatoria de conferencias de prensa en los mercados prioritarios para la Argentina con el objetivo de presentar el nuevo Plan de Marketing y, de manera destacada, el nuevo Argentina World Class Experience Books. Comunicar el nuevo Plan de Marketing emite una clara señal a estos mercados de dinamismo y profesionalidad en la gestión turística, lo que eleva los niveles de confianza dentro del sector hacia el destino y mejora su proyección hacia el mercado. El portfolio de experiencias es una herramienta clave para la promoción de Argentina. Es el instrumento que conecta los aspectos aspiracionales y motivacionales de los targets de demanda con la propuesta turística del país. El objetivo es capturar la atención de los prescriptores turísticos, agencias emisoras y principales tour operadores, que deben reconocer en la Argentina un destino más allá de sus elementos icónicos, con opciones atractivas para el nuevo turista. | Realización de conferencias de prensa. | 2015 - 6 (Conferencia) : 0 |

9

22.9.M6 22.114 Porcentaje de cumplimiento

22.9.E6 Experience blogs & press trips. Incentivar la recomendación de Argentina como destino turístico adecuado a distintos targets por parte de líderes de opinión de reputación en sus medios, promoviendo la difusión de las experiencias turísticas del país. La actuación de prescriptores turísticos y líderes de opinión contribuye positivamente a la notoriedad del destino en un mercado altamente competitivo. Esta actuación propone la organización de 85 viajes de familiarización basados en el Argentina World Class Experience Books dirigidos a los principales periodistas y bloggers especializados en viajes, ocio, lifestyle, alta gama, LGBT, o actividades de interés especial (naturaleza, aventura, gastronomía y vinos, etc.) en los mercados prioritarios para el país. Estos viajes procurarán la propagación y divulgación de la Argentina desde una perspectiva vivencial, en línea con las preferencias del nuevo turista. El Experience blogs & press trips será operado por empresas capaces de incorporar experiencias de alto valor añadido con componentes de carácter activo, cultural, gastronómico, etc.

Realización de Press Trips.

2015 - 40 (Press Trip) : 0

174

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)

U

→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 22. Programa de Estrategias de Promoción Turística Internacional y Gestión del Plan de Marketing
Número: 10
Nombre: Unidad Operativa de PRODUCTO Y NETWORKING
Descripción: El portfolio de experiencias de clase mundial es el instrumento diseñado para apelar directamente a los aspectos aspiracionales y motivacionales de la decisión de compra del turista internacional. Es necesario garantizar la implicación de todos los agentes, públicos y privados, en la consolidación de Argentina como destino de turismo internacional. Sólo desde la actuación coordinada entre el sector, las administraciones públicas y partners estratégicos como las aerolíneas, se puede aportar valor al turista con iniciativas que mejoren el atractivo y las posibilidades de consumo del país.
Objetivo general: Articular el producto turístico de Argentina como experiencias en conjunto con el sector público y privado. (Argentina World Class Experience Books; Clubes de Producto; Argentina Pass; NetWorking con Agentes Institucionales; Conecta 3000; Creatividad para Campañas; Publicaciones y Materiales Promocionales)
Ubicación espacial: República Argentina y los actores del resto del mundo involucrados en donde se realiza la acción.
Recursos humanos: Ailén Montesano
Recursos técnicos o tecnológicos: Programas de escritorio, diseño y diagramación de la tareas.
Recursos financieros: Presupuesto asignado por Inprotur.
Supuestos: Asignación del presupuesto como de los recursos humanos y tecnológicos disponibles.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 13/02/2015 - 12:50:56
Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:13:27
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 3

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (2)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-----------------|--------------|
| Instituto Nacional de Promoción Turística | Ailen Montesano | Responsable |
| Instituto Nacional de Promoción Turística | Ailen Montesano | Participante |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (7)

| Código | Detalle |
|----------|--|
| 22.10.E1 | Argentina World Class Experience Books. Disponer de una colección de experiencias turísticas atractivas para el turismo internacional permanentemente actualizada, aumentando su número en un 10% anual. La unidad de producto y networking del INPROTUR será la encargada de mantener el Argentina World Class Experience Books actualizado, para lo que deberá ejecutar una revisión anual del portfolio de experiencias. El método de trabajo del responsable de producto del INPROTUR serán sesiones de coordinación con el MINTUR y con las regiones / provincias. Asimismo, se habilitará un punto de contacto con el sector (telefónico y vía e-mail) que podrá proponer la inclusión de nuevas experiencias. Se abrirán, además, canales para la participación de los usuarios del sitio web en la propuesta de nuevas experiencias (crowdsourcing). |
| 22.10.E2 | Clubes de producto. Presentar al mercado opciones de consumo turístico segmentadas desde la motivación, y basadas en la garantía de experiencias de alto valor añadido y excelencia de servicio. Los clubes de producto son programas de política turística de impulso a la oferta que pretenden mejorar la percepción de la Argentina en el mercado turístico como destino capaz de satisfacer a una variedad de segmentos de turistas internacionales de acuerdo con criterios de especialización. Se trabajará con el MINTUR en el desarrollo de clubes de producto que puedan lanzarse al mercado en el menor tiempo posible. |
| 22.10.E3 | Argentina Pass. Incentivar la visita a los destinos de Argentina con un sistema bonificado de consumos turísticos atractivo para el visitante. Este instrumento de probada eficacia implica la puesta en mercado de un pase / tarjeta para el visitante que incluye la entrada bonificada a las principales atracciones del destino, descuentos en servicios como transporte, alojamiento, restaurantes o actividades, y que ofrece beneficios adicionales como evitar colas en los lugares más concurridos. |
| 22.10.E4 | Network de agentes institucionales. Establecer redes de cooperación con efecto multiplicador, identificando planos de trabajo compartido con el conjunto de agentes integrados en el network, cuyo gran objetivo es la promoción internacional de Argentina. Se llegará a acuerdos con las provincias para la promoción y se desarrollarán talleres de aceleración experiencial dirigidos a formar tanto a la operación receptiva como a los propios organismos de promoción provinciales sobre las posibilidades del nuevo entorno, la visión experiencial del turismo y, especialmente, los nuevos Argentina World Class Experience Books. |
| 22.10.E5 | Conectá3000. Situar en primera línea de negocio a más de 3.000 empresas turísticas de Argentina, estimulando así el negocio turístico internacional. |
| 22.10.E6 | Creatividad para campañas. Idear nuevas líneas de comunicación para las campañas promocionales de Argentina en 2012-2015. |
| 22.10.E7 | Publicaciones y merchandising. Desarrollar los nuevos soportes de apoyo para el Plan de Marketing y la nueva campaña de publicidad en clave experiencial. El lanzamiento del nuevo Plan de Marketing y las campañas de publicidad requieren de una colección de publicaciones para su distribución en ferias, en el network y para el cliente final. Cada soporte se ideará teniendo en cuenta el uso proyectado y el target |

BENEFICIARIOS (8)

Beneficiario

Ciudadanos Argentinos

Emprendedores

INPROTUR

Medios de comunicación

Turistas extranjeros (potencial)

Turistas extranjeros (Real)

Usuario de internet (turista potencial)

Usuario de internet (turista real)

174

Observaciones

ARTICULACIÓN CON OTRAS ORGANIZACIONES (3)

Organización

Observaciones

Aerolíneas Argentinas

CAT - Cámara Argentina de Turismo

CFT - Consejo Federal de Turismo

METAS (7)

| Código | Indicador | Objetivo | Detalle de meta | Proyecciones/Mediciones |
|----------|-----------------------------------|---|--|-----------------------------------|
| 22.10.M1 | 22.I14 Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E1 Argentina World Class Experience Books. Disponer de una colección de experiencias turísticas atractivas para el turismo internacional permanentemente actualizada, aumentando su número en un 10% anual. La unidad de producto y networking del INPROTUR será la encargada de mantener el Argentina World Class Experience Books actualizado, para lo que deberá ejecutar una revisión anual del portfolio de experiencias. El método de trabajo del responsable de producto del INPROTUR serán sesiones de coordinación con el MINTUR y con las regiones / provincias. Asimismo, se habilitará un punto de contacto con el sector (telefónico y vía e-mail) que podrá proponer la inclusión de nuevas experiencias. Se abrirán, además, canales para la participación de los usuarios del sitio web en la propuesta de nuevas experiencias (crowdsourcing). | Sumar 10 experiencias turísticas al Portfolio de experiencias. | 2015 - 10 (Experiencias) : 0 |
| 22.10.M2 | 22.I14 Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E2 Clubes de producto. Presentar al mercado opciones de consumo turístico segmentadas desde la motivación, y basadas en la garantía de experiencias de alto valor añadido y excelencia de servicio. Los clubes de producto son programas de política turística de impulso a la oferta que pretenden mejorar la percepción de la Argentina en el mercado turístico como destino capaz de satisfacer a una variedad de segmentos de turistas internacionales de acuerdo con criterios de especialización. Se trabajará con el MINTUR en el desarrollo de clubes de producto que puedan lanzarse al mercado en | Diseño y puesta en mercado de 1 club de producto. | 2015 - 1 (Clubes de Producto) : 0 |

| | | | | |
|----------|--------|----------------------------|---|--|
| | | el menor tiempo posible. | | |
| 22.10.M3 | 22.114 | Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E3 Argentina Pass. Incentivar la visita a los destinos de Argentina con un sistema bonificado de consumos turísticos atractivo para el visitante. Este instrumento de probada eficacia implica la puesta en mercado de un pase / tarjeta para el visitante que incluye la entrada bonificada a las principales atracciones del destino, descuentos en servicios como transporte, alojamiento, restaurantes o actividades, y que ofrece beneficios adicionales como evitar colas en los lugares más concurridos. | Diseño y puesta en mercado de 1 tarjeta Argentina de beneficios para turistas internacionales que visiten el país. 2015 - 1 (Pase/Tarjeta) : 0 |
| | | | |  |
| 22.10.M4 | 22.114 | Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E4 Network de agentes institucionales. Establecer redes de cooperación con efecto multiplicador, identificando planos de trabajo compartido con el conjunto de agentes integrados en el network, cuyo gran objetivo es la promoción internacional de Argentina. Se llegará a acuerdos con las provincias para la promoción y se desarrollarán talleres de aceleración experiencial dirigidos a formar tanto a la operación receptiva como a los propios organismos de promoción provinciales sobre las posibilidades del nuevo entorno, la visión experiencial del turismo y, especialmente, los nuevos Argentina World Class Experience Books. | Realización de los talleres del Plan Conectar en las provincias y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires 2015 - 10 (Taller) : 0 |
| 22.10.M5 | 22.114 | Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E5 Conectá3000. Situar en primera línea de negocio a más de 3.000 empresas turísticas de Argentina, estimulando así el negocio turístico internacional. | Incorporar 1500 empresas turísticas de Argentina al Plan Conectar para alcanzar un total de 3000 prestadores adheridos. 2015 - 1500 (Empresas) : 0 |
| 22.10.M6 | 22.114 | Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E6 Creatividad para campañas. Idear nuevas líneas de comunicación para las campañas promocionales de Argentina en 2012-2015. | Desarrollo de piezas creativas para la campaña promocional de Argentina en 2014-2015. 2015 - 1 (Pieza) : 0 |
| 22.10.M7 | 22.114 | Porcentaje de cumplimiento | 22.10.E7 Publicaciones y merchandising. Desarrollar los nuevos soportes de apoyo para el Plan de Marketing y la nueva campaña de publicidad en clave experiencial. El lanzamiento del nuevo Plan de Marketing y las campañas de publicidad requieren de una colección de publicaciones para su distribución en ferias, en el network y para el cliente final. Cada soporte se ideará teniendo en cuenta el uso proyectado y el target objetivo, y se editarán para su publicación en papel y digital (descargas). Se prevén las siguientes publicaciones: Argentina World Class Experience Books Folletos de producto y lifestyle Soportes por producto Folleto nueva campaña | Publicación del Argentina World Class Experience Books y folletos de producto. 2015 - 1 (Material) : 0 |

2015 : indicador promedio anual estimado de cumplimiento de metas (%)



→ PFETS - Proyecto

SGP > Gestión y Planificación > Ministerio de Turismo > Planificación - PFETS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa: 22. Programa de Estrategias de Promoción Turística Internacional y Gestión del Plan de Marketing
Número: 11
Nombre: Unidad Operativa de E-MARKETING Y NUEVOS MEDIOS
Descripción: Transformar a la Argentina en un referente del turismo internacional implica aplicar las claves más efectivas a la hora de hacer del contenido el eje central de su estrategia de comunicación online. Contenido en el sentido más amplio de la palabra, ya que incluye la identificación de las necesidades de información del público para satisfacerlas a través de los diferentes canales disponibles, vinculando a los usuarios a través de la presencia digital de argentina.travel en buscadores y a través del social media, con el objetivo final de tejer una comunidad fuerte y estable en tomo a la institución.
Objetivo general: Potenciar la presencia de Argentina en la web y llevarla a la vanguardia de las nuevas tecnologías. (Web Experiencial; Aplicaciones móviles; Analítica Web; Conversación Social Media; Blogs; E-Campañas).
Ubicación espacial: República Argentina y actores on line internacionales.
Recursos humanos: Ariel Cohen
Recursos técnicos o tecnológicos: portal web turístico de Argentina y tecnologías de Internet.
Recursos financieros: Presupuesto de Inprotur
Supuestos: Asignación del presupuesto y recursos tecnológicos disponibles.

PERIODO

Fecha desde: 01/01/2015
Fecha hasta: 31/12/2015

INFORMACIÓN DE CONTROL

Fecha-Hora de alta: 13/02/2015 - 12:57:49
Fecha-Hora de última modificación: 07/04/2015 - 16:13:27
Estado del registro: [APR] Aprobado
Versión: 6

ÁREAS A LA QUE PERTENECE E INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO (1)

| Área | Integrante | Rol |
|---|-------------|-------------|
| Instituto Nacional de Promoción Turística | Ariel Cohen | Responsable |

OBJETIVOS ESPECÍFICOS (6)

| Código | Detalle |
|----------|---|
| 22.11.E1 | Web experiencial. Evolucionar la web oficial de Argentina a los contenidos y funcionalidades que el mercado exige como principal herramienta de acceso a los targets objetivo y convertirla en la gran vidriera del turismo en Argentina. El portal web es multiplataforma. El trabajo con aplicaciones móviles que permiten la interacción directa con el público refuerza la huella desde sus propios canales, convirtiendo al INPROTUR en proveedor de información de interés sobre cuestiones relacionadas con el turismo internacional en Argentina. |
| 22.11.E2 | Aplicaciones móviles. Trabajar en el desarrollo de diversas aplicaciones para dispositivos móviles para dar mayor información al turista. |
| 22.11.E3 | Micrositios. Desarrollar y/o actualizar los diferentes micrositios para comunicar a nichos específicos. Los micrositios son páginas web más resumidas con foco en un tema particular. |
| 22.11.E4 | Conversación social media. Crear conversación con el turista a fin de generar comunidades, provocar tráfico hacia el portal web argentina.travel y amplificar los mensajes transmitidos al mercado. |
| 22.11.E5 | Blogs. Generar una corriente de opinión favorable a Argentina en la esfera de influencia del turista potencial. |
| 22.11.E6 | e-campañas. Al igual que las campañas en medios tradicionales, las campañas online tienen como objetivo influir positivamente en la percepción de la Argentina como destino turístico capaz de dar respuesta a las aspiraciones, expectativas y motivaciones de sus públicos objetivo. Las campañas de e-marketing integran los siguientes instrumentos: • Búsquedas orgánicas (SEO). • Marketing en motores de búsqueda (SEM). • Marketing en redes sociales (SMO). • Promoción en sitios de contenido. • Newsletters / e-mail marketing. |

BENEFICIARIOS (9)

| Beneficiario | Observaciones |
|---|---------------|
| Ciudadanos Argentinos | |
| INPROTUR | |
| Medios de comunicación | |
| Sector privado turístico | |
| Turistas extranjeros (potencial) | |
| Turistas extranjeros (Real) | |
| Administración de Parques Nacionales | |
| Usuario de internet (turista potencial) | |