



USHUAIA, 18 ABR 2011

SEÑOR PRESIDENTE :

Me dirijo a Usted y por su intermedio a los demás Ediles que integran ese Cuerpo Deliberativo, en respuesta a las Resoluciones C.D. mencionadas en la referencia, mediante las cuales se solicita a este Departamento Ejecutivo, informe sobre el alcance del convenio suscripto con la Empresa "Aerolíneas Argentinas".

Al respecto remito adjunto para su conocimiento copia autenticada de la Nota N° 057/2010, Letra: S.T.U., de fecha 14 de Abril de 2010; copia autenticada de la Nota N° 098/2010, Letra: MUN.U., de fecha 20 de Abril de 2010 y Nota N° 22/2011, Letra: S.T.U., del Secretario de Turismo de este Departamento Ejecutivo, dando respuesta de esta manera a vuestro requerimiento.

Sin otro particular, saludo a Usted y a los demás integrantes de este Cuerpo, con mi mayor consideración.-

edb

CONCEJO DELIBERANTE USHUAIA	
MED. DE LA CIUDAD DE USHUAIA	
ASUPTO: 307/11	
Fecha:	18/04/11 12:15
Numero:	307 14
Expte. N°:	
Girado:	23/11
Recibido:	

Federico Sciarano
Intendente
Municipalidad de Ushuaia

AL SEÑOR
PRESIDENTE DEL CONCEJO DELIBERANTE
DE LA CIUDAD DE USHUAIA
Dn. Damián DE MARCO
S. / D.



Provincia de Tierra del
Fuego
Antártida e Islas del
Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° 22 /2011
Letra S.T.U

Ushuaia, 07 de abril de 2011

Sr. Intendente

Informo a Ud. que la respuesta a la Resolución CD N° 025/2010 ha sido formalizada a través de la Nota Mun U N° 98/2010.

DANIEL LUIS LEGUIZAMON
Secretario de Turismo
Municipalidad de Ushuaia



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

098

Nota N° /2010
Letra: MUN.U

USHUAIA, 20 ABR 2010

SR. PRESIDENTE:

En respuesta a la resolución CD N° 025/2010 dada en sesión ordinaria de fecha 3 de marzo de 2010 adjunto informe correspondiente.

Sin otro particular, saludo a usted atentamente.

Federico SCIURANO
INTENDENTE
Municipalidad de Ushuaia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

OSCAR DANIEL LUCERO
Jefe Div. Asesor
D.L. y T. y D.G. S.L. y T.
Municipalidad de Ushuaia

13-04-2010

AI SEÑOR
Presidente del Concejo Deliberante de Ushuaia
Dn. Damian DE MARCO
S _____ /D _____



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

**INFORME CONVENIO MUNICIPALIDAD DE USHUAIA
CON AEROLINEAS ARGENTINAS**

A) Mediante el contrato firmado oportunamente, ARSA pone a disposición de La Municipalidad de Ushuaia la capacidad de las aeronaves equipadas, tripuladas y provistas de los documentos necesarios, para realizar los siguientes vuelos:

**EQUIPO 737 -700 128 Plazas
SALIDAS, RUTA (SAO-USH-SAO), HORARIOS:
DIA SABADO 03JUL2010:**

	ETA	ETD
EZE		1250
SAO	1537	1620
USH	2221	2305
EZE	0225	

DIAS SABADOS 10JUL2010/17JUL2010/24JUL2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
SAO	1539	1620
USH	2221	2305
EZE	0225	

DIA SABADO 31JUL2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
SAO	1539	1620
EZE	1915	

**EQUIPO 737 -700 128 Plazas
SALIDAS, RUTA (CWB-POA-USH-CWB-POA), HORARIOS:
DIA DOMINGO 18JUL2010:**

	ETA	ETD
EZE		1150
CWB	1405	1445
POA	1601	1641
USH	2142	2222
EZE	0142	

DIAS DOMINGOS 25JUL2010 y 01AGO2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
CWB	1505	1545
POA	1701	1741
USH	2242	2322
EZE	0242	

DIA DOMINGO 08AGO2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
CWB	1505	1545
POA	1701	1741
EZE	1926	

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

OSCAR DANIEL LUCERO
Jefe Div. Archivo
D.L. y T. y D.G. - S.L. y T.
Municipalidad de Ushuaia



OPERADOR	PLAZAS	ROTAC	TTL PLZS	TARIFA	RECAUD
P. ALEGRE	88	3	264	USD 620	163680
UNEWORLD	20	3	60	620	37200
PERSONAL	20	3	60	620	37200
GALPAGOS	14	3	42	620	26040
UP GRADE	14	3	42	620	26040
SEPEAN	10	3	30	620	18600
MAK TOUR	10	3	30	620	18600
Total	88		264		163680
OPERADOR	PLAZAS	ROTAC	TTLPLZS	TARIFA	RECAUD
CURITIBA	40	3	120	USD 630	75600
AEROCONDOR	10	3	30	630	18900
MAKTOUR	8	3	24	630	15120
GREEN PEACE	6	3	18	630	11340
MGM	6	3	18	630	11340
NEWLINE	6	3	18	630	11340
TOURLINES	4	3	12	630	7560
	40		120		75600

Vendidas las totalidad de las plazas disponibles a los valores que se han establecido para cada tramo (USD 640, 630 y 620) surgirá una diferencia a favor de la municipalidad de U\$S 9.960 que serán acreditados por AR para financiar le llegada a Ushuaia de fam y press tour (Agencias vendedores y Prensa)

C) Los resultados son absolutamente satisfactorios y se están cumpliendo los objetivos en tiempo y forma, superando incluso las expectativas.

Como fue anunciado en los mensajes de elevación de los Presupuestos y en cada reunión que se mantuvo con los Sres Concejales, la estrategia del Municipio en materia de captación de mercados para la baja temporada apuntaba a tres puntos básicos:

1.- Lograr nuevas opciones de transportación aérea, por lo que en el Mensaje de elevación se mencionaba textualmente:

"El factor clave que mueve a cientos de estados en el mundo a realizar significativos esfuerzos para desarrollar su potencial turístico, se funda precisamente en la superlativa distributividad económica que caracteriza al turismo, a través de una amplia y diversificada cadena de valor como muy pocas actividades pueden acreditar. La captación de recursos y su distribución en el tejido social son desafíos clave en los diseños estratégicos que desvelan a la economía mundial.

En este punto es preciso señalar que en base a la infraestructura y servicios desarrollados en Ushuaia y alrededores en los últimos quince años, la ciudad ha afianzado una sólida temporada alta estival y está en inmejorable situación para generar asimismo una pujante temporada alta de invierno, debiendo subrayarse que la posibilidad de contar con dos temporadas altas en el año es privilegio que prácticamente ninguna otra ciudad del país puede aspirar.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° 12010
Letra: MUN.U

Nota: Los tramos EZE-USH y USH-EZE refuerzan la oferta para el uso de pasajeros locales, que en vacaciones de invierno tiene alta demanda.

B) Previo a tomar compromisos, se realizaron dos misiones: una en diciembre de 2009 y otra en febrero de 2010, a efectos de tener la certeza de una ocupación satisfactoria. Cooperaron activamente para estas misiones los Consulados y la DINTU (Dirección Nacional de Apoyo al Turismo de la Cancillería Argentina) así como el Instituto Nacional de Promoción Turística y las Sucursales de Aerolíneas Argentinas.

Los resultados fueron contundentes a favor de la realización de la serie charter, lo que motivó la decisión de proceder a la contratación de los vuelos.

Los precios del fletamento se han establecido en la suma de USD 316.000.- (dólares estadounidenses trescientos dieciséis mil) para la operación SAO-USH-SAO, y en la suma de USD 241.000.- (dólares estadounidenses doscientos cuarenta y un mil) para la operación CWB-POA-USH-CWB-POA, que serán abonados directamente a Aerolíneas Argentinas POR LOS OPERADORES MAYORISTAS que toman lugares en los vuelos.

Como en años anteriores, la Municipalidad se compromete a cubrir los asientos no vendidos. Pero al estar requeridas y vendidas la totalidad de las plazas, para la operación 2010 la Municipalidad no debe realizar erogación alguna de su presupuesto.

Nota: Este año la demanda sobre los vuelos organizados por la Municipalidad de Ushuaia ha superado ampliamente la oferta. Incluso hay operadores que solicitan la intermediación de la Municipalidad para contratar avión entero a su propio riesgo.

Los cupos adquiridos por los operadores Mayoristas son los que se detallan a continuación:

OPERADOR	PLAZAS	ROTACIONES	TTL PLZS	TARIFA	RECAUD
SAN PABLO	128	4	512	USD 640	327680
MAKTOUR	20	4	80	640	51200
ANCORADOURO	18	4	72	640	46080
BADINO	14	4	56	640	35840
TGK	10	4	40	640	25600
NASCIMENTO	8	4	32	640	20480
FREE WAY	8	4	32	640	20480
CALCOS	8	4	32	640	20480
AGAXTOUR	8	4	32	640	20480
FENIX	8	4	32	640	20480
CONEXTOUR	8	4	32	640	20480
TERRAMUNDI	6	4	24	640	15360
AMBIENTAL	6	4	24	640	15360
RINCONES TUR	6	4	24	640	15360
	128		512		327680

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

OSCAR DANIEL LUCERO
Jefe Div. Archivo
D.L. y T. y D.G. - S.L. y T.
Municipalidad de Ushuaia



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Pero el talón de Aquiles de este objetivo está dado en la extrema vulnerabilidad de un componente clave, como es la transportación aérea...."

2.- A fin de lograr otra vertiente que no fuera la exigua oferta aérea nacional se proponía **un fuerte trabajo de posicionamiento en el mercado brasileño**, por lo que en el Mensaje de Elevación del Presupuesto 2008 se mencionaba taxativamente:

"Por tal razón y en función de lo que implica el abastecimiento de la economía turística en la denominada "Ventana Crítica Invernal" (VCI), es que el presupuesto elevado al Concejo Deliberante propone partidas acordes para asumir una agresiva fase de posicionamiento en un mercado altamente estratégico como lo es el brasileño, a través de un programa de Vuelos Exploratorios, con el objeto de propiciar una conexión aérea directa entre San Pablo/Porto Alegre y Ushuaia, posibilitando una nueva fuente de abastecimiento a la economía turística, independiente del exiguo y conflictuado aporte que puede ofrecer la estructura aerocomercial de cabotaje nacional"

3.- Asimismo, se planteó como estrategia desde el inicio de la actual gestión de **utilizar la partida de casi un millón de pesos (\$ 1.000.000)** que utilizaba la gestión saliente para hacer promoción en vía pública en la ciudad de Buenos Aires, **con el objeto de financiar la estrategia de posicionamiento en el mercado brasileño**, contando como principal herramienta la serie CHARTER, con la total certeza del alto impacto que resultaría de ofrecer plazas aéreas a operadores que no lograban lugares para poder montar una oferta consistente.

Con la política de "vuelos exploratorios", ampliamente fundamentada ante el Concejo Deliberante, se propuso precisamente asumir el riesgo por dos o tres temporadas hasta que el mercado por su propia dinámica comenzara a contratar vuelos charter a su propio riesgo como sucede con otros destinos que han comenzado con estas políticas 20 o 30 años atrás.

Hoy podemos afirmar que el objetivo está ampliamente cumplido y que para el año 2011 seguramente no será más necesario ocuparse de operaciones en San Pablo que ya ya en el 2010 hay operadores que están tratando de conseguir aeronaves para realizar operaciones a su propio riesgo. Sí es posible que se deba acompañar una o dos temporadas más las operaciones de Curitiba y Porto Alegre, donde seguramente la demanda requiera realizar operaciones individuales para cada ciudad.

Dos datos muy importantes a tener en cuenta

1. Brasil está gozando de una creciente y sólida prosperidad económica, a tal punto que es común ver la siguiente frase motivacional: "BRASIL SE ENCAMINA A SER LA QUINTA POTENCIA MUNDIAL: ¿QUÉ ESTÁ HACIENDO SU EMPRESA PARA APROVECHARLO?" Ushuaia está trabajando activamente para aprovechar esta situación, especialmente en la zona centro y sur donde se da la mayor bonanza económica.

2) Es muy importante tener en cuenta que la serie Charter no debe medirse sólo por su volumen de transportación, sino principalmente **por el altísimo efecto de derivación de pasajeros a vuelos de cabotaje.**

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

OSCAR DANIEL LUCERO
Jefe Div. Archivo
D.L y T. y D.G. - S.L. y T.
Municipalidad de Ushuaia



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Como podrán notar en la asignación de cupos, hay una cantidad muy importantes de Operadores Mayoristas de primera línea que mueven cifras astronómicas de pasajeros, que pese a haber pedido el avión entero, 60, 80 plazas por vuelo, aceptaron tener sólo 6 o 8 plazas en cada salida con tal de estar en el charter. Esto es porque los charters generan alta demanda y toda esa demanda que no pueden subir al mismo la derivan a vuelos regulares, que este año al operar desde Aeroparque y no más de Ezeiza brinda una importantísima mejora operativa y comercial.

D) La Confederación Ushuaia Bureau no es parte firmante del Contrato, pero las cámaras empresarias, las asociaciones y demás integrantes que lo componen avalan en forma categórica esta estrategia. Asimismo se ha establecido una complementación de esfuerzos entre el Ushuaia Bureau, el Instituto Fueguino de Turismo, el Instituto Nacional de Promoción Turística, los Consulados de San Pablo, Porto Alegre y Curitiba con el aval formal de la Cancillería Argentina a través de la DINTU, con el objeto de apuntalar la estrategia de posicionamiento propuesta por la Municipalidad de Ushuaia en general y de la serie charter en particular.

Federico SCIURANO
INTENDENTE
Municipalidad de Ushuaia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

OSCAR DANIEL LUCERO
Jefe de Archivo
D.L. y T. y D.G. - S.L. y T.
Municipalidad de Ushuaia



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° 057/2010
Letra: STU

Ushuaia, 14 de abril de 2010

SEÑOR INTENDENTE:

Por la presente me dirijo a usted, a fin de poner en su disposición el informe correspondiente al Convenio con la empresa Aerolíneas Argentinas sobre la contratación de vuelos charter para la temporada invernal 2010.

En tal sentido, se adjunta el mismo para su conocimiento y posterior respuesta al requerimiento que fuera cursado por el Concejo Deliberante de Ushuaia mediante resolución CD N° 025/2010.

ES COPIA FIEL

Débora HIRSCH
Jefe Departamento
Gestión y Comunicación Institucional
Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia

Recibido.

María Angélica Gadea
Programa Gestión Administrativa
y Atención al Vecino
MUNICIPALIDAD DE USHUAIA

Las Malvinas, Georgias y Sandwich del Sur son Argentinas"

14/04/2010.



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° /2010
Letra: MUN.U

**INFORME CONVENIO MUNICIPALIDAD DE USHUAIA
CON AEROLINEAS ARGENTINAS**

A) Mediante el contrato firmado oportunamente, ARSA pone a disposición de La Municipalidad de Ushuaia la capacidad de las aeronaves equipadas, tripuladas y provistas de los documentos necesarios, para realizar los siguientes vuelos:

EQUIPO 737 -700 128 Plazas

SALIDAS, RUTA (SAO-USH-SAO), HORARIOS:

DIA SABADO 03JUL2010:

	ETA	ETD
EZE		1250
SAO	1537	1620
USH	2221	2305
EZE	0225	

DIAS SABADOS 10JUL2010/17JUL2010/24JUL2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
SAO	1539	1620
USH	2221	2305
EZE	0225	

DIA SABADO 31JUL2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
SAO	1539	1620
EZE	1915	

EQUIPO 737 -700 128 Plazas

SALIDAS, RUTA (CWB-POA-USH-CWB-POA), HORARIOS:

DIA DOMINGO 18JUL2010:

	ETA	ETD
EZE		1150
CWB	1405	1445
POA	1601	1641
USH	2142	2222
EZE	0142	

DIAS DOMINGOS 25JUL2010 y 01AGO2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
CWB	1505	1545
POA	1701	1741
USH	2242	2322
EZE	0242	

DIA DOMINGO 08AGO2010:

	ETA	ETD
EZE		0600
USH	0935	1015
CWB	1505	1545
POA	1701	1741
EZE	1926	

ES COPIA FIEL

Debora HIRSCH
Jefe Departamento
Gestión y Comunicación Institucional
Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° /2010
Letra: MUN.U

OPERADOR	PLAZAS	ROTAC	TTL PLZS	TARIFA	RECAUD
P. ALEGRE	88	3	264	USD 620	163680
UNEWORLD	20	3	60	620	37200
PERSONAL	20	3	60	620	37200
GALPAGOS	14	3	42	620	26040
UP GRADE	14	3	42	620	26040
SEPEAN	10	3	30	620	18600
MAK TOUR	10	3	30	620	18600
Total	88		264		163680

OPERADOR	PLAZAS	ROTAC	TTLPLZS	TARIFA	RECAUD
CURITIBA	40	3	120	USD 630	75600
AEROCONDOR	10	3	30	630	18900
MAKTOUR	8	3	24	630	15120
GREEN PEACE	6	3	18	630	11340
MGM	6	3	18	630	11340
NEWLIN	6	3	18	630	11340
TOURLINES	4	3	12	630	7560
	40		120		75600

Vendidas las totalidad de las plazas disponibles a los valores que se han establecido para cada tramo (USD 640, 630 y 620) surgirá una diferencia a favor de la municipalidad de U\$S 9.960 que serán acreditados por AR para financiar le llegada a Ushuaia de fam y press tour (Agencias vendedores y Prensa)

C) Los resultados son absolutamente satisfactorios y se están cumpliendo los objetivos en tiempo y forma, superando incluso las expectativas.

Como fue anunciado en los mensajes de elevación de los Presupuestos y en cada reunión que se mantuvo con los Sres Concejales, la estrategia del Municipio en materia de captación de mercados para la baja temporada apuntaba a tres puntos básicos:

1.- Lograr nuevas opciones de transportación aérea, por lo que en el Mensaje de elevación se mencionaba textualmente:

"El factor clave que mueve a cientos de estados en el mundo a realizar significativos esfuerzos para desarrollar su potencial turístico, se funda precisamente en la superlativa distributividad económica que caracteriza al turismo, a través de una amplia y diversificada cadena de valor como muy pocas actividades pueden acreditar. La captación de recursos y su distribución en el tejido social son desafíos clave en los diseños estratégicos que desvelan a la economía mundial.

En este punto es preciso señalar que en base a la infraestructura y servicios desarrollados en Ushuaia y alrededores en los últimos quince años, la ciudad ha afianzado una sólida temporada alta estival y está en inmejorable situación para generar asimismo una pujante temporada alta de invierno, debiendo subrayarse que la posibilidad de contar con dos temporadas altas en el año es privilegio que prácticamente ninguna otra ciudad del país puede aspirar.

Débora HIRSCH
Jefe Departamento
Gestión y Comunicación Institucional
Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia

ES COPIA FIEL



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° /2010
Letra: MUN.U

Nota: Los tramos EZE-USH y USH-EZE refuerzan la oferta para el uso de pasajeros locales, que en vacaciones de invierno tiene alta demanda.

B) Previo a tomar compromisos, se realizaron dos misiones: una en diciembre de 2009 y otra en febrero de 2010, a efectos de tener la certeza de una ocupación satisfactoria. Cooperaron activamente para estas misiones los Consulados y la DINTU (Dirección Nacional de Apoyo al Turismo de la Cancillería Argentina) así como el Instituto Nacional de Promoción Turística y las Sucursales de Aerolíneas Argentinas.

Los resultados fueron contundentes a favor de la realización de la serie charter, lo que motivó la decisión de proceder a la contratación de los vuelos.

Los precios del fletamento se han establecido en la suma de USD 316.000.- (dólares estadounidenses trescientos dieciséis mil) para la operación SAO-USH-SAO, y en la suma de USD 241.000.- (dólares estadounidenses doscientos cuarenta y un mil) para la operación CWB-POA-USH-CWB-POA, que serán abonados directamente a Aerolíneas Argentinas POR LOS OPERADORES MAYORISTAS que toman lugares en los vuelos.

Como en años anteriores, la Municipalidad se compromete a cubrir los asientos no vendidos. Pero al estar requeridas y vendidas la totalidad de las plazas, para la operación 2010 la Municipalidad no debe realizar erogación alguna de su presupuesto.

Nota: Este año la demanda sobre los vuelos organizados por la Municipalidad de Ushuaia ha superado ampliamente la oferta. Incluso hay operadores que solicitan la intermediación de la Municipalidad para contratar avión entero a su propio riesgo.

Los cupos adquiridos por los operadores Mayoristas son los que se detallan a continuación:

OPERADOR	PLAZAS	ROTACIONES	TTL PLZS	TARIFA	RECAUD
SAN PABLO	128	4	512	USD 640	327680
MAKTOUR	20	4	80	640	51200
ANCORADOURO	18	4	72	640	46080
BADINO	14	4	56	640	35840
TGK	10	4	40	640	25600
NASCIMENTO	8	4	32	640	20480
FREE WAY	8	4	32	640	20480
CALCOS	8	4	32	640	20480
AGAXTOUR	8	4	32	640	20480
FENIX	8	4	32	640	20480
CONEXTOUR	8	4	32	640	20480
TERRAMUNDI	6	4	24	640	15360
AMBIENTAL	6	4	24	640	15360
RINCONES TUR	6	4	24	640	15360
	128		512		327680

ES COPIA FIEL

Débora HIRSCH
Débora HIRSCH
Jefe Departamento
Gestión y Comunicación Institucional
Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° /2010
Letra: MUN.U

Pero el talón de Aquiles de este objetivo está dado en la extrema vulnerabilidad de un componente clave, como es la transportación aérea...."

2.- A fin de lograr otra vertiente que no fuera la exigua oferta aérea nacional se proponía **un fuerte trabajo de posicionamiento en el mercado brasileño**, por lo que en el Mensaje de Elevación del Presupuesto 2008 se mencionaba taxativamente:

"Por tal razón y en función de lo que implica el abastecimiento de la economía turística en la denominada "Ventana Crítica Invernal" (VCI), es que el presupuesto elevado al Concejo Deliberante propone partidas acordes para asumir una agresiva fase de posicionamiento en un mercado altamente estratégico como lo es el brasileño, a través de un programa de Vuelos Exploratorios, con el objeto de propiciar una conexión aérea directa entre San Pablo/Porto Alegre y Ushuaia, posibilitando una nueva fuente de abastecimiento a la economía turística, independiente del exiguo y conflictuado aporte que puede ofrecer la estructura aerocomercial de cabotaje nacional"

3.- Asimismo, se planteó como estrategia desde el inicio de la actual gestión de **utilizar la partida de casi un millón de pesos (\$ 1.000.000)** que utilizaba la gestión saliente para hacer promoción en vía pública en la ciudad de Buenos Aires, **con el objeto de financiar la estrategia de posicionamiento en el mercado brasileño**, contando como principal herramienta la serie CHARTER, con la total certeza del alto impacto que resultaría de ofrecer plazas aéreas a operadores que no lograban lugares para poder montar una oferta consistente.

Con la política de "vuelos exploratorios", ampliamente fundamentada ante el Concejo Deliberante, se propuso precisamente asumir el riesgo por dos o tres temporadas hasta que el mercado por su propia dinámica comenzara a contratar vuelos charter a su propio riesgo como sucede con otros destinos que han comenzado con estas políticas 20 o 30 años atrás.

Hoy podemos afirmar que el objetivo está ampliamente cumplido y que para el año 2011 seguramente no será más necesario ocuparse de operaciones en San Pablo que ya ya en el 2010 hay operadores que están tratando de conseguir aeronaves para realizar operaciones a su propio riesgo. Sí es posible que se deba acompañar una o dos temporadas más las operaciones de Curitiba y Porto Alegre, donde seguramente la demanda requiera realizar operaciones individuales para cada ciudad.

Dos datos muy importantes a tener en cuenta

1. Brasil está gozando de una creciente y sólida prosperidad económica, a tal punto que es común ver la siguiente frase motivacional: "BRASIL SE ENCAMINA A SER LA QUINTA POTENCIA MUNDIAL: ¿QUÉ ESTÁ HACIENDO SU EMPRESA PARA APROVECHARLO?" Ushuaia está trabajando activamente para aprovechar esta situación, especialmente en la zona centro y sur donde se da la mayor bonanza económica.

2) Es muy importante tener en cuenta que la serie Charter no debe medirse sólo por su volumen de transportación, sino principalmente por **el altísimo efecto de derivación de pasajeros a vuelos de cabotaje**.

Débora HIRSCH
Jefe Departamento
Gestión y Comunicación Institucional
Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia

ES COPIA FIEL
[Firma]



Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina
Municipalidad de Ushuaia

Nota N° /2010
Letra: MUN.U

Como podrán notar en la asignación de cupos, hay una cantidad muy importantes de Operadores Mayoristas de primera línea que mueven cifras astronómicas de pasajeros, que pese a haber pedido el avión entero, 60, 80 plazas por vuelo, aceptaron tener sólo 6 o 8 plazas en cada salida con tal de estar en el charter. Esto es porque los charters generan alta demanda y toda esa demanda que no pueden subir al mismo la derivan a vuelos regulares, que este año al operar desde Aeroparque y no más de Ezeiza brinda una importantísima mejora operativa y comercial.

D) La Confederación Ushuaia Bureau no es parte firmante del Contrato, pero las cámaras empresarias, las asociaciones y demás integrantes que lo componen avalan en forma categórica esta estrategia. Asimismo se ha establecido una complementación de esfuerzos entre el Ushuaia Bureau, el Instituto Fueguino de Turismo, el Instituto Nacional de Promoción Turística, los Consulados de San Pablo, Porto Alegre y Curitiba con el aval formal de la Cancillería Argentina a través de la DINTU, con el objeto de apuntalar la estrategia de posicionamiento propuesta por la Municipalidad de Ushuaia en general y de la serie charter en particular.

ES COPIA FIEL

Débora HIRSCH
Jefe Departamento
Gestión y Comunicación Institucional
Secretaría de Turismo
Municipalidad de Ushuaia