

INFORME DE CRUCEROS TURÍSTICOS

Puerto de Ushuaia Año 2015 y Temporada 2015/2016



GOBERNADORA DE LA PROVINCIA
DE TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA
E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
Dra. Rosana Bertone

VICEGOBERNADOR
Sr. Juan Carlos Arcando

PRESIDENTE DEL INSTITUTO FUEGUINO DE TURISMO
Lic. Luis Castelli

SECRETARÍA DE POLÍTICA INTERNA
Lic. Silvia Gigli

SECRETARIO DE POLÍTICA EXTERNA
Sr. Diego Noia

DIRECTORA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO
Lic. Lucía Pérez

DIRECCIÓN DE COORDINACIÓN EJECUTIVA
Lic. Adriana De Luca

OFICINA ANTÁRTICA
Lic. Valeria Trezza

Equipo Técnico:
Victoria Gómez Abregú
Téc. Florencia Paredes

Índice de contenidos

Resumen Ejecutivo	Pág. 05
Capítulo I Turismo de Cruceros. Situación actual	Pág. 08
Capítulo II Turismo de Cruceros en Puerto Ushuaia	Pág. 15
Capítulo III Turismo de Cruceros Clasificación de los viajes	Pág. 20
Capítulo IV Turismo antártico	Pág. 30
Anexo I Legislación	Pág. 38
Anexo II Glosario	Pág. 41
Anexo III Principales Operadores	Pág. 44

Resumen Ejecutivo



RESUMEN EJECUTIVO

El turismo ha alcanzado amplias dimensiones convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y diversificación a nivel mundial. Acorde a la Organización Mundial del Turismo, el número de destinos turísticos ha crecido en todo el mundo y hoy por hoy, se considera a la actividad turística como un factor clave del proceso socioeconómico debido a la obtención de ingresos por exportaciones, la ejecución de infraestructura y la creación de puestos de trabajo y de empresas, entre otros beneficios.

La flexibilidad, adaptación y capacidad de reacción mostrada por el turismo ha permitido que durante el pasado año 2015 el arribo internacional de turistas haya alcanzado los 1.2 billones, incrementándose en un 4% en comparación al año 2014. Las proyecciones estiman que para el año 2016 también va a existir un incremento mundial positivo en los arribos que rondará el +3.5% y el +4.5% (OMT, 2016).

En este contexto mundial se encuentra la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico sur, cuya ciudad capital Ushuaia, se ha constituido en un reconocido destino internacional. Los turistas, tanto nacionales como internacionales, arriban hasta sus australes latitudes con la intención de hallar experiencias relacionadas a la contemplación de la naturaleza y para disfrutar actividades relacionadas al esparcimiento y recreación. En muchos casos, también, para comenzar una travesía hacia el Continente Blanco.

Desde inicio de la década del noventa, Ushuaia se ha ido consolidando como la puerta de entrada marítima más activa hacia la península antártica, al transitar por su puerto local alrededor del 90% del total mundial de cruceros antárticos. Este logro ha sido posible gracias a la concertación de actores y factores: la óptima localización geográfica respecto de la Península Antártica, el puerto natural de aguas profundas, infraestructura, logística, y la variada gama de servicios turísticos existentes tales como alojamiento, gastronomía, esparcimiento y agencias de viaje, entre otros. En este mismo sentido, desde el Instituto Fueguino de Turismo llevamos adelante acciones para regular la actividad turística en la Provincia, a través de la fiscalización, planificación, programación y promoción del destino. Siempre considerando la labor en conjunto con el sector privado y público, en pos de lograr la excelencia del destino y su posicionamiento en el mercado.

El presente *“Informe de Cruceros Turísticos 2015-2016”*, en su cuarta edición presenta un panorama general del turismo de cruceros en el Puerto de Ushuaia; considerando aspectos geográficos, económicos (oferta y demanda turística), estadísticos, tendencias y un apartado de legislación. Asimismo, ofrece un capítulo especial al turismo antártico dado su importancia y al constituirse Ushuaia como *“Puerta de Entrada a la Antártida”*.

En mi rol como Presidente del Instituto Fueguino de Turismo, pretendo llevar adelante todas aquellas acciones para lograr un desarrollo turístico sostenible, endógeno, consciente y competitivo, para que el mismo redunde en beneficios para toda la Provincia de Tierra del Fuego. Aprovecho la oportunidad para agradecerle a la Sra. Gobernadora por haber depositado su confianza en mi persona para ocupar tan honorable cargo y también a todo el equipo de trabajo del In.Fue.Tur., sin el cual ningún logro sería posible.

Lic. Luis Castelli
Presidente

AGRADECIMIENTOS

El Instituto Fueguino de Turismo desea expresar su agradecimiento a las siguientes Instituciones y personas que con su generoso aporte han contribuido en la elaboración del presente informe:

- Dirección Provincial de Puertos
- Prefectura Naval Argentina- Ushuaia
- Prof. Marie Jensen, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
- Prof. Marisol Vereda, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

Capítulo I

Turismo de Cruceros

Situación actual



La situación de cruceros a nivel internacional

El presente capítulo presenta cifras actualizadas de la actividad de cruceros a nivel mundial, las principales características del producto, oferta, demanda y tendencias. Asimismo, una breve mención sobre la actividad en América del Sur y Argentina.

El turismo de cruceros se mantiene en constante evolución. Su crecimiento sostenido a lo largo de los años se debe a la adaptación del producto frente a las tendencias de mercado y a la aplicación de estrategias de comercialización como el incremento en la capacidad y tonelaje de los buques, diversificación de la oferta, la incorporación de tecnología y al alto poder de negociación de los grupos de navieras. Estas características permiten mantener la competitividad del segmento de cruceros frente a otras formas turismo.

Según datos de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros¹ (en adelante “CLIA” por sus siglas en inglés) para el año 2015 se contabilizaron 448 buques, con la posible incorporación a lo largo del 2016, de 27 nuevas embarcaciones lo que se traduce en una proyección de consumo de 24 millones de pasajeros durante el presente año. Asimismo, resulta interesante agregar que los últimos diez años, la demanda de cruceros se ha incrementado un 68%².

La principal zona de afluencia de cruceros continúa siendo el Caribe, concentrando el 33,7% del total mundial de viajes. El segundo lugar lo ocupa el Mediterráneo con un 18,7%; el resto de Europa alcanza un 11,7%, Asia el 9,2%, Australia/Nueva Zelanda el 6,1%, Alaska el 4,1% y Sudamérica cubre el 2,7%.

Regionalmente, los porcentajes y tendencias se configuran de la siguiente manera:

Región	Participación en el mercado		
	2014	2015	2016
Caribe	37.3	35,5	33,7
Mediterráneo	18.9	19.5	18,7
Europa (sin Mediterráneo)	11.1	10.6	11,7
Australia/Nueva Zelanda	5.9	6.0	6,1
Alaska	4.5	4.5	4,1
Asia	4.4	6.0	9,2
Sudamérica	3.3	2.9	2,7

Elaboración Instituto Fueguino de Turismo, con fuente CLIA, años 2014 y 2015.

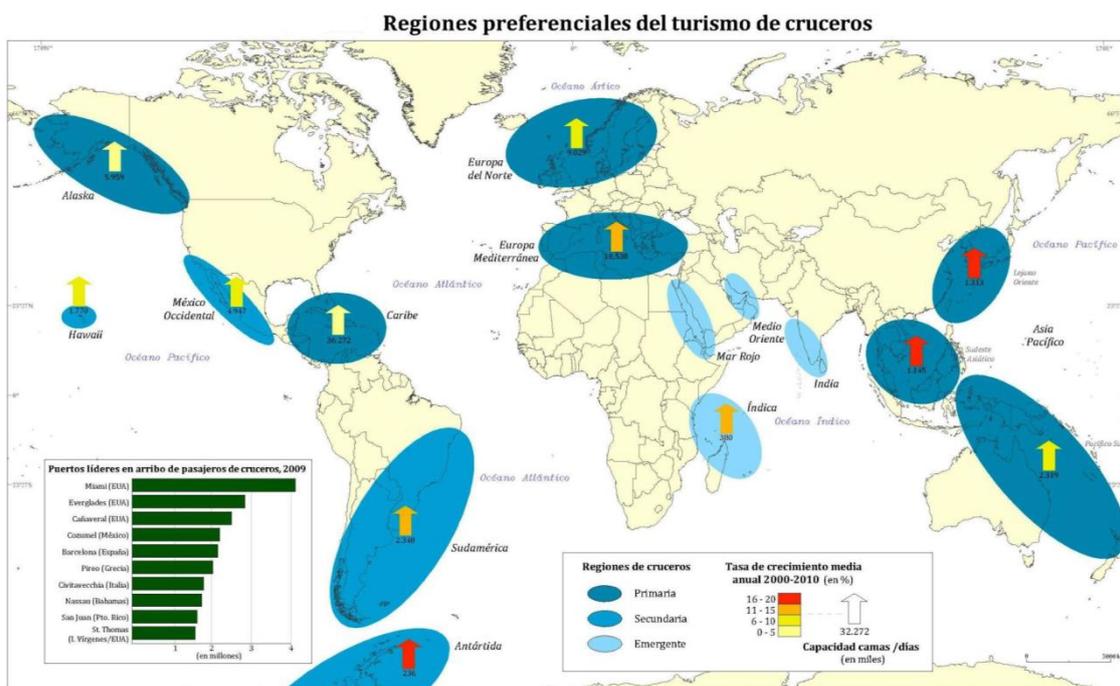
Los buques al estar dotados de movilidad originan considerables desplazamientos de flotas de una región a otra, dependiendo de la estación del año. La principal zona de afluencia de cruceros es el Caribe debido a que absorbe la demanda norteamericana. El Mediterráneo ocupa el segundo lugar como destino, habiendo alcanzado un desarrollo independiente de las demandas estadounidenses y canadienses.

La Organización Mundial de Turismo³ (en adelante OMT) sostiene que el negocio de los cruceros sigue las pautas del negocio terrestre, en donde la demanda y el destino se mueven dentro de un ámbito regional y no mundial. Ante el continuo incremento de los cruceristas “no primerizos” (aquellos con experiencia previa de viajes en cruceros) las navieras requieren regiones nuevas para ofrecer a la demanda diferentes itinerarios. Sudamérica se torna una región prometedora debido a sus atractivos naturales, historia y cultura, características beneficiosas que colaboraran a integrar los países del área durante los próximos años. Se estima que, a largo plazo, pasará algo similar con las subregiones de Australasia, Pacífico Sur, Oriente Medio, Sudáfrica y Océano Índico.

¹ Asociación no gubernamental más importante de cruceros a nivel mundial, posee representación en América, Europa, Asia y Australasia. Fue creada con el propósito de promover un ambiente de cruceros seguros y el constante crecimiento y promoción de la industria de cruceros.

² Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (2016) “2016 Cruise Industry Outlook”. Disponible en <http://www.cruising.org/about-the-industry/research>

³ Organización Mundial del Turismo (2008): “Turismo de cruceros – Situación actual y tendencias”. Madrid, España. p. 14.



Fuente: Martínez, Claudia (2012) "Perspectivas del turismo de cruceros en Argentina en el marco de las tendencias mundiales". Universidad del Caribe. México.

Grupos de Empresas Navieras

Actualmente la industria de cruceros a nivel mundial se concentra en pocas compañías, situación muy cercana al oligopolio y consecuencia de la continua fusión de empresas desde mediados de la década de 1950. En primer lugar, se encuentra "Carnival Corporation & plc" empresa de capital británico, norteamericano y panameño. La misma se posiciona como el mayor operador de cruceros a nivel mundial; las navieras que componen el grupo Carnival son: Aida Cruises, Carnival Cruise Line, Costa Cruceros, Cunard Line, Holland America Line, Ibero Cruceros, Ocean Village, P&O Cruises Reino Unido, P&O Australia, Princess Cruises y Seabourn Cruises Line.

En segundo lugar, se posiciona Royal Caribbean Cruises Ltd., empresa de capital norteamericano y noruego, se encuentra compuesto por las navieras Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara Cruises, Pullmantur Cruises y Croisieres de France.

Ocupa el tercer lugar, Apollo Global Management es un fondo de inversión fundado en 1990, posee diversas compañías de distinta índole, en el año 2007 adquirió Oceania Cruises y en el 2008 adquirió el 50% de Norwegian Cruise Line y Regent Seven Seas Cruises.

MSC Crociere S.A. es una compañía ítalo-suiza, hoy en día es considerada la cuarta operadora de cruceros en el mundo y la segunda en Europa, con una porción del mercado equivalente al 6% mundial y cuatro categorías de embarcaciones: Mistral, Música, Fantasía y Clásica.

Por último, se encuentra Genting Hong Kong, holding empresarial fundado en Malasia. Actualmente es una compañía líder en inversiones. En 1993 creó la naviera Star Cruises, la mayor en expansión en Asia y también ha logrado quedarse con el 28% de acciones de Norwegian Cruise Line. El mismo posee Crystal Cruises, Dream Cruises, Star Cruises, Resorts World Manila y the Lloyd Werftshipyards.



Nota: El subrayado amarillo corresponde a las navieras que operaron en Ushuaia, Canales Fueguinos, Sector Subantártico y Península Antártica durante la Temporada 2015-2016.

Elaboración Instituto Fueguino de Turismo, con fuente www.topcruceiros.org.

Segmentación de mercado

Las líneas de cruceros agrupan segmentos de mercado a fin de precisar estrategias de marketing efectivas y adecuadas. Para esto identifican grupos internamente homogéneos y heterogéneos, definen perfiles de compradores, seleccionan segmentos como mercado meta y luego establecen y comunican las claves del producto. Los criterios de segmentación son los siguientes:

- Base geográfica: región, tamaño de la ciudad, densidad, clima, etc.
- Base demográfica: edad, tamaño de la familia, sexo, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, generación, nacionalidad, clase social, etc.
- Base psicográfica: estilo de vida, personalidad, etc.
- Base conductual: ocasiones de uso, status del usuario, frecuencia de uso, actitud hacia el producto, etc.

Perfil de demanda

Durante el año 2014, la demanda del mercado norteamericano alcanzó los 12 millones de pasajeros, posicionándose como el principal mercado emisor a nivel mundial, seguido por el europeo⁴. Cabe mencionar que a nivel local y para la presente temporada, Estados Unidos ocupa el primer lugar de procedencia de cruceristas, tendencia que viene liderando a lo largo de las últimas temporadas. Es por esto y el propio peso que sustentan Estados Unidos y Canadá como mercado emisor, a continuación, se presenta las principales características de su perfil⁵:

- Modificación en la edad, la cual era 49 años en promedio, actualmente incluye los rangos entre 30-39, 50-59 y 60-74 años.
- Pasajeros con ingreso medio anual de U\$ 114.000 (ingreso doméstico).
- El 72% de los cruceristas eran empleados y 21% jubilados.
- El 69% contaba con educación universitaria y el 84% estaba casado.
- El 62% de los cruceristas tenía experiencia previa en viajes de cruceros, contando con un promedio de de 3.8 viajes. Sin embargo, los cruceristas "primeros" alcanzaron un 38%.
- La duración de los viajes alcanzó los 7.3 días.

⁴ CLIA (2016) "2016 Cruise Industry Outlook".

⁵ CLIA (2015): "2014 North América cruise market profile". Disponible en: http://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia_naconsumerprofile_2014.pdf?sfvrsn=2

- Un 89% de los cruceristas tenía en mente realizar otro viaje en crucero en el transcurso de los tres años próximos.

Características del producto

La oferta de cruceros acompaña el crecimiento de la demanda. Hoy en día se vive la era de los cruceros turísticos modernos, caracterizada por la rápida expansión a partir de la oferta de paquetes con precios relativamente accesibles y la mayor disponibilidad de tiempo libre y de dinero, no sólo de los países con mayores niveles de ingreso *per cápita*, sino también de los denominados emergentes. Esta combinación ha generado una nueva demanda que los tour operadores aprovechan en un proceso de crecimiento exponencial de la oferta en las últimas dos décadas.

En sus inicios, el producto de cruceros se orientó a un segmento de mercado con gran disponibilidad de dinero y tiempo libre; con el correr de los años se fue incorporando al segmento de clase media. En este sentido, el incremento en la capacidad de los buques permitió ofrecer tarifas más económicas, iniciando un proceso de diversificación tanto de la oferta como de la demanda. La apertura a un mercado mayor permitió aumentar la oferta de 1.4 millones de pasajeros en 1980 a 22 millones en el año 2016⁶.

La OMT (2008) considera *crucero turístico moderno* a todas aquellas embarcaciones que combinan las actividades de alojamiento, transporte e incorporan instalaciones de ocio a bordo. Con propiedad se las define como *resort marino*, al ofrecer instalaciones propias de un resort como centros de negocios, campos de golf, galerías de arte, spa, casinos, boutique, etc. Cabe mencionar que no todos los cruceros turísticos adoptan la forma de resort debido al crecimiento del mercado, su posterior especialización y segmentación, como en el caso de los cruceros de expedición.

La fórmula empleada en los cruceros es el *all inclusive* o todo incluido, aunque este concepto actualmente tiende a desaparecer, afectando solo a las comidas. Con el aumento del tamaño de los buques, la oferta de ocio a bordo es cada vez mayor y en la mayoría de los casos, el crucerista debe pagar por los servicios extra utilizados. La tendencia es añadir elementos generadores de ingresos a bordo, como subastas de arte, centros de realidad virtual, casinos, spa, etc. y captar una clientela “cautiva y ociosa” durante la travesía.

Durante los últimos años, hay tres tipos de ofertas que se han reforzado: las relacionadas a la salud (gimnasios, spa, sauna, tratamientos de belleza, etc.) gastronomía (restaurantes temáticos, gourmet, cocina de alto nivel, cocina francesa, etc.) y las excursiones en tierra firme. Las tres constituyen importantes fuentes de ingreso y beneficios de explotación para las navieras. Generalmente, el barco se desplaza durante la noche, recalando en puertos durante el día en donde permanecen entre 6 y 10 horas aproximadamente.

Por otro lado, respecto a la segmentación del mercado mundial, la OMT (2008) habitualmente considera cuatro segmentos: lujo, premium, contemporary y budget, que poseen las siguientes características:

- *Segmento Budget*: atractivo para gente joven, de menor poder adquisitivo, travesías de 3 a 7 días y utilización de pequeños buques, con el mínimo de instalaciones a bordo.
- *Segmento Contemporary*: el más popular, instalaciones tipo resort, se adapta a las necesidades de familias con niños, atractivo para primerizos, familias, parejas y gente joven, travesías de 3-4 a 7 días, utilizan grandes buques, gran peso de ventas a bordo.
- *Segmento Premium*: se trata de un producto más sofisticado que el Contemporary, acorde para repetidores, decoración más refinada, mayor peso de los cruceros de más de 7 noches.
- *Segmento de Lujo*: se caracterizan por la exclusividad, llevando menos pasajeros y un ambiente más formal, énfasis en el destino y en las instalaciones a bordo, diseño de interior con antigüedades y colecciones de arte de gran valor, buques de menor tamaño, duración del itinerario de más de 10 días.

Tendencias a futuro

Se estima que el escenario a mediano plazo estará caracterizado por las siguientes tendencias:

- **Negocio más flexible**: Derivada de su propia naturaleza dual, como transporte y como resort. La movilidad del buque, lo hace fácilmente deslocalizable.

⁶ CLIA (2016) “2016 Cruise Industry Outlook”.

- Buques cada vez mayores: La posibilidad de generar mayores ingresos a bordo, estimula a poner en servicio buques de mayor tamaño, tecnológicamente más avanzados, más seguros y complejos, con más instalaciones a bordo.
- Esfuerzo constante en Innovación y Mejora (I+M): La innovación es una característica muy valorada por los clientes. El círculo virtuoso en el que se encuentra inmerso el negocio es sólo posible al esfuerzo en innovación y mejora para dar mayor valor agregado al producto final.
- Creciente regulación: Al tratarse de negocio deslocalizado, la normativa que se aplica es la del país en el que el buque este abanderado y de las normas de los distintos órganos internacionales, el Derecho Marítimo Internacional y los tratados bilaterales entre Estados. Cada vez se ejerce más presión por hacer cumplir a las grandes navieras las legislaciones nacionales de los principales países de demanda como, por ejemplo, de carácter fiscal.
- Fuertes crecimientos sostenidos de la demanda: El hecho de que el crucero sea un producto turístico en fase de expansión, sin haber llegado aún a la fase de madurez, explica fuertes crecimientos anuales acumulativos superiores al 8%.
- Sostenibilidad medioambiental: Las medidas a proteger el ambiente marino se irán haciendo cada vez más estrictas, debido al desgaste del medioambiente que soporta la actividad.
- Alto poder de negociación de los grandes grupos de navieras.
- La seguridad del pasaje y de las operaciones: tras el 11-S, se han intensificado la protección del buque y de las instalaciones portuarias frente a actos de naturaleza ilícita, criminal o terrorista.

En cuanto a las tendencias a largo plazo, han de considerarse las siguientes:

- Cambios demográficos mundiales: Dentro de los países más industrializados, los principales fenómenos sociodemográficos indican un envejecimiento de las poblaciones, el surgimiento de pluralidad de familias y fuerte inmigración.
- Mundialización de la economía de mercado: La incorporación de Brasil, Rusia, India y China al comercio y a la economía mundial, supone el comienzo del consumo masivo de casi 3.000 millones de personas, si bien con diferentes niveles de acceso a la riqueza, pero con crecimiento en sus economías, rentas y poder adquisitivo.
- Entorno de incertidumbre, cambio climático e incorporación de nuevas tecnologías.

El turismo de cruceros en América del Sur

Como resultado de la necesidad de nuevos destinos e itinerarios, los países de Sudamérica han recibido a lo largo de las últimas temporadas de verano austral una cantidad alentadora de buques de turismo y pasajeros, lo que permite considerar la incorporación definitiva de la región al circuito internacional de los cruceros turísticos.

La creciente demanda por incorporar nuevos circuitos surge a raíz de la saturación de las rutas tradicionales caribeñas y europeas, a razones estacionales que hacen disminuir el atractivo en Europa durante el invierno y la búsqueda de destinos exóticos, desconocidos y seguros para los clientes experimentados.

Sudamérica se destaca por su crecimiento y posicionamiento en el mercado mundial, liderada por Brasil y Argentina. A pesar de ser considerada una región emergente en lo que a turismo de cruceros se refiere, América del Sur se ha consolidado como una zona independiente a la periferia del Caribe Sur.

Por su actividad, se destacan los Puertos de Río de Janeiro y Santos (Brasil), Montevideo (Uruguay), Buenos Aires, Puerto Madryn y Ushuaia (Argentina), Puerto Montt y Valparaíso (Chile). Al mismo tiempo funcionan como puertos base⁷ y mantienen una estrecha relación con cada una de sus ciudades.

Por otro lado, el cambio de siglo produjo un salto cualitativo en el tráfico de cruceros con la llegada de buques de gran tonelaje, lo que impulsó el desarrollo de infraestructura portuaria permitiendo cambios en la operatoria de buques en general y de cruceros en particular, pudiendo recibir embarcaciones de mayor envergadura y proporcionando a las navieras mejoras técnicas para las operaciones.

Los factores generales que inciden en el auge de los cruceros en esta región son:

⁷ Puerto base hace referencia al puerto en donde comienza o finaliza un recorrido de crucero. Generalmente se realiza el recambio de pasajeros y, eventualmente, recambios en los miembros de la tripulación o integrantes del staff. Asimismo, se reaprovisionan de combustible, agua y bienes diversos generando logísticas diferentes con mayor movimiento de la economía que resulta enriquecedor para la comunidad local.

- El benigno clima durante el invierno del hemisferio Norte, correspondiendo con el verano austral, lo que permite el reposicionamiento de los cruceros.
- El crecimiento sostenido de la demanda mundial de cruceros.
- Infraestructura portuaria y turística con grado de desarrollo aceptable.
- La saturación de otras regiones como el Caribe, permitiendo que Sudamérica se convierta en un destino novedoso para los cruceristas “no primerizos”.
- La seguridad de la región, alejada de conflictos bélicos.
- El atractivo turístico de sus ciudades, como Buenos Aires, Río de Janeiro y Valparaíso y de los recursos asociados a la naturaleza en la mayoría de los destinos.

Los itinerarios se caracterizan por un movimiento pendular en el cono Sur de América que se inicia desde Río de Janeiro (Brasil) o Buenos Aires (Argentina) con o sin escala en Montevideo (Uruguay), descendiendo hacia Puerto Madryn (Argentina), luego hasta Ushuaia (Argentina) con o sin escala en Puerto Argentino (Argentina) en Malvinas. Continúa el itinerario hacia el sector chileno con escala en Puerto Montt y culmina en Valparaíso y, desde tal ciudad, se retorna el itinerario de manera inversa culminando en Buenos Aires (Argentina) o en Río de Janeiro (Brasil). En algunas ocasiones, al llegar a Ushuaia (Argentina) el itinerario incluye un paseo por la Península Antártica ubicada a tan solo 1000 km de dicha ciudad.

El turismo de cruceros en Argentina

A nivel nacional y a través del “Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020”⁸, el Ministerio de Turismo de Nación considera al segmento de cruceros como producto turístico de interés especial. Entre las acciones más relevantes se encuentra la reducción de tarifas para cruceros que ingresen al puerto de Buenos Aires, lo cual se efectivizará a partir de la temporada 2017/2018, mejorando la competitividad con menos costos operativos y el lanzamiento en el primer bimestre de 2017 de una licitación para iniciar las obras de modernización del Puerto de Buenos Aires. En el mismo sentido, el Gobierno Nacional intenta lograr un mejor posicionamiento del segmento de cruceros unificando criterios y trabajando en conjunto con los destinos de Tierra del Fuego, Buenos Aires y Mar del Plata.

El principal puerto en Argentina es el de Buenos Aires, primero en cantidad de operaciones. El mismo, posee la terminal de pasajeros “Quinquela Martín” la cual se ha convertido en la más grande y moderna de Sudamérica, al poder recibir confortablemente el flujo de 15.000 pasajeros por día. Por último, vale mencionar que la principal ruta marina en el sector argentino es el circuito marítimo de cruceros australes, que incluye los puertos de Buenos Aires, Mar del Plata, Puerto Madryn y Ushuaia.

Por otro lado, y acorde a datos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2016)⁹ la temporada 2015-2016 de cruceros presentó un decrecimiento en las recaladas del orden del 7% respecto de la temporada anterior, pasando de 111 a 103, mientras que el movimiento total de pasajeros también descendió un -9,2%, respecto de la anterior. El 88,7% de los cruceristas fueron extranjeros; de los cuales el 56,9% provino de países limítrofes, principalmente Brasil (52,8%). Respecto del género y grupo etario, el 50,6% de los cruceristas fueron mujeres y el restante 49,1% hombres. La franja etaria preponderante abarcó de 39 a 48 años y la mediana de edad de 48 años. El 39,8% de los pasajeros viajaba en familia y un 32,6% en pareja. De la totalidad de cruceristas, el 90% se encontraba en tránsito. Resulta interesante agregar que el 39% de los cruceristas indicó que, a la hora de decidir la contratación del viaje, fue muy importante que la Ciudad de Buenos Aires formara parte del itinerario.

⁸ “Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020”, Dirección de Estudios de Mercado y Estadísticas, Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Ministerio de Turismo de la Nación.

⁹ “Informe Temporada de Cruceros 2015/2016”, Dirección General Inteligencia de Mercado y Observatorio, Ente de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Capítulo II

Turismo de Cruceros

Puerto de Ushuaia



El turismo de cruceros en el Puerto de Ushuaia

El puerto se localiza en la bahía de Ushuaia, en la costa Norte del Canal Beagle, al Oeste de Punta Segunda. Se encuentra limitado al Sudoeste por la Península de Ushuaia y al Sudeste por las islas e islotes Bridges. El emplazamiento del puerto es considerado estratégico al posibilitar la integración bioceánica respecto a las rutas marítimas meridionales vía el Atlántico o el Pacífico y al encontrarse próximo a la Península Antártica.

El puerto de Ushuaia se instituye como un actor clave en relación a las operaciones de cruceros al permitir la operación simultánea de tres barcos de turismo de gran porte y dos o tres de tamaño mediano. El mismo se encuentra administrado por la Dirección Provincial de Puertos, organismo autárquico de derecho público con personería jurídica y capacidad para actuar privada y públicamente.

El puerto recibe gran variedad de embarcaciones, desde barcos pequeños hasta buques de gran porte, cruceros de expedición y tradicionales, funcionando como puerto base, puerto de escala y puerto de inicio o fin de los itinerarios, según corresponda.

Gran porcentaje de los cruceros de expedición utilizan el puerto como base para sus operaciones, con una estadía aproximada de 11 horas, en las cuales requieren el abastecimiento de determinados insumos, servicios marítimos, logísticos y en donde también recambian pasajeros y/o staff. Por su parte, los buques de gran porte originan sus recorridos en otra región y realizan itinerarios pendulares, utilizando al puerto local como puerto de escala. Generalmente la estadía es entre 6 y 8 horas.

La temporada de cruceros comienza en septiembre y finaliza en abril y la oferta de itinerarios es amplia. Existen recorridos cortos de tres a siete noches hasta aquellos que oscilan entre diez a treinta días de navegación, dependiendo de los destinos por recorrer. Las compañías navieras contemplan diferentes tarifas y servicios a bordo, acorde a las necesidades del cliente.

La venta de los tickets es multicanal y se adquieren mediante agencias de viajes y turismo o directamente de forma *online*, a través de internet. También es posible encontrar precios promocionales, como aquellos casos de *"last sale"* también conocidos como *"Last Minute"*.

La temporada de cruceros en Ushuaia tiene una duración aproximada de seis meses que se corresponde con el período de primavera-verano austral, cuando hay mayor cantidad de horas de luz solar y las condiciones meteorológicas son más benignas y acorde para las navegaciones. También es la mejor época del año para que los buques naveguen aguas antárticas, ya que *"en primavera se configura un paisaje especial por los gigantes témpanos que se desprenden de los glaciares y flotan en el mar. Este componente se encuentra inserto en los programas turísticos como un recurso insustituible e incluso caracterizado en función a su forma como témpanos tabulares, irregulares y redondeados"*¹⁰.

Curiosamente, la tendencia local es opuesta a la internacional, mientras en el mundo la mitad de los turistas llegan a destino vía aérea y solo un mínimo porcentaje por vías navegables, en Ushuaia gran parte de los visitantes arriba vía marítima. El segmento de cruceros turísticos es gran importancia para el destino, ya que representa un importante porcentaje de llegadas de visitantes en las temporadas de verano.

De acuerdo a información de Prefectura Naval Argentina, la temporada 2015-2016 finalizó con el arribo de 46 cruceros, que realizaron 365 recaladas y movilizaron a 112.000 cruceristas. Es notorio que los meses de enero y febrero han sido los más concurridos, representando más de la mitad del flujo de pasajeros.

¹⁰ Vereda, M. y Jensen, M. (2014): "Territorios remotos del turismo: La articulación de espacios turísticos asociados en el Atlántico Sur Meridional". VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Neuquén, Argentina.

TOTAL DEMANDA DE CRUCEROS Y PASAJEROS POR TEMPORADAS. Puerto de Ushuaia

	2011/2012		2012/2013		2013/2014		2014/2015		2015/2016*	
	viajes	pasajeros								
Sep.	5	409	4	509	4	499	5	484	3	327
Oct.	8	724	13	1.803	12	2.735	19	1.541	19	1532
Nov.	43	5.541	52	9.749	57	9.097	57	9.890	55	11194
Dic.	54	13.469	71	17.392	74	18.445	70	20.160	76	22204
Ene.	69	26.034	86	24.932	80	24.364	74	19.600	80	23221
Feb.	65	17.344	70	29.143	73	27.731	68	26.299	73	28042
Mar.	33	8.991	36	10.291	39	13.583	35	11.769	53	21140
Abr.	4	463	2	229	10	2.316	2	533	6	4340
TOTAL	281	72.975	334	94.048	349	98.770	330	90.276	365	112.000

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

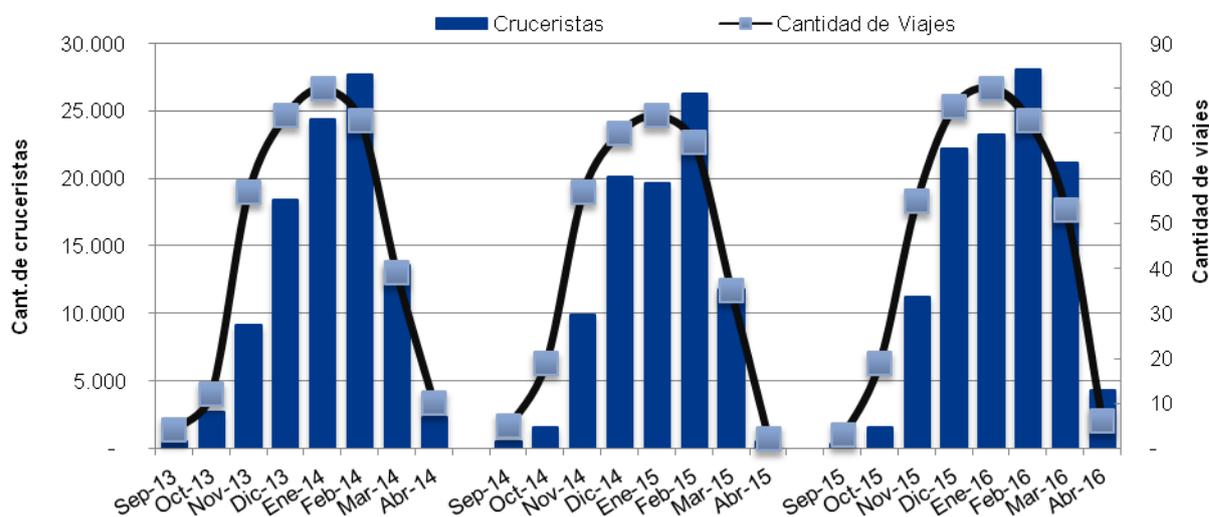
Nota: A partir de la Temporada 2012-2013 las cifras fueron complementadas con información de la International Association of Antarctica Tour Operators (IAATO).

e/ Corresponde a entradas confirmadas a la fecha por la Dirección Provincial de Puertos. Los pasajeros fueron estimados por el Instituto Fueguino de Turismo en base a la ocupación media de las últimas cuatro temporadas.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto de Ushuaia.

TOTAL DEMANDA DE BUQUES Y CRUCERISTAS EN EL PUERTO DE USHUAIA.

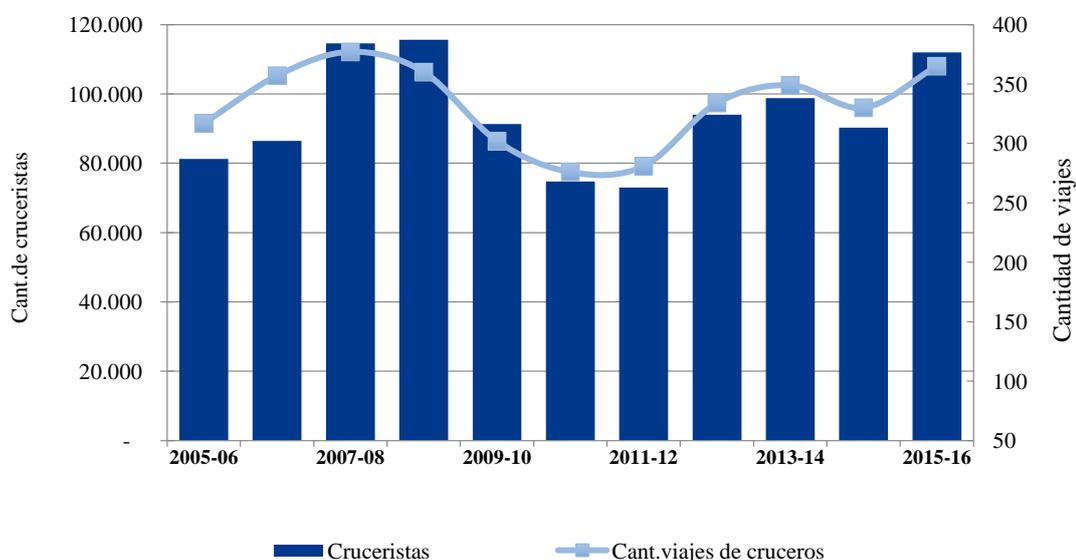
Gráfico comparativo por temporadas



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos. -

TOTAL DEMANDA CRUCEROS Y PASAJEROS (en miles de pasajeros) - Gráfico comparativo por Temporadas



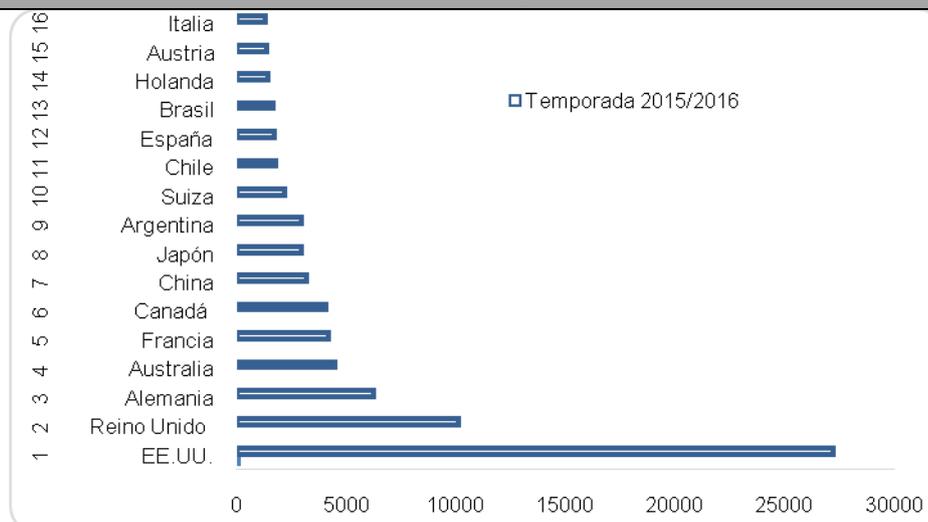
Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto de Ushuaia.

Demanda Turística

Para la Temporada 2015-2016, los cruceristas de origen estadounidense lideraron una vez más el ranking de procedencia, con una cuota de participación del 31,4% sobre el total de nacionalidades de pasajeros. El Reino Unido ocupó un 11,7%, Alemania un 7,2% y Australia un 5,2%. Vale mencionar que la variación negativa con respecto a la temporada anterior se debe a la falta de confirmación de datos a la fecha de presentación de resultados.

DEMANDA PASAJEROS EN CRUCERO SEGÚN PRINCIPALES LUGARES DE PROCEDENCIA Puerto de Ushuaia - Temporada 2015/2016



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

TOTAL DEMANDA DE CRUCERISTAS. RANKING POR TEMPORADAS. Puerto de Ushuaia

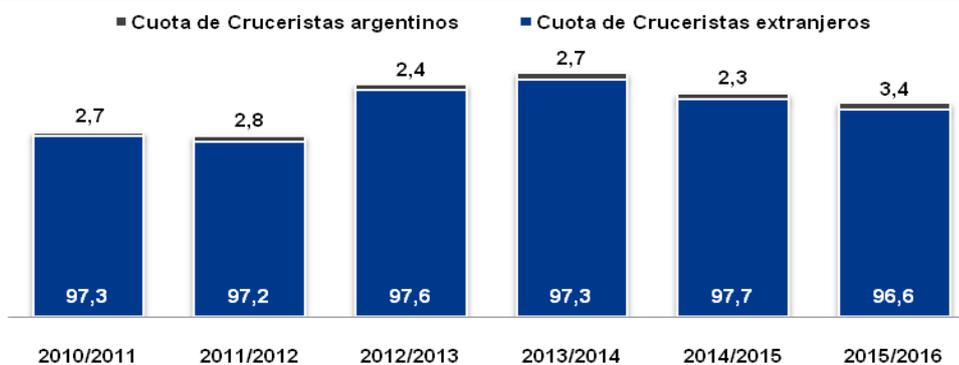
Rango		Procedencia	Temporada			2015/2016*	
2013/ 2014	2015/ 2016		2013/ 2014	2014/ 2015	2015 /2016	Cuota de participación	Var. % con temporada anterior
1	1	EE.UU.	31.470	31.136	27.238	24,3%	-12,5%
4	2	Reino Unido	10.023	9.548	10.132	9,0%	6,1%
2	3	Alemania	9.127	6.675	6.217	5,6%	-6,9%
5	4	Australia	5.857	5.959	4.489	4,0%	-24,7%
8	5	Francia	3.752	4.121	4.172	3,7%	1,2%
3	6	Canadá	6.473	5.378	4.080	3,6%	-24,1%
14	7	China	3.739	2.668	3.192	2,9%	19,6%
24	8	Japón	2.044	2.174	2.959	2,6%	36,1%
9	9	Argentina	2.685	2.091	2.929	2,6%	40,1%
11	10	Suiza	2.120	2.082	2.163	1,9%	3,9%
10	11	Chile	2.732	2.247	1.764	1,6%	-21,5%
15	12	España	1.075	1.158	1.699	1,5%	46,7%
6	13	Brasil	1.673	1.840	1.629	1,5%	-11,5%
13	14	Holanda	1.275	990	1399	1,2%	41,3%
21	15	Austria	956	1.100	1.372	1,2%	24,7%
20	16	Italia	1.324	1.436	1.303	1,2%	-9,3%
7	17	México	879	819	787	0,7%	-3,9%
16	18	Suecia	1.075	617	774	0,7%	25,4%
17	19	Nueva Zelanda	851	759	666	0,6%	-12,3%
22	20	Bélgica	675	534	626	0,6%	17,2%
12	21	Rusia	1.181	860	624	0,6%	-27,4%
25	22	Sudáfrica	1.022	424	475	0,4%	12,0%
31	23	Polonia	632	363	433	0,4%	19,3%
27	24	Noruega	788	465	412	0,4%	-11,4%
23	25	Israel	426	406	287	0,3%	-29,3%

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Nota: La variación negativa de la temporada actual con respecto a la anterior se debe a la falta de confirmación de datos a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo con información suministrada por Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

DEMANDA PASAJEROS EN CRUCERO POR CUOTAS DE MERCADO (en porcentaje) Evolución por temporadas



* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.
Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

Capítulo III

Turismo de Cruceros

Clasificación de los viajes



Clasificación de los Viajes de Cruceros que transitaron por el Puerto de Ushuaia

Actualmente en el puerto de Ushuaia se distinguen al menos tres modalidades de viajes turísticos en cruceros: **Viajes Canales Fueguinos** (No antárticos), **Viajes Pendulares o Cono Sur** (No Antárticos) y **Viajes Antárticos**.

Los viajes denominados “**Canales Fueguinos**” (No antárticos) son aquellos en donde Ushuaia y Punta Arenas (Chile) operan como punto de inicio o fin del itinerario, formando una modalidad de viaje circular. Estos recorridos son operados por compañías regionales y brindan la posibilidad de acceder a diferentes puntos del archipiélago fueguino como el Cabo de Hornos, Estrecho de Magallanes, Canal Beagle, fiordos chilenos y glaciares.

Los viajes denominados “**Cono Sur**” o “**Pendulares**” se caracterizan por brindar la posibilidad de navegar los océanos Atlántico y Pacífico formando un péndulo. Por lo general comienzan su recorrido en Brasil continuando por Uruguay, Buenos Aires, Puerto Madryn, en algunas ocasiones incluyen las Islas Malvinas, posteriormente Ushuaia y finalizan en Valparaíso (Chile), donde realizan el recambio de pasajeros y comienzan el viaje de manera inversa para finalizar en Buenos Aires o Río de Janeiro.

Si bien ciertos buques de gran porte (entre 500 a 3000 pasajeros) que realizan el viaje pendular se aproximan hacia aguas antárticas, solo navegan las mismas no realizando desembarcos en el área. Los desembarcos solo están permitidos para aquellas embarcaciones que transportan menos de 500 pasajeros, no permitiendo el descenso simultáneo en un sitio de más de 100 personas¹¹, en virtud de regulaciones vigentes del Sistema de Tratado Antártico.

Por su parte, los “**Viajes Antárticos**” utilizan embarcaciones del tipo rompehielos o con casco reforzado y se encuentran orientados a actividades de tipo expedición/aventura. En estos viajes, Ushuaia opera como puerto base, en menor medida como puerto de escala, inicio o fin del itinerario. El área de destino es la Península Antártica, Islas Malvinas, Islas Georgias del Sur, Islas Orcadas del Sur, Islas Shetland del Sur y Círculo Polar Antártico.

Los itinerarios se llevan a cabo mediante buques charteados a diferentes armadoras por parte de tour operadoras y en menor medida, por líneas de cruceros. La temporada turística antártica comienza a fines de octubre y culmina a finales de marzo; la duración de los itinerarios es variable, desde un mínimo de diez días hasta tres semanas, incluyendo la Península Antártica, Islas Subantárticas y hasta una ruta de semi-circunnavegación que finaliza en otro continente, como por ejemplo Oceanía.

Entre la oferta de viajes regulares se encuentra el “*Clásico Antártida*” que posee una duración mínima de 10 días y consta en visitar la península Antártica y las Islas Shetland del Sur; El “*Cruce Círculo Polar Antártico*” de 14 días que además de visitar la península Antártica e Islas Shetland del Sur, consta en llegar lo más al Sur (aproximadamente a los 66º de Latitud Sur) y por último, el viaje “*Malvinas-Georgias del Sur- Península Antártica*” con un mínimo de 21 días y recorre Islas Malvinas, Georgias del Sur, Shetland del Sur y parte de la Península Antártica.

Una característica particular para los cruceros que se dirigen al Sur del paralelo 60º está dada por el marco regulatorio del Sistema del Tratado Antártico, que establece, entre otras, las pautas para la realización de la actividad turística. La mayoría de las actividades que se incluyen en los programas comprenden paseos en botes semirígidos o “zodiac” para aproximarse a témpanos y fauna sobre hielo flotante, también se los utiliza para traslados a la costa y posterior desembarco para realizar diversas actividades: observación de fauna: pingüinos, petreles, focas, elefantes marinos, lobos marinos; visitar sitios de interés histórico; visitar bases científicas y realizar caminatas a sitios de especial interés, entre otros. En los últimos años varios tour operadores han incorporado otras actividades más vinculadas con la aventura tales como kayak, escalada, campamentos, esquí de travesía, buceo, etc.

¹¹ Medida 15 (2009): XXXII Reunión Consultiva del Tratado Antártico, CPA XII, Baltimore, E.E.U.U.

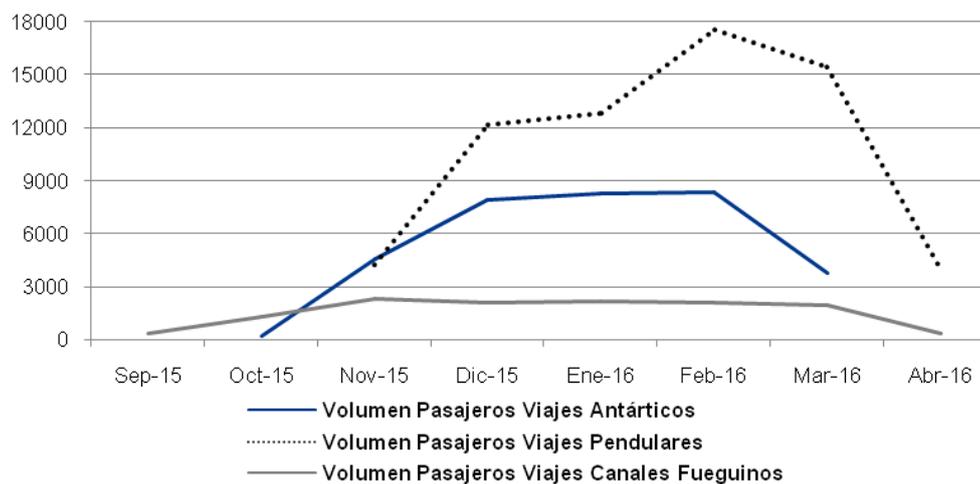
VOLUMEN CRUCERISTAS POR TIPO DE VIAJE. Puerto de Ushuaia. Temporada 2015/2016*

Temporada	PASAJEROS ANTÁRTICOS		PASAJEROS CONO SUR		PASAJEROS CANALES FUEGUINOS	
	Viajes	Pasajeros	Viajes	pasajeros	Viajes	Pasajeros
Sep	0	0	0	0	3	327
Oct	3	0	0	0	16	1.330
Nov	32	4.576	3	4.262	20	2.356
Dic	49	7.932	9	12.170	18	2.102
Ene	54	8.265	10	12.793	16	2.163
Feb	45	8.344	12	17.562	16	2.136
Mar	30	3.747	8	15.437	15	1956
Abr			2		4	340
Total	213	33.066	44	66.224	108	12.710

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Nota: Los viajes sin pasajeros, son aquellos buques que inician la temporada llegando a Ushuaia sin pasajero porque los mismos se embarcan en dicha ciudad para iniciar su viaje hacia su respectivo destino.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto de Ushuaia

TOTAL VOLUMEN PASAJEROS EN CRUCERO SEGÚN TIPO DE VIAJE Temporada 2015-2016


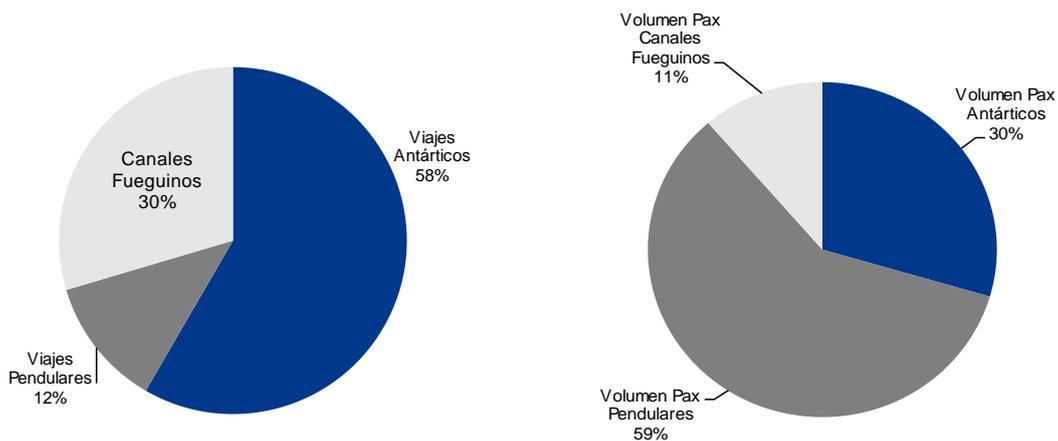
Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

CRUCEROS /CRUCERISTAS SOBRE TOTAL DEMANDA SEGÚN TIPOS DE VIAJES Puerto de Ushuaia. Temporada 2015/2016

% CRUCEROS

% PASAJEROS



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

Los viajes turísticos antárticos aportaron la mayor cantidad de viajes por temporada (58,4%); por su parte, los Viajes Pendulares la mayor cantidad de pasajeros (59,1%).

El Turismo Antártico ocupó un 58,4% del volumen total de entradas de cruceros en Ushuaia durante la última temporada marítima, transportando 33.066 pasajeros.

En cuanto a pasajeros, la cuota mayor fue aportada por pasajeros que realizaron viajes pendulares (59,1%), seguido por los viajes antárticos con un 29,5%, mientras que el 11,3% restante realizó viajes por los Canales Fueguinos.

PRINCIPALES OPERADORES EN PUERTO USHUAIA. Temporada 2015-2016*

Operador	Cant.de buques	Clasificación del Viaje		
		Turismo Antártico	Turismo Cono Sur	Turismo Canales Fueguinos
Azamara Cruises	1		x	
Antarpply Expeditions	1	x		
Antartica XXI	1	x		
Aurora Expeditions	1	x		
Bark Europa	1	x		
CelebrityCruises	1	x	x	
Compagnie du Ponant	3	x		
Costa Cruceros	1		x	
Cruise&Maritime Voyages USA, LLC	1		x	
Cunard	1		x	
Cruceros Australis	2			x
Crystal	1		x	
GAP Adventures	1	x		
Hapag-Lloyd	2	x		
Harren & Partner	1	x		
Holland America Line	2		x	
Hurtigruten ASA	1	x		
Nat Geo. Exp. / Lindblad Explorer	2	x		
Norwegian Cruise Line	1		x	
NYK Cruises Co.,LTD	1	x		
Oceanía Cruises	2		x	
Oceanwide Expeditions	2	x		
One Ocean Expeditions	2	x		
Peace Boat	1	x	x	
Phoenix Reisen	1		x	
Poseidon Expeditions	1	x		
Princess Cruises	2		x	
Quark Expeditions	4	x		
Regent Seven Seas Cruises	1		x	
Royal Caribbean	1		x	
Seabourn Cruises	1		x	
Silversea Cruises	2	x	x	
Swan Hellenic	1		x	
The World	1	x		
Travel Dynamics Int.	1	x		

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Nota: Cantidad de Buques se refiere a las Embarcaciones que operan con el Operador.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos obtenidos de sitios web de Operadores, Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia y prefectura naval Argentina-Ushuaia.

BUQUES Y RECALADAS SEGÚN CLASIFICACIÓN DE VIAJE. Temporada 2015-2016*

Nombre del Buque	Clasificación del Viaje		
	Antártico	No antártico - Pendular	No antártico - Canales
Via Australis	-	-	52
Stella Australis	-	-	54
Nat.Geo.Explorer	11	-	-
Ocean Diamond	13	-	-
Ocean Endeavour	13	-	-
Sea Adventurer	9	-	-
Akademik Ioffe	11	-	-
Ocean Nova	7	-	-
Ushuaia	17	-	-
Silver Explorer	10	-	-
Le Boreal	1	-	1
L' Austral	9	-	1
Ortelius	12	-	-
Zaandam	-	8	-
Fram	9	-	-
Sea Explorer	9	-	-
Akademik Vavilov	6	-	-
Sea Spirit	10	-	-
Plancius	10	-	-
Le Lyrial	9	-	-
Norwegian Sun	-	10	-
Nat.Geo.Explorer	-	-	-
Hanseatic	5	1	-
Nat.Geo.Orion	8	-	-
Expedition	9	-	-
Seabourn Quest	-	4	-
Polar Pioneer	4	-	-
Bremen	6	-	-
The World	1	1	-
Corinthian	8	-	-
Star Princess	-	6	-
Celebrity Infinity	-	2	-
Marina	1	-	-
Crystal Symphony	2	-	-
Asuka II	-	1	-
Amadea	-	1	-
Prinsendam	-	1	-
Ocean Princess	-	1	-
Costa Luminosa	-	1	-
Minerva	1	-	-
Queen Mary II	-	1	-
Seven Seas Mariner	-	1	-
Ocean Dream	2	-	-
Regatta	-	1	-
Marcopolo	-	1	-
Rhapsody of the seas	-	3	-
Total	213	44	108

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos obtenidos de Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia y Prefectura Naval Argentina -Ushuaia.

Características de los viajes según tamaño del buque

Se ha agrupado a los buques de acuerdo a la capacidad máxima de pasajeros en:

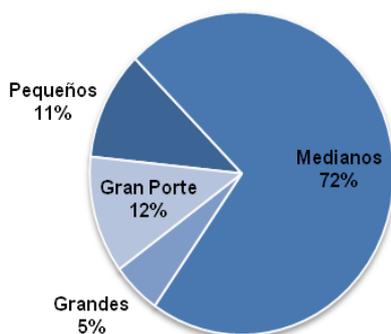
- Pequeños: hasta 100 pasajeros.
- Medianos: entre 101 y 299 pasajeros.
- Grandes: entre 300 y 499 pasajeros.
- De gran porte: desde 500 pasajeros.

Siguiendo tal clasificación, durante la temporada 2015-2016 se registraron 4 buques pequeños, 21 buques medianos, 4 grandes y 17 de gran porte.

Los buques pequeños realizaron 40 viajes transportando 3.507 pasajeros; los medianos transportaron 35.673 pasajeros en 263 viajes; los barcos grandes realizaron 4 viajes con 4.746 pasajeros y, por último, las embarcaciones de gran porte transportaron 68.074 pasajeros en 17 viajes. Dando un total de 112.000 pasajeros distribuidos en 365 viajes.

A continuación, se presenta un gráfico en el cual se puede visualizar los porcentajes correspondientes a los viajes realizados y a su clasificación según el tamaño de los buques.

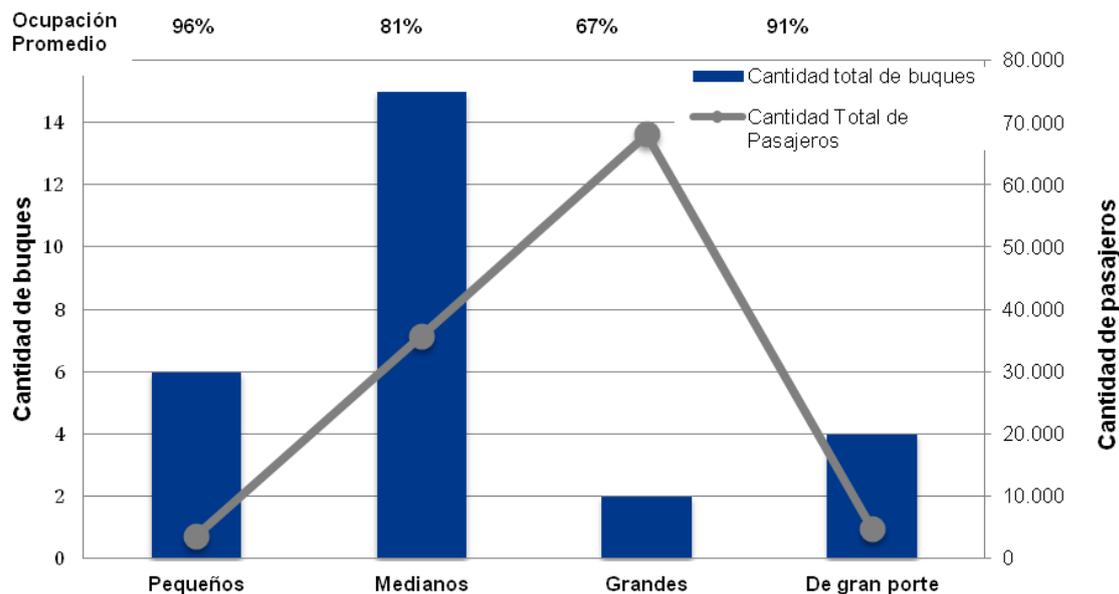
VIAJES SEGÚN TAMAÑO DEL BUQUE – Puerto de Ushuaia. Temporada 2015/2016*



* Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

CLASIFICACIÓN DE BUQUES, PROMEDIO DE OCUPACIÓN Y CANTIDAD DE PASAJEROS. TEMPORADA 2015-2016*



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJES SEGÚN TAMAÑO. Puerto de Ushuaia. Temporada 2015/2016*

TIPO	Cantidad total de buques	Cantidad Total de Viajes	Capacidad Total de Pasajeros	Promedio de Ocupación (en %)
Pequeños	4	40	3.507	100%
Medianos	21	263	35.673	81%
Grandes	4	19	4.746	67%
De gran porte	17	43	68.074	91%
Totales	46	365	112.000	-

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Según resultados de la temporada 2015-2016 se destacó un predominio de los buques medianos. De 46 embarcaciones, 21 correspondieron a buques medianos; esta misma tipología también presentó la mayor participación tanto en la cantidad de viajes (263 viajes) con una cantidad de 35.673 pasajeros transportados.

CAPACIDAD PROMEDIO DE PASAJEROS DE LOS BUQUES *

Temporada	Hasta 100 pax	Cantidad buque	101 a 299 pax	Cantidad buque	De 300 a 499 pax	Cantidad buque	Desde 500 pax	Cantidad buque	Ocup. Media de los buques
2005-06	62	9	145	11	850	7	-----	-----	85%
2006-07	69	11	156	12	800	14	-----	-----	83%
2007-08	71	13	140	11	331	4	1098	11	86%
2008-09	65	10	136	13	370	3	1156	8	80%
2009-10	71	7	146	15	379	2	1302	10	77%
2010-11	81	6	130	11	260	3	1359	7	87%
2011-12	71	4	153	13	328	1	1153	4	85%
2012-13	64	5	154	14	409	3	1397	3	88%
2013-14	81	3	160	16	390	2	1319	5	85%
2014-15	78	6	158	15	318	2	1446	4	89%
2015-16*	83	4	168	21	372	4	1867	17	84%

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Veleros – Muelle de Ushuaia

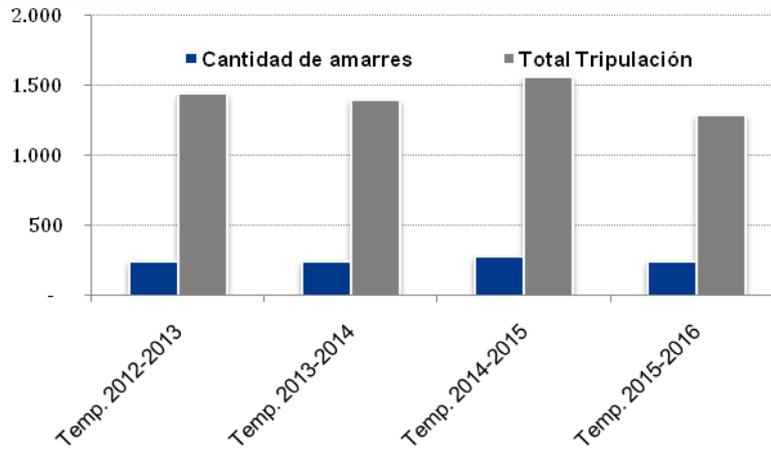
Durante el verano austral, los amantes de esta actividad náutico-recreativa pueden disfrutar de un entorno ideal para su práctica. El archipiélago fueguino y la Península Antártica poseen una singularidad geográfica y una belleza paisajística única que atraen a numerosos turistas interesados en recorrer estas australes latitudes mediante veleros. Según registros de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia, para la presente temporada se observó un decrecimiento de un 13% en los amarres y el descenso de un 16,96% en los zarpes de veleros desde el muelle turístico de Ushuaia respecto de la temporada anterior, como también una disminución del total de viajeros tanto argentinos como extranjeros.

ENTRADAS Y SALIDAS DE VELEROS EN EL MUELLE DE USHUAIA

MES	Amarres	Viajeros Argentina	Viajeros Extranjero	Total Viajeros	Zarpes	Viajeros Argentina	Viajeros Extranjeros	Total Viajeros
Temporada 2012/2013	247	178	1.260	1.438	249	171	1.337	1.508
Año 2013	235	135	1.246	1.381	219	118	1.257	1.375
Temporada 2013/2014	247	101	1.297	1.398	242	110	1.246	1.437
Año 2014	310	217	1.411	1.628	314	268	1.456	1.805
Temporada 2014/2015	279	180	1.381	1.561	277	199	1.391	1.590
Sep-15	4	6	7	13	1	3	2	5
Oct-15	15	13	36	49	4	25	7	32
Nov-15	30	15	135	150	37	32	170	202
Dic-15	35	22	170	192	44	34	218	252
Ene-16	66	35	373	408	73	48	363	411
Feb-16	53	34	243	280	42	30	264	294
Mar-16	27	21	115	136	4	1	23	24
Abril-16	11	2	61	63	25	17	80	97
Temporada 2015-2016	241	148	1140	1291	230	190	1127	1317

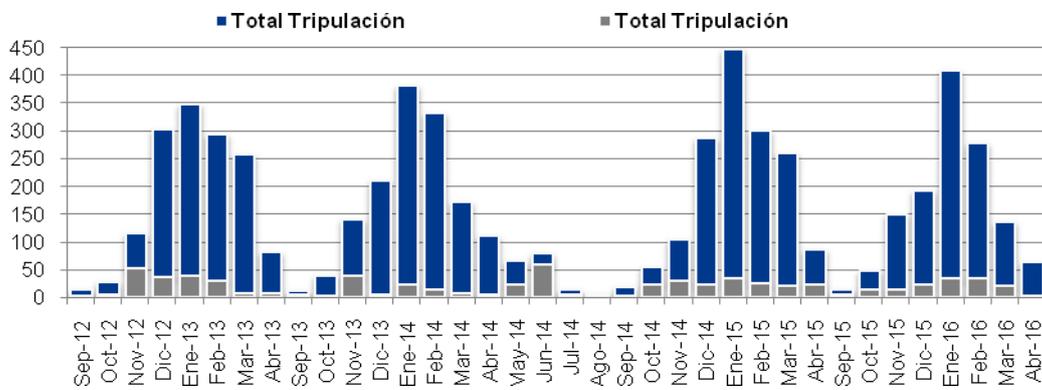
Fuente: Instituto Fueguino de Turismo con datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

TOTAL FLUJO VELEROS/TEMPORADA EN MUELLE DE USHUAIA
Gráfico por Temporadas



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo con datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

VOLUMEN TRIPULANTES EN VELEROS AMARRADOS EN MUELLE DE USHUAIA. Gráfico comparativo Años 2012-2015



Fuente: Instituto Fueguino de Turismo con datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia

Capítulo IV

Turismo de Cruceros

Turismo Antártico



Ushuaia “Puerta de entrada a la Antártida”

El Turismo Antártico es el segmento que mayor crecimiento presenta, reafirmando en cada temporada a Ushuaia en su condición de “Puerta de Entrada más activa a la Antártida” para el segmento de turismo marítimo. Desde el inicio de la actividad, la tendencia creciente de este segmento de turismo a nivel mundial va acompañada en paralelo con el crecimiento de pasajeros que utiliza el Puerto de Ushuaia. Esto es una primera etapa habitual en el ciclo de vida de nuevos y “jóvenes” productos turísticos hasta que se consolidan y se posicionan en los mercados internacionales.

Ushuaia, en su rol de “Puerta de entrada a la Antártida”, asiste en los programas antárticos de naciones u organismos activos, con el objeto de: garantizar capacidad logística, abastecimiento y servicios; difundir y controlar la observación de las recomendaciones del Tratado Antártico y regular la racionalización de costos operativos. **Tales elementos contribuyeron en la evolución del turismo de cruceros en nuestra ciudad capital porque fue posicionando su rol de puerta de entrada marítima para el Turismo Antártico.**

Afortunadamente, durante la evolución del desarrollo turístico (entre ellos el antártico) en Tierra del Fuego se han desarrollado diferentes programas y acciones que permiten afirmar que la actividad turística en la provincia se ha insertado y consolidado como uno de los sectores de la economía provincial *“producto de una intencionalidad política que contó con la articulación de los tres niveles del Estado. Con el objeto de aumentar la demanda, las políticas turísticas se orientaron a: generar la oferta, disminuir la estacionalidad, mejorar las condiciones de accesibilidad y dotar de calidad a los servicios. Y, en ese sentido, la inversión realizada por el Estado en materia de equipamiento e infraestructura ha resultado crucial”*. (Mosti, Pérez y Arcos, 2015:94)¹². En tal sentido, un ejemplo podría ser el apoyo estatal para la formación y capacitación del sector, ya que desde 1986 la Universidad Nacional de la Patagonia “San Juan Bosco” ha dictado las carreras de Técnico y Licenciado en Turismo, logrando que hasta el 2009 se recibieran 130 profesionales (Burgos et al, 2009 en Mosti, Pérez y Arcos, 2015).

Su incidencia se visualiza a la hora de contemplar los recursos humanos como personal de expedición en el mercado de cruceros antárticos. Siguiendo a Vereda (2016)¹³ *“la mayor parte de los recursos humanos son de Canadá, Estados Unidos, Argentina, Australia, Reino Unido y Alemania”*, es decir que la Argentina se encuentra entre las nacionalidades predominantes de staff contratado a bordo de los cruceros de expedición antártica, incrementándose en esta temporada 2015/16 alcanzando un 16% en relación al total. **Dentro de los argentinos, el 27% corresponde a graduados** de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco residentes en la ciudad de Ushuaia, traducándose en el mayor porcentaje de graduados de tal Universidad que trabajan como staff en los barcos de expedición antárticos (Vereda, 2016).

Ushuaia se encuentra a 1.000 km de la Antártida en comparación con otros países como África a 3600 Km; Australia a 2200 Km y Nueva Zelanda a 2250 Km. **El puerto local es utilizado como puerto base** para sus operaciones, transitando por el mismo aproximadamente un 90% del tránsito marítimo de cruceros antárticos mundial. Este posicionamiento se debe a la conjunción de las distintas dimensiones (natural, histórica y simbólica) que confluyen en Tierra del Fuego y Antártida, las cuales podrían potenciarse para el surgimiento de nuevas prácticas turísticas que consoliden a Ushuaia como *“antesala a Antártida”* (Vereda, 2008)¹⁴.

¹² Mosti, P; Pérez, L. y Arcos, A (2015) “El rol del Estado en el proceso de valoración turística de Tierra del Fuego Argentina” CONDET. Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo. Año XV vol.: 13. Buenos aires.

¹³ Vereda, M. (2016) “Los recursos humanos locales (de Tierra del Fuego, Argentina) como personal de expedición en el mercado de cruceros antárticos” Revista PASOS n.3 vol. 14. Buenos Aires.

¹⁴ Vereda, M. (2008) “Tierra del Fuego y Antártica. Un inventario de recursos turísticos desde la idea de complementariedad de destino” Estudios y perspectivas en turismo v.17 n.3. Buenos Aires.



Ciudad	Distancia
Ushuaia (Argentina)	1.000 km (54° 48' S - 68° 19' O)
Ciudad del Cabo (Sudáfrica)	3.600 km (33° 55' 30" S - 18° 25' 30" E)
Lyttelton (Nueva Zelanda)	2.200 km (43° 36' 00" S - 172° 43' 00" E)
Punta Arenas (Chile)	1.200 km (53° 09' 00" S - 70° 55' 00" O)
Christchurch (Nueva Zelanda)	2.360 km (43° 31' 48" S - 172° 37' 13" E)
Hobart (Tasmania)	2.250 km (42° 53' 00" S - 147° 19' 00" E)



Elaboración Instituto Fueguino de Turismo

La temporada turística antártica comienza a fines de octubre y culmina a finales del mes de marzo, durante ese período, cruceros de diversos tamaños y ocasionalmente veleros, ofrecen a los amantes de la aventura y la naturaleza la posibilidad de viajar hacia el Continente Blanco. Estas embarcaciones recalán en el puerto de Ushuaia, porque es la puerta de entrada más cercana a la Antártida posee la logística necesaria para el abastecimiento de los buques (bienes y servicios) y la infraestructura adecuada para el turismo receptivo.

La duración del viaje y los itinerarios son variables, desde un mínimo de diez días hasta tres semanas, incluyendo la península Antártica, islas Subantárticas -como las Georgias, Sandwich y Orcadas del Sur- Islas Malvinas y hasta una ruta de semi-circunnavegación que finaliza en otro continente, como por ejemplo Oceanía¹⁵.

De acuerdo a la información suministrada por IAATO (2016) el total de pasajeros a nivel mundial para la temporada 2015-2016 fue de 38.478 cruceristas. Sobre este total, el 85,9% de los pasajeros mundiales (33.066) utilizaron el Puerto de Ushuaia al menos una vez para visitar Antártida por vía marítima. Es importante destacar que los pasajeros embarcados en buques de gran porte (capacidad para más de 500 pasajeros) que sólo navegaron (sin descensos) en el área del Tratado Antártico han sido contabilizados a fin de registrar el movimiento total de visitantes por el puerto de Ushuaia, como punto de partida o arribo.

¹⁵Para mayor detalle ver Folleto Digital: http://cdn.tierradelfuego.org.ar/antartida/folleto_antartida_2016.pdf

Durante la temporada 2015-2016, de los 46 buques de turismo que transitaron por el puerto de Ushuaia, que realizaron un total de 365 viajes, 213 se dirigieron hacia el continente antártico representando el 58,3% sobre el total.

VOLUMEN DE PASAJEROS ANTÁRTICOS EN PUERTO DE USHUAIA SOBRE TOTAL MUNDIAL. Evolución por temporadas

Temporada	Pasajeros mundiales *	Pasajeros Ushuaia			
		Totales **	% sobre mundiales	Locales ***	% sobre mundiales
2005-2006	31.287	28.440	91%	16.909	54%
2006-2007	35.598	33.198	93%	18.694	53%
2007-2008	46.069	44.605	97%	23.431	51%
2008-2009	37.858	34.913	92%	23.431	51%
2009-2010	36.642	35.630	97%	18.204	50%
2010-2011	33.824	32.180	96%	16.089	48%
2011-2012	26.519	25.576	96%	18.920	74%
2012-2013	34.316	33.498	98%	21.842	64%
2013-2014	40.287	37.075	93%	22.314	56%
2014-2015	36.702	35.509	97%	22.275	62%
2015-2016	38.478	33.066	86%	26.859	70%

Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

* Se contabilizan sólo aquellos pasajeros que han sido transportados vía marítima.

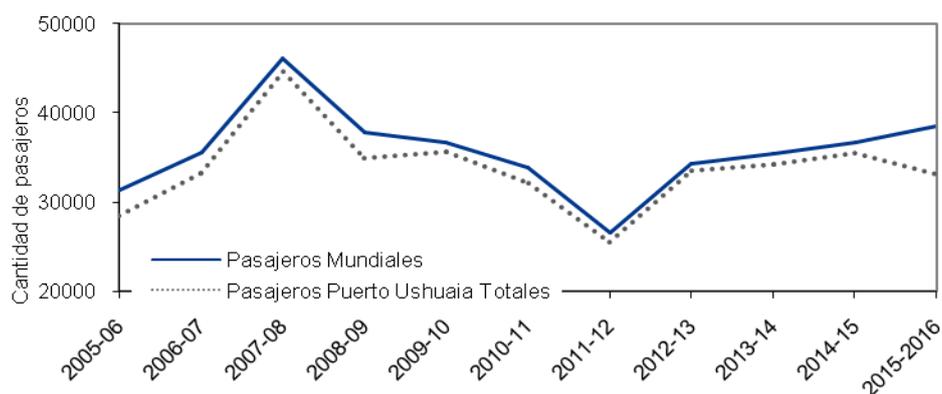
** Pasajeros Ushuaia Totales: número de pasajeros que transitaron por Ushuaia al menos una vez

*** Pasajeros Ushuaia Locales: número de pasajeros que iniciaron y finalizaron su viaje en Ushuaia.

En ambos casos se muestran los respectivos porcentajes sobre el total mundial

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

VOLUMEN DE PASAJEROS ANTÁRTICOS EN EL PUERTO DE USHUAIA SOBRE EL TOTAL MUNDIAL- Evolución por Temporadas



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto de Ushuaia.

VIAJES, PASAJEROS Y BUQUES ANTÁRTICOS QUE TRANSITARON POR USHUAIA. Evolución por temporadas

Temporadas	VIAJES		PASAJEROS		BUQUES	
	Total	Variación anual %	Total	Variación anual %	Total	Variación anual %
2005-06	206	8,4	28.440	-	27	- 6,9
2006-07	236	14,6	33.189	16,7	37	37,0
2007-08	257	8,9	44.605	34,4	39	5,4
2008-09	238	- 7,4	34.913	-21,7	34	- 12,8
2009-10	196	-17,6	35.630	2,1	34	-
2010-11	185	- 5,6	32.180	- 9,7	29	- 14,7
2011-12	178	- 3,8	25.576	- 20,5	22	- 24,1
2012-13	197	10,7	33.498	31,0	25	13,6
2013-14	203	3,0	37.075	11,0	26	4,0
2014-15	203	0	35.509	-4,0	27	4
2015-16*	213	4,9	33.066	-7%	28	3,7

Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

Viajes 'LOCALES', 'SEMI-LOCALES' y 'EN TRANSITO'

Para analizar el flujo de embarcaciones y pasajeros que visitaron la región de la Península Antártica e islas del Atlántico Sur usando Ushuaia como puerto operativo, se han clasificado los viajes y consecuentemente, a los pasajeros de acuerdo al puerto de partida, tránsito y/o regreso optado por los buques en:

LOCALES	<ul style="list-style-type: none"> • Aquellos viajes que se iniciaron y finalizaron en Ushuaia. Esto designa a los pasajeros que pasaron por el puerto local 2 veces: al embarcarse y al desembarcarse de su viaje antártico.
SEMI-LOCALES	<ul style="list-style-type: none"> • Los que se iniciaron o terminaron en Ushuaia, alternando con otro puerto. Esto significa que los pasajeros pasaron por el puerto local 1 vez: en el embarque o en el desembarque de su crucero antártico.
EN TRANSITO	<ul style="list-style-type: none"> • aquellos viajes que NO se iniciaron NI terminaron en Ushuaia, sino que tuvieron una escala en el puerto local, al ir o al regresar de la Antártida. Esto significa que los pasajeros transitaron por Ushuaia una vez, habiendo comenzado y finalizado su crucero en otro puerto.

Del total de los viajes a Antártida realizados a través del Puerto de Ushuaia, 175 fueron viajes locales, cifra que representó el 82,2%. Los viajes semi-locales fueron 35, el equivalente al 16,4%; y, por último, se efectuaron 3 viajes en tránsito, registrando una cifra proporcional del 1,4% sobre el total de viajes realizados.

En función de las categorías enunciadas precedentemente, los pasajeros antárticos transportados (33.066), se distribuyeron del siguiente modo: en los viajes locales fueron transportados 26.783 pasajeros, cifra que representó el 81%. En los viajes semi-locales fueron transportados 4.657 pasajeros, el equivalente al 14,1%; y por último, los viajes en tránsito transportaron 1.626 pasajeros, cifra que representó el 4,9%.

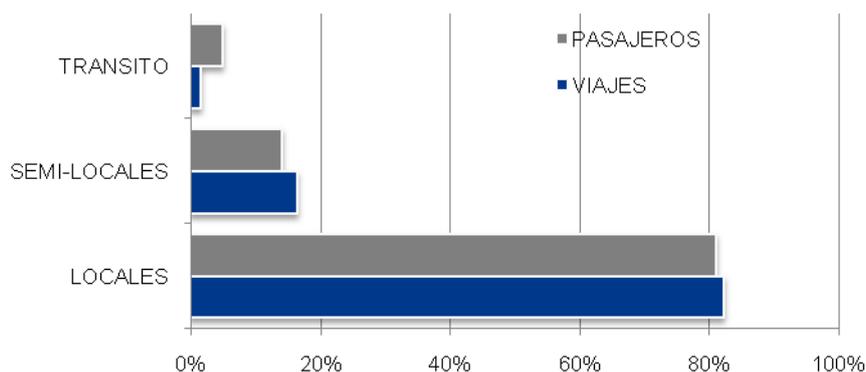
TOTAL VIAJES/PASAJEROS ANTÁRTICOS QUE TRANSITARON POR EL PUERTO DE USHUAIA

	Temporada 2014-2015				Temporada 2015-2016			
	VIAJES		PASAJEROS		VIAJES		PASAJEROS	
	Cantidad	Cuota	Cantidad	Cuota	Cantidad	Cuota	Cantidad	Cuota
Locales	164	80,8%	22.275	63,0%	175	82,2%	26.783	81,0%
Semi-locales	29	14,3%	3.314	9,0%	35	16,4%	4.657	14,1%
Tránsito	10	4,9%	9.920	28,0%	3	1,4%	1.626	4,9%
TOTAL	203	100%	35.509	100%	213	100,0%	33.066	100,0%

Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a Prefectura Naval Argentina, Dirección Provincial de Puertos de Tierra del Fuego y Asociación Internacional de Tour Operadores Antárticos.

CUOTA DE PARTICIPACIÓN DE PASAJEROS Y VIAJES ANTÁRTICOS - Temporada 2015-2016.-



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

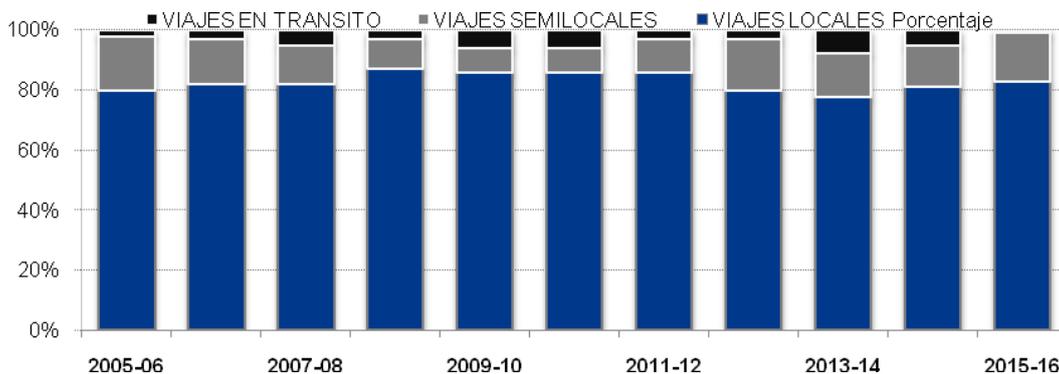
VOLUMEN DE VIAJES ANTÁRTICOS POR EL PUERTO DE USHUAIA SEGÚN TIPO DE VIAJE Y TEMPORADAS.

Temporada	Viajes locales		Viajes semi-locales	Viajes en tránsito
	Cuota	Cantidad		
2005-2006	80%	165	18%	2%
2006-2007	82%	194	15%	3%
2007-2008	86%	209	8%	6%
2008-2009	87%	206	10%	3%
2009-2010	86%	168	8%	6%
2010-2011	86%	151	8%	6%
2011-2012	86%	178	11%	3%
2012-2013	80%	197	17%	3%
2013-2014	80%	167	15%	5%
2014-2015	81%	164	14%	5%
2015-2016	82%	175	16%	1%

Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

VIAJES ANTÁRTICOS POR TIPO. Gráfico comparativo por temporadas.



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

Total Volumen Pasajeros Antárticos por Temporadas

DEMANDA DE CRUCEROS Y PASAJEROS ANTÁRTICOS POR TEMPORADAS. PUERTO DE USHUAIA

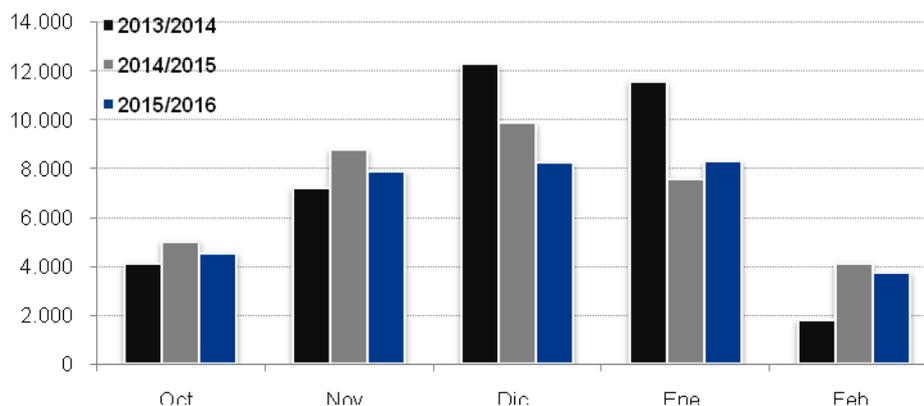
Período	2013/2014		2014/2015		2015/2016*	
	viajes	pasajeros	viajes	pasajeros	viajes	pasajeros
Oct.	-	-	3	-	3	202
Nov.	35	4.131	38	5.050	32	4576
Dic.	50	7.213	49	8.799	49	7932
Ene.	55	12.305	52	9.894	54	8265
Feb.	46	11.611	43	7.622	45	8344
Mar.	17	1.815	18	4.144	30	3747
TOTAL	203	37.075	203	35.509	213	33.066

* Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Nota: Incluye pasajeros locales, semi-locales y en tránsito.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

TOTAL VOLUMEN DE PASAJEROS ANTÁRTICOS. Puerto de Ushuaia Gráfico comparativo últimas temporadas.



Nota: Temporada 2015/2016 datos aún no confirmados a la fecha de presentación de resultados.

Fuente: Instituto Fueguino de Turismo en base a datos de Prefectura Naval Argentina-Ushuaia y Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto Ushuaia.

Tendencia 2016-2017

La temporada de cruceros en Ushuaia comenzó el 14 de septiembre de 2016 con el arribo del buque Stella Australis (Cruceros Australis) con capacidad para 210 pasajeros con destino al Cabo de Hornos y culminará el 18 de abril de 2017 con la última recalada del buque Norwegian Sun (Norwegian Cruise Line) con capacidad de 2400 pasajeros con destino a Valparaíso, Chile.

La temporada de viajes a la Antártida comenzó el 17 de octubre de 2016 con el buque Ushuaia (Antarpply Expeditions) con capacidad para 90 pasajeros y finalizará el 4 de abril de 2017, con el mismo buque. Asimismo, para este tipo de viajes, se resalta la operatoria en el Puerto Ushuaia del Buque Hamburg (Plantours & Partner) con capacidad para 400 pasajeros y el cambio de denominación del buque Sea Explorer por Hebridean Sky (Antarctica XXI) con capacidad para 110 pasajeros.

Según la capacidad de pasajeros, entre los buques de la temporada se destaca el buque Crown Princess (Princess Cruises) con capacidad para 3.080 pasajeros; el Costa Luminosa (Costa Cruceros) de 2.826 pasajeros y el Celebrity Infinity (Celebrity Cruises) de 2.449 pasajeros.

En cuanto a las estimaciones para la temporada de cruceros en el Puerto Ushuaia se proyectan 305 recaladas (247 serían con destino a Antártida y 58 a otros destinos) para un total de 44 cruceros, siendo la mayoría de ellos antárticos.

En comparación con temporada 2015-2016 se observa que la tendencia para la temporada 2016-2017 será más extensa, ya que comenzará un día antes y terminará 12 días más tarde. También se destaca el comportamiento de la línea de Cruceros Australis con el arribo del buque Stella Australis todos los miércoles, a fin de favorecer la combinación con los vuelos Punta Arenas - Ushuaia y Ushuaia - Punta Arenas, operados por la empresa DAP, que se realizarían todos los miércoles y sábados desde el mes de noviembre hasta marzo.

Otro aspecto a destacar, es el aumento de la cantidad de viajes antárticos, ya que la última temporada los buques de gran porte como el Celebrity Infinity (Celebrity Cruises) y el Seabourn Quest (Seabourn Cruises) no realizaron viajes a la Antártida, mientras que en para la próxima temporada están incorporando el destino Antártida en sus itinerarios. A su vez se resalta la continuidad de la operatoria de Holland America con sus buques Zaandam y Prinsendam, y la de Compagnie des Iles du Ponant que opera con tres buques: Le Lyrial, Le Boreal, y Le Soleal, todos ellos con destino a la Antártida. Continúa, además la llegada del Royal Caribbean Cruises Ltd. con su buque Rhapsody of the Seas, que se reincorporó en la temporada anterior tras siete años sin operatoria en el Puerto de Ushuaia el arribo por primera vez del crucero Alucia (Alucia) y nuevamente el crucero Insignia (Oceania Cruises) que desde el año 2004 había suspendido sus arribos en el Puerto de la capital provincial.

ANEXO I

Legislación



Legislación vigente sobre la regulación de los cruceros turísticos en Antártida

Este apartado presenta un anexo respecto de la legislación vigente y regulación jurídica vinculada con los cruceros turísticos en el marco del Tratado Antártico¹⁶. Para más información, puede consultar en la página web del Instituto Fueguino de Turismo, a través del siguiente link:

<http://tierradelfuego.org.ar/antartida/legislacion>

De acuerdo con el Artículo IX del Tratado Antártico, las Partes Consultivas se reúnen una vez al año “con el fin de intercambiar informaciones, consultarse mutuamente sobre asuntos de interés común relacionados con la Antártida y formular, considerar y recomendar a sus gobiernos medidas para promover los principios y objetivos del presente Tratado”. Estos encuentros son las **Reuniones Consultivas del Tratado Antártico (RCTA)**, donde se adoptan medidas que constituyen un régimen administrativo y ambiental de la Antártida. El medio antártico presenta retos para cualquier actividad humana, y al mismo tiempo el progreso técnico acerca a la Antártida cada vez más al resto del mundo. Las normas y directrices administradas por las Partes abarcan asuntos tales como: cooperación científica, protección del medio ambiente antártico, conservación de flora y fauna, preservación de sitios históricos, designación y gestión de zonas protegidas, manejo del turismo, intercambio de información, recopilación de datos meteorológicos, confección de mapas hidrográficos, cooperación logística, comunicaciones y seguridad. Después de la protección ambiental, el segundo tema en importancia del programa de la RCTA en los últimos años ha sido el turismo, debido al rápido aumento del número de visitantes que llegan a la Antártida (Secretaría del Tratado Antártico, 2008).

A los fines del presente informe se mencionan las últimas normativas establecidas al alcance de las prácticas turísticas:

XXX Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Nueva Delhi (2007)

Resolución 4 (2007): El turismo marítimo en el área del Tratado Antártico.

Resolución 5 (2007): El turismo en el área del Tratado Antártico.

XXXII Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Baltimore (2009)

Medida 15 (2009) El desembarco de personas de buques de pasajeros en el Área del Tratado Antártico.

Resolución 7 (2009) Principios generales del turismo antártico.

XXXIII Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Punta del Este (2010)

Resolución 4 (2010) Informe del SCAR sobre el cambio climático en la Antártida y el medio ambiente.

Resolución 5 (2010) Coordinación entre las Partes del Tratado Antártico sobre las propuestas relacionadas con la Antártida que están en consideración en la OMI.

Resolución 7 (2010) Mejora del control por el Estado del puerto de las embarcaciones de pasajeros con destino al Área del Tratado Antártico.

XXXIV Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Buenos Aires (2011)

Resolución 2 (2011) Guía para la Preparación de Planes de Gestión para las Zonas Antárticas Especialmente Protegidas.

Resolución 6 (2011) Especies no autóctonas.

XXXV Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Hobart (2012)

Decisión 3 (2012) Formulación de un plan de trabajo estratégico plurianual para la Reunión Consultiva Tratado Antártico.

Resolución 10 (2012) Directrices para yates.

¹⁶ El Principal propósito del Tratado Antártico, firmado originariamente por 12 países en Washington en 1959, es asegurar en “interés de toda la humanidad que la Antártida continúe utilizándose siempre exclusivamente para fines pacíficos y que no llegue a ser escenario u objeto de discordia internacional.” Desde la mencionada fecha, otros 41 países adhirieron al Tratado. De acuerdo con el Artículo IX-2, ellos también tienen derecho a nombrar representantes para participar en las reuniones, mientras demuestren su interés en la Antártida mediante la realización en ella de *investigaciones científicas importantes*. Diecisiete de las Partes adherentes han desarrollado actividades en la Antártida de acuerdo con esta disposición y, consecuentemente, existen en la actualidad veintinueve Partes Consultivas en total. Las 24 Partes no Consultivas son invitadas a asistir a las reuniones, pero no participan en la toma de decisiones. En el 2014 se suma como parte consultiva República Checa y, en el 2015, como no consultiva Islandia y Kazajstán. Disponible en: http://www.ats.aq/devAS/ats_parties.aspx?lang=s

Resolución 11 (2012) Lista de verificación para las actividades de los visitantes en el terreno.

XXXVI Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Bruselas (2013)

Decisión 5 (2013) Plan estratégico de trabajo plurianual para la Reunión Consultiva del Tratado Antártico.

Decisión 6 (2013) Intercambio de Información sobre Turismo y Actividades No Gubernamentales.

Resolución 1 (2013) Seguridad aérea en la Antártida.

Resolución 2 (2013) Manual sobre Limpieza de la Antártida.

Resolución 5 (2013) Cooperación internacional en proyectos de cultura en la Antártida.

XXXVII Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Brasilia (2014)

Decisión 3 (2014) Plan de trabajo estratégico plurianual para la Reunión Consultiva del Tratado Antártico.

Resolución 1 (2014) Almacenamiento y manipulación de combustibles.

Resolución 2 (2014) Cooperación, facilitación e intercambio de información meteorológica y medioambiental oceanográfica y de la criósfera asociada.

Resolución 3 (2014) Respaldo al Código Polar.

Resolución 4 (2014) Directrices para sitios que reciben visitantes.

Resolución 5 (2014) Fortalecimiento de la cooperación en materia de levantamientos y cartografía hidrográfica de las aguas antárticas.

XXXVIII Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Sofía (2015)

Resolución 1 (2015) Sistema de cooperación sobre el transporte aéreo.

Resolución 2 (2015) Sistema de información y tecnologías de telecomunicación antártica.

Resolución 3 (2015) Portal medioambiental del Antártico.

Resolución 4 (2015) Comité del Programa de Trabajo de Respuesta de Protección Ambiental de Cambio Climático.

Resolución 5 (2015) Áreas Importantes para las Aves en la Antártida.

Resolución 6 (2015) El papel de la Antártida en los procesos climáticos globales.

XXXIX Reunión Consultiva del Tratado Antártico, Santiago (2016)

Decisión 1 (2016) Observadores del Comité para la Protección del Medio Ambiente.

Decisión 2 (2016) Reglas de Procedimiento Revisadas para la Reunión Consultiva del Tratado Antártico

Decisión 5 (2016) Intercambio de información

Resolución 1 (2016) Lineamientos revisados para la Evaluación de Impacto Ambiental en la Antártida

Resolución 2 (2016) Directrices para Sitios que reciben visitas

Resolución 3 (2016) Código de Conducta para la realización de actividades en los medioambientes geotérmicos terrestres en la Antártida

Resolución 4 (2016) Manual sobre especies no autóctonas

Resolución 5 (2016) Guía revisada para la presentación de Documentos de Trabajo que contengan propuestas relativas a Zonas Antárticas Especialmente Protegidas, Zonas Antárticas Especialmente Administradas o Sitios y Monumentos Históricos

Resolución 6 (2016) Reiteración del continuo compromiso con la prohibición de actividades relativas a los recursos minerales antárticos con fines distintos a la investigación científica; respaldo a la prohibición de la minería en la Antártida

ANEXO II

Glosario



Turismo: comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lu distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fin ocio, por negocios y otros motivos.

Visitante: una persona que viaja a un destino principal distinto al de su **entorno habitual**, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un **visitante (interno, receptor o emisor)** se clasifica como **turista (o visitante que pernocta)**, si su **viaje** incluye una pernoctación, o como **visitante del día (o excursionista)** en caso contrario. Incluye por tanto, a los turistas y a los cruceristas.

Turista: Un **visitante (interno, receptor o emisor)** se clasifica como **turista (o visitante que pernocta)**, si su viaje incluye una pernoctación.

Crucero: es un producto turístico que comprende un itinerario por varios Puertos donde, además del transporte hacia y/o en el área de destino, las facilidades de alojamiento y servicios complementarios constituyen elementos claves de la oferta, determinada por el tamaño del buque. En términos generales, los cruceros turísticos se caracterizan por constituirse en un destino en sí mismos, debido a que el conjunto de amenidades ofrecidas a bordo constituye la motivación básica de los pasajeros. Son sólo cruceros marítimos, no incluyéndose por tanto ni los cruceros costeros ni los ferries-cruceros ni los cruceros fluviales.

Crucерista: designa al turista que consume el servicio de un crucero turístico.

Pasajeros (en crucero): son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a pernoctar al buque, aunque éste permanezca en el Puerto varios días.

Estacionalidad Turística: característica del fenómeno turístico ocasionada por la concentración de la afluencia de visitantes en ciertos meses del año coincidente por lo general con las épocas de vacaciones. En Tierra del Fuego la temporada alta se manifiesta entre los meses de octubre a marzo.

Temporada de cruceros en Ushuaia: Período que inicia en el mes de septiembre con la llegada del primer buque, y se extiende hasta el mes de abril. El crucerismo como cualquier otra esfera de la actividad turística se ve afectado por la estacionalidad, siendo un producto de verano.

Recalada: arribo de un crucero al Puerto de Ushuaia.

Oferta Turística: cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer en un determinado espacio geográfico y socio-cultural, y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.

Demanda Turística: Es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes. Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) piden a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

Mercado turístico: conjunto de consumidores que demandan bienes y servicios al conjunto de los productores que los ofrecen.

Clasificación por Itinerario de Viajes:

Antárticos: Son todos aquellos viajes que se dirigen hacia el continente antártico

Cono Sur: También conocidos como “pendulares”. Refiere a todos aquellos viajes que se realizan en el extremo sur de América con itinerarios entre Argentina y Chile (por ejemplo: desde Buenos Aires, Argentina a Valparaíso, Chile y/o viceversa)

Canales Fueguinos: Todos aquellos viajes con itinerarios en los canales marítimos de la isla grande de Tierra del Fuego.

Clasificación por Tipo:

Locales: aquellos viajes que se iniciaron y terminaron en la ciudad de Ushuaia.

Semi-locales: aquellos viajes que se iniciaron o terminaron en la ciudad de Ushuaia, alternando con otro Puerto.

En tránsito: aquellos viajes que tuvieron una escala en el Puerto de la ciudad de Ushuaia, pero no se iniciaron ni terminaron en la citada ciudad.

Clasificación de cruceros según tamaño: Para comparar las características de los buques de turismo antártico que intervinieron en la temporada analizada, se agrupan de acuerdo a la capacidad máxima de pasajeros en:

Pequeños (peq.): hasta 100 pasajeros

Medianos (med.): entre 101 a 299 pasajeros

Grandes (grd): entre 300 a 499 pasajeros

De gran porte (dgp): 500 o más pasajeros

Estadía Promedio: Plazas ocupadas / Viajeros.

Las pernoctaciones: indican la cantidad de noches que los visitantes se alojaron en establecimientos turísticos en un determinado período. Igual al número de plazas ocupadas.

Duración de la Estadía: es un elemento clave para la determinación del gasto pues a mayor número de días de permanencia mayor es el gasto realizado.

Tasa de Ocupación: camarotes o unidades ocupadas/camarotes o unidades disponibles * 100. El índice de ocupación puede ser superior a 100, dado que la capacidad oficial de alojamiento no considera las camas supletorias o terceras camas en camarotes dobles.

Cuota de Mercado: es la fracción o porcentaje que se obtiene del total del mercado disponible. (Participación de mercado (Market Share))

ANEXO III

Principales Operadores en Puerto Ushuaia - *Contacto*



Principales operadores en el Puerto de Ushuaia- Temporada 2015/2016

BARCO	OPERADOR	CONTACTO
Akademik Sergei Vavilov (110 pasajeros) Akedemik Ioffe (110 pasajeros)	ONE OCEAN EXPEDITIONS Origen: USA	E-mail: voyages@oneoceanexpeditions.com
Amadea (600 pasajeros)	PHOENIX REISEN Origen: Alemania	E-mail: info@PhoenixReisen.com
Bark Europa (48 pasajeros)	BARK EUROPA Origen: Holanda	E-mail: info@barkeuropa.com
Bremen (164 pasajeros) Hanseatic (164 pasajeros)	HAPAG-LLOYD Origen: Alemania	E-mail: info@hapag-lloyd.com
Celebrity Infinity (2449 pasajeros)	CELEBRITY CRUISES Origen: USA	E-mail: ventas@organfur.com.ar
Costa Luminosa (2826 pasajeros)	COSTA CRUCEROS Origen: Italia	E-mail: informes@ar.costa.it
Corinthian (100 pasajeros)	GRAND CIRCLE CORPORATION Origen: USA	E-mail: online@gct.com
Crystal Symphony (922 pasajeros)	CRYSTAL CRUISES Origen: USA	E-mail: internationalsales@crystalcruises.com
Expedition (120 pasajeros)	G ADVETURES Origen: Canadá	E-mail: opsmarine@gadventures.com
Fram (318 pasajeros)	HURTIGRUTEN ASA Origen: Noruega	E-mail: firmapost@hurtigruten.com
Le Boreal (264 pasajeros) Le Lyril (264 pasajeros) L'Austral (264 pasajeros)	COMPAGNIE DES ILES DU PONANT Origen: Francia	E-mail: info@ponant.com
Mariner (350 pasajeros)	SWAN HELLENIC CRUISES Origen: Reino Unido - United Kingdom	E-mail: info@swanhellenic.com

National Geographic Explorer (150 pasajeros) National Geographic Orion (106 pasajeros)	LINDBLAD EXPEDITIONS NATIONAL GEOGRAPHIC EXPEDITIONS Origen: USA	E-mail: dwaynes@expeditions.com
Norwegian Sun (2400 pasajeros)	NORWEGIAN CRUISE LINE Origen: USA	
Ocean Endeavour (199 pasajeros) Ocean Diamond (252 pasajeros) Sea Adventurer (141 pasajeros) Sea Explorer (110 pasajeros)	QUARK EXPEDITIONS Origen: USA	E-mail: enquiry@quarkexpeditions.com
Ocean Dream (1350 pasajeros)	PEACE BOAT GLOBAL PEACE VOYAGE Origen: Japón	E-mail: pbglobal@peaceboat.gr.jp
Ocean Nova (85 pasajeros)	ANTARCTICA XXI Origen: Chile	EMail: sales@antarcticaxxi.com
Plancius (116 pasajeros) Ortelius (116 pasajeros)	OCEANWIDE EXPEDITIONS Origen: Holanda	E-mail: info@oceanwide-expeditions.com
Polar Pioneer (56 pasajeros)	AURORA EXPEDITIONS Origen: Australia	E-mail: auroraex@auroraexpeditions.com.au
Queen Mary 2 (2620 pasajeros)	CUNARD LINE Ltd. Origen: Reino Unido	RES: 1-800-7-286273
Regatta (684 pasajeros) Marina (1250 pasajeros)	OCEANIA CRUISES Origen: USA	E-mail: customerinfo@OceaniaCruises.com
Rhapsody of the Seas (2416 pasajeros)	ROYAL CARIBBEAN CRUISES Origen: USA	E-mail: crownandanchor@rccl.com RES: (800) 398-9819
Seabourn Quest (450 pasajeros)	SEABOURN CRUISES Origen: USA	E-mail: info@seabourn.com
Sea Spirit (127 pasajeros)	POSEIDON EXPEDITIONS	
Seven Seas	REGENT SEVEN SEAS	E-mail: information@RSSC.com

Mariner (700 pasajeros)	CRUISES Origen: USA	
Star Princess (2600 pasajeros) Ocean Princess (826 pasajeros)	PRINCESS CRUISES Origen: USA	E-mail: pbeggs@princesscruises.com
Stella Australis (210 pasajeros) Via Australis (120 pasajeros)	CRUCEROS AUSTRALIS Origen: Chile	
Silver Explorer (132 pasajeros) Silver Spirit (540 pasajeros)	SILVERSEA CRUISES Origen: USA	E-mail: info@silverseacruises.com
The World (647 pasajeros)	THE WORLD RESIDENCES AT SEA	1551 Sawgrass Corporate Pkwy, Suite 200. Fort Lauderdale, FL 33323, USA
Ushuaia (90 pasajeros)	ANTARPLY EXPEDITONS Origen: Argentina	E-mail: info@antarply.com
Zaandam (1805 pasajeros) Prinsendam (830 pasajeros)	HOLLAND AMERICA LINE Origen: USA	E-mail: reservations@hollandamerica.com



Se puede hacer un uso no comercial de este material sin modificaciones,
siempre que se cite la fuente Instituto Fuegoino de Turismo o comunicando a
la persona u organización responsable de su difusión y el objetivo que se
persigue (aplicar experiencias, estudio, investigación)
INSTITUTO FUEGUINO DE TURISMO
estadística@tierradelfuego.org.ar
www.tierradelfuego.org.ar
Noviembre 2016