

01H39
RAS

**PLAN
DE DESARROLLO
TURÍSTICO
MENDOZA
2000 - 2005**

TURPLAN

*Hacia el Desarrollo Turístico
de la Provincia de Mendoza*



Mendoza
A R G E N T I N A



G O B I E R N O D E M E N D O Z A - A R G E N T I N A
M I N I S T E R I O D E E C O N O M I A
S U B S E C R E T A R I A D E T U R I S M O

43386



PLAN DE DESARROLLO TURISTICO



TURPLAN

MENDOZA 2000 - 2005

TURPLAN

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO MENDOZA 2000 - 2005



AUTORIDADES PROVINCIALES

Gobernador de la Provincia

ING. ROBERTO IGLESIAS

Ministro de Economía

LIC. LUCIO DUARTE

Subsecretario de Turismo

LIC. GABRIEL FIDEL

Directora de Promoción Turística

LIC. MARIANA JURI



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



SOCIEDAD DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO
MALAGA - ANDALUCIA - ESPAÑA



GOBIERNO DE MENDOZA
MINISTERIO DE ECONOMIA
SUBSECRETARIA DE TURISMO



STAFF

DIRECTOR DEL **TURPLAN**

Dr. Rafael FUENTES GARCÍA

COORDINADOR

Lic. Marcelo REYNOSO

REDACCIÓN Y CONTENIDOS

Prof. Mirta BARROSO

Lic. Arturo C. ELISSONDE

Arq. Maria Cristina ALAMO

Lic. Elena TAMARGO

Prof. Estela TORINO

Lic. Nora PAEZ

Cont. Antonio PONS

Lic. Alberto SARMIENTO

Lic. Concepción MARTÍN

Lic. Eugenio SEPÚLVEDA

RELACIONES PÚBLICAS

Sra. Cristian VALVERDE

DISEÑO DE CARTOGRAFÍA

ARMADO DIGITAL

Lic. Arturo C. ELISSONDE

DISEÑO EDITORIAL - DISEÑO DE MARCA

ARMADO DIGITAL

D. I. Maria L. FISCHER

COLABORADORES

Germán GUARDIA

Julia GONZALEZ

Natalia DICÉSARE

Este es un momento muy especial para todos quienes de una u otra forma participamos en el sector turístico de la Provincia de Mendoza, de cada una de nuestras regiones, de cada uno de nuestros Departamentos y de cada uno de nuestros productos y destinos turísticos.

Cuando el gobernador nos confió el enorme compromiso y la responsabilidad pública de la actividad turística, una de las primeras metas que nos propusimos fue la ejecución de un plan en el que entre todos diseñáramos lo que creíamos que tendría que ser el futuro del turismo mendocino.

Del análisis de las conclusiones del V Congreso Provincial de Turismo surgía como una de las principales preocupaciones de los participantes era la realización de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico. Nosotros compartíamos esa aspiración ya que nuestra Provincia necesitaba un ordenamiento que permitiera establecer una mayor profesionalización, coherencia y sistematización de la política turística en Mendoza.

Tuvimos que optar: manejarnos con una visión de corto plazo o plantear una estrategia de largo plazo. Elegimos planificar el futuro sin abandonar un accionar muy fuerte sobre aspectos coyunturales, trabajando sobre aspectos de la demanda y de la oferta. Pero indudablemente, cuando son tantos los problemas a resolver y tantas las frustraciones acumuladas de muchos años, hay que tener la serenidad del pensamiento estratégico por el bien de las generaciones futuras.

Estamos conformes con este pequeño grano de arena. Un grupo de alrededor de 700 personas de todas las regiones de la Provincia, sin distinciones políticas, del sector privado y del sector público, fue capaz de generar un proceso muy unido y consensuado como el materializado con el Tur-Plan.

Porque hemos trabajado todos juntos, prestadores del norte, del centro y del sur, instituciones de distintos colores políticos, legisladores, intendentes, concejales, profesionales, trabajadores, todos en una misma línea: en la línea que el turista no entiende de política ni de regiones, y que por sobre todas las cosas, está el interés de las mendocinas y los mendocinos.

Un agradecimiento final. Primero, al papel jugado por nuestra hermana provincia de Málaga, que a través de su institución instrumental SOPDE, y de la extraordinaria capacidad del Dr. Rafael Fuentes García, nos ha ayudado a articular todo este proceso. Segundo, a la enorme cantidad de participantes que brindaron su tiempo y su experiencia para el bien del turismo y la Provincia. Y especialmente, al personal de nuestra Subsecretaría de Turismo, quienes silenciosamente demostraron que se debe apostar al Estado y a nuestros recursos humanos.

Obviamente tenemos muchos problemas que resolver, desde el arreglo de rutas, mayor control y fiscalización de servicios, a la concientización, pasando por la mejora de la promoción y comercialización de nuestros productos y destinos. Pero la gran diferencia es que ahora sabemos cuales son nuestras fortalezas, cuales son nuestras debilidades, y sobre todo el camino para solucionarlos.

El Turismo es la gran alternativa. Esta es la gran apuesta de Mendoza para generar nuevas inversiones y empleo.

Lic. Gabriel Fidel
Subsecretario de Turismo de Mendoza



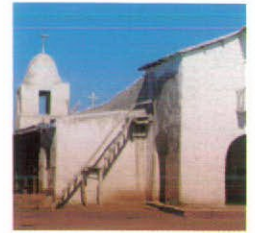
Hacia el desarrollo turístico de Mendoza



CIUDAD DE MENDOZA



CRISTO REDENTOR
LAS HERAS



CAPILLA DEL ROSARIO
LAVALLE



MUSEO BODEGA
MAIPU



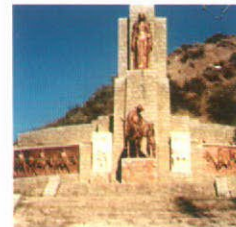
MALL DE COMPRAS
GODOY CRUZ



CASA MOLINA PICO
GUAYMALLEN



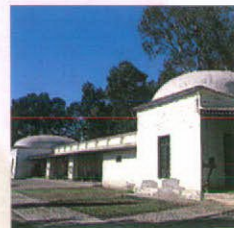
FORTIN DE SAN CARLOS
SAN CARLOS



MANZANO HISTORICO
TUNUYAN



LAS AGUADITAS
TUPUNGATO



BOVEDAS DE S. MARTIN
SAN MARTIN



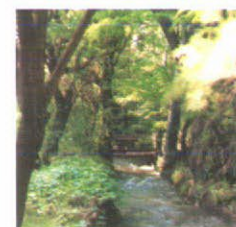
POTRERILLOS
LUJAN DE CUYO



MOLINO ORFILA
JUNIN



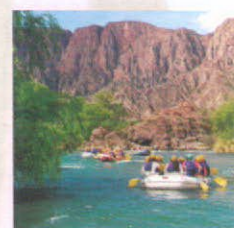
DIQUE CARRIZAL
LUJAN DE CUYO RIVADAVIA



SANTA ROSA



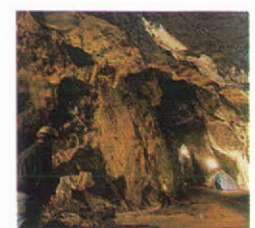
COSTUMBRES
Y TRADICION - LA PAZ



RAFFTING
SAN RAFAEL



LAGUNA TRAPAL
GRAL. ALVEAR



CAVERNA DE LAS BRUJAS
MALARGUE



ACTA COMPROMISO TURPLAN 2000/2005

Los firmantes, en representación de las distintas Instituciones Públicas y Privadas del Sector Turístico Mendocino

Manifiestan que:

- . Actualmente la actividad turística tiene gran repercusión en el empleo y riqueza de la provincia
- . Todas las previsiones hacen indicar que en el futuro el sector turístico entrará en una mayor fase de expansión en el mundo.
- . Mendoza tiene múltiples recursos y segmentos que posibilitan su desarrollo turístico futuro.
- . El sector turístico puede ser en el medio y largo plazo uno de los principales sectores generadores de empleos en nuestros departamentos.
- . Es necesaria la apuesta decidida y conjunta por el desarrollo del sector turístico mendocino, como elemento básico de la diversificación de la economía provincial.
- . Para el efectivo auge turístico, es necesaria la puesta en marcha de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico.

Por lo anteriormente expresado,

Acuerdan:

El compromiso conjunto de la comunidad mendocina en la ejecución de las propuestas y recomendaciones que han emanado del **TURPLAN** 2000 - 2005.

Por ello, firman la presente manifestación, en el Centro de Congresos y Exposiciones de la Ciudad de Mendoza, a los cuatro días del mes de Diciembre de 2.000, día de la presentación preliminar pública del TurPlan de Mendoza.

FIRMARON ESTE ACTA

Gobernador de la Provincia: Ing. Roberto Iglesias

Vice Gobernador de la Provincia: Dr. Juan H. González Gaviola

Presidente de la Comisión de Turismo de la H. Cámara de Diputados de la Nación: Dr. Alejandro Balean

Secretario General del Consejo Federal de Inversiones: Ing. Juan José Ciáccera

Presidente H. Cámara de Diputados de Mendoza: Dr. Eduardo Cicchitti

Subsecretario de Turismo de la Provincia: Lic. Gabriel Fidel

Los Intendentes de todos los departamentos de Mendoza

Presidentes de la Cámara de Turismo de la Provincia de Mendoza, de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Mendoza, de la Asociación Mendocina de Agencias de Viajes y Turismo, de la Asociación Mendocina de Transporte Turístico

Representantes de las cámaras de Comercio y/o Turismo de todos los departamentos de Mendoza

Representantes de la Universidad Champagnat y de la Escuela Internacional de Turismo y Hotelería de Mendoza.



INDICE

BLOQUE A

METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL TURPLAN

- A.1. Introducción:
Metodología y Estructura 11
- A.2. Conceptualización del Producto
Turístico de la Provincia de Mendoza 17

BLOQUE B

MEGATENDENCIAS TURÍSTICAS A NIVEL INTERNACIONAL

- B.1. Tendencias Turísticas Mundiales 29
 - B.1.1. Principales Macromagnitudes
Económicas 29
 - B.1.2. Principales Indicadores Turísticos:
Flujos de Turistas y Capacidad
de Oferta 30
 - B.1.3. Previsiones de Flujos Turísticos
Mundiales 1997 - 2020 32
 - B.1.4. Principales Países Emisores de Turismo 33
 - B.1.5. El Turismo en América del Sur:
Tendencias y Competencia
entre Destino 33
 - B.1.6. La Región de América del Sur:
Situación y Perspectiva como Destino
Turístico 33
 - B.1.7. Análisis Comparativo de los Principales
Destinos Turísticos en América del Sur.
Argentina 35
- B.2. Análisis de la Competencia y
Comparación por Productos Turísticos 41
 - B.2.1. Productos Turísticos de las Provincias de
Argentina y Región Central y V de Chile 42
 - B.2.2. Los Productos de la Prov. de Mendoza y
las Regiones Competidoras 49
 - B.2.3. Relación Producto Demanda con los
Principales Centros Emisores 58
 - B.2.4. Análisis Comparativo de la Oferta
Nacional de Alojamientos 59
 - B.2.5. Competencia y Comercialización.
Rol de Mendoza en la Comercialización
de Paquetes Turísticos de Argentina 61

BLOQUE C

EL CONTEXTO INTERNO

- C.1. Situación del Sector Turístico
en la Provincia 67
 - C.1.1. La Oferta de Alojamientos 68
 - C.1.2. Gastronomía 73
 - C.1.3. Agencias 76

- C.2. Los Efectos del Turismo en la
Economía Provincial 79
 - C.2.1. La Exportación e Importación
de Turismo 79
 - C.2.2. Importancia Económica del
Sector Turismo 81
 - C.2.3. Importancia Asignada al Turismo en el
Presupuesto Provincial 85
 - C.2.4. Beneficios Económicos del
Gasto Turístico 85
 - C.2.5. Consideraciones Generales 87
- C.3. Análisis de la Normativa Turística 89
- C.4. Infraestructura Turística de Mendoza 95
 - C.4.1. Infraestructura de Medios
de Transporte 95
- C.5. Análisis de los Recursos Turísticos 103
- C.6. Auditoría de Calidad Turística
de los Recursos 117
- C.7. Evaluación de los Recursos
Ambientales 149
- C.8. Análisis de los Principales
Segmentos Turísticos 163
- C.9. Análisis de la Demanda 177
 - C.9.1. Evolución del Ingreso de pasajeros 177
 - C.9.2. Relevamiento de opinión 179
- C.10. Análisis Cualitativo de Opinión de
los Agentes Turísticos 187

BLOQUE D

LA APUESTA FUTURA DEL TURISMO MENDOCINO

- D.1. Las Estrategias del
TurPlan 2000 - 2005 209
- D.2. Estrategias y Acciones 211
- D.3. Fichas de actuación 217
- D.4. Previsión de Escenarios e Impacto
sobre Indicadores Turísticos 281
- D.5. Evaluación y Control del TurPlan 289
 - D.5.1. Diseño de Sistemas de Medida de
Control y Medidas Correctoras 289
 - D.5.2. El Marco Institucional para la
Aplicación y Evaluación del TurPlan 290

GLOSARIO TURÍSTICO

293

BLOQUE A





METODOLOGIA Y ESTRUCTURA DEL TURPLAN

A.1. INTRODUCCION METODOLOGIA Y ESTRUCTURA

A.2. CONCEPTUALIZACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE LA PROVINCIA DE MENDOZA



TURPLAN 2000-2005

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO



SAFARIS FOTOGRAFICOS



DEPORTES NAUTICOS



AVENTURA



NATURALEZA



ECOTURISMO



NIEVE



FIESTAS TRADICIONALES



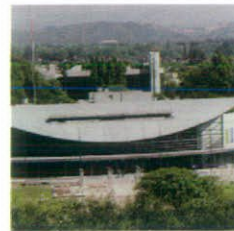
AVENTURA



ECOTURISMO



TURISMO CULTURAL



CONGRESOS



TURISMO RURAL



A.1. INTRODUCCION: METODOLOGIA Y ESTRUCTURA

El objetivo del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, TurPlan, consiste en el diseño de una estrategia de desarrollo turístico y sustentable del destino "Provincia de Mendoza" que permita aumentar su competitividad respecto a las distintas ofertas existentes en la República Argentina y a nivel internacional, estableciendo un marco de acciones específicas que de su desarrollo contribuyan a la necesaria diversificación y cualificación de su oferta. Todo ello, con la inequívoca finalidad de aumentar los niveles de empleo y riqueza para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de la Provincia.

El Plan, en su formulación actual, tiene origen en un proyecto de cooperación entre el Gobierno de la Provincia de Mendoza y la Junta de Andalucía, que hizo que técnicos especializados en la Planificación Turística de Andalucía; en este caso de la Sociedad de Planificación y Desarrollo, Sopde, empresa pública dependiente de la Provincia de Málaga; visitaran Mendoza, llegando al diseño del método de desarrollo del entonces llamado Plan Estratégico de Turismo de Mendoza.

A partir del mes de junio de 2000 es cuando se comienzan los trabajos técnicos y participativos de ejecución del TurPlan. La organización de dichos trabajos los ha realizado el equipo técnico de la Subsecretaría, con la dirección de la Sopde. El objetivo no era otro que el Plan lo hicieran los propios mendocinos aspecto que se ha cumplido en todo el desarrollo del Plan.

Este informe de los trabajos desarrollados se estructura en cuatro grandes bloques.: **BLOQUES A, B, C y D**

BLOQUE A : Señala el objetivo, génesis, estructura y metodología general.

El proceso de desarrollo metodológico que ha sido guiado por los conceptos básicos de la planificación estratégica: definición del objetivo central y de las líneas estratégicas a seguir una vez elaborado el diagnóstico, pero sobre todo, consensado entre los agentes públicos y privados que operan en el sector.

Se establecen conceptos claros de lo que se entiende por producto turístico mendocino, sobre todo como actividad potencialmente generadora de un desarrollo equilibrado, socialmente aceptable y sostenible, objetivo primordial en zonas emergentes como destinos turísticos, como es el caso de la Provincia de Mendoza.

BLOQUE B: Se analiza el entorno del contexto turístico externo a la propia Provincia.

Es un diagnóstico que servirá de base para conocer la situación del turismo a nivel internacional, las nuevas tendencias, la evolución del sector turístico en Latinoamérica y la situación de los competidores argentinos y chilenos.

Para ello, se ha establecido un marco de referencia de la actividad turística a nivel internacional. Presenta la evolución de sus macromagnitudes, los principales indicadores turísticos, la previsión de flujos turísticos a nivel mundial para los próximos años, los principales países emisores de turistas y, por otro lado, la situación y previsión futura de la actividad turística en América del Sur, incidiendo en la perspectiva del continente como destino turístico (ingresos turísticos, llegadas de turistas, etc.), para concluir con el análisis comparado de los principales destinos turísticos competidores a la República Argentina, aspectos que la política turística mendocina deberá tener en cuenta para la definición de sus estrategias futuras para el incremento de su competitividad.

A su vez, se ha analizado la situación del entorno en el que se desarrolla la actividad turística de la provincia, el mercado regional y nacional, para detectar el nicho o los nichos de mercado donde el producto Mendoza y cada uno de sus productos, se debe posicionar. Este análisis se complementa con el referido a la competencia, entendida ésta como otros destinos de la Provincia. Los indicadores que se emplean son principalmente los que corresponden a los productos turísticos que ofertan las principales provincias competidoras a Mendoza y su situación en cuanto a los atractivos más destacados, sus productos o segmentos presentándose una matriz de productos de las provincias argentinas, y regiones V y Centro de Chile. Además, también se ha estudiado la relación de los productos con los principales centros emisores de América del Sur.

Se concluye este bloque con un análisis de especial importancia, ya que se presenta el resumen de la situación en los canales de intermediación de dichos destinos, a través de un estudio de 545 paquetes tradicionales puestos en el mercado por 67 operadores.

BLOQUE C: Se ha estudiado el contexto interno del sector turístico de la provincia.



Se aborda un aspecto esencial para el desarrollo de un Plan Estratégico, tal y como es el conocimiento exhaustivo de la evolución y situación actual del sector turístico en la provincia.

Este estudio se ha desarrollado a través del análisis de la oferta de alojamiento, su evolución y situación en cuanto a sus diversas tipologías y categorías, y por número de establecimientos y plazas. Esto, tanto a nivel provincial como por cada uno de sus principales destinos o zonas turísticas. Además, se ha diagnosticado la situación del sector gastronómico y de la intermediación como elementos también fundamentales para el turista, y al igual que en el caso anterior, también por tipologías, categorías y zonas. También se ha analizado la evolución del ingreso de pasajeros en los últimos años por cada uno de los puntos de entrada a la Provincia y el promedio de ocupación hotelera por años, meses y categorías hoteleras.

Un tercer apartado dentro de este bloque de especial importancia ha sido el estudio de la aproximación en la dimensión y cuantificación económica de esta actividad y su participación en el conjunto de la economía provincial. Para ello, se ha realizado un estudio pormenorizado del capital invertido en el sector turístico mendocino por parte de la iniciativa privada en cada uno de los componentes de su estructura, se ha estimado el número de empleos directos e indirectos que genera esta actividad en la Provincia, también se ha estimado el aporte de la actividad turística en impuesto para las arcas públicas y la importancia asignada al turismo por el presupuesto provincial. Finalmente se ha estimado el gasto directo realizado por los turistas en la Provincia y el efecto multiplicador que este gasto tiene en los distintos sectores económicos de la misma.

En el cuarto epígrafe se presenta el resumen del análisis de la normativa turística actual, en sus diversos ámbitos territoriales y sectoriales.

Se ha realizado el diagnóstico de las principales normas que influyen en la actividad pública y privada del sector turístico y las conclusiones obtenidas se han considerado dentro del bloque propositivo tanto para consolidar la validez del presente plan como para proponer actuaciones específicas enmarcadas en la normativa en la que se desarrolla la actividad turística mendocina.

El siguiente paso fue la realización de un estudio de la situación de la infraestructura de la provincia. En el caso de la infraestructura vial, la acción fue detectar las vías que desde el punto de vista del usuario turista había que priorizar a la hora de prever las inversiones públicas en la amplia red existente. El análisis continúa con la red ferroviaria, telefónica, transporte terrestre y transporte aéreo.

Otro aspecto, necesario a la hora de diseñar una estra-

tegia de desarrollo turístico como es el objetivo del presente TurPlan, fue el conocimiento exhaustivo de la situación de los recursos señalados como atractivos naturales y culturales. Dichos recursos fueron inventariados y clasificados según criterios de la OEA en coordinación con los 18 municipios.

A partir de las fichas de inventario recibidas por el equipo de parte de los municipios, se elaboró una matriz que relaciona conjunciones de atractivos turísticos y los productos que componen, señalando jerarquía y actividades posibles de realizar.

De esos recursos se eligieron los más importantes bajo el punto de vista de su desarrollo actual y potencialidad. Esta selección fue sometida a una auditoría de calidad externa que realizó un especialista ajeno al equipo técnico del TurPlan, quien delimitó los aspectos en los que debía mejorarse la situación de estos, atendiendo a estándares internacionales de calidad.

Dada la inequívoca vocación de sustentabilidad turística que propone el presente Plan, se ha considerado imprescindible conocer las relaciones del turismo con los recursos y las Áreas Protegidas. Se considera especialmente la sostenibilidad de las propuestas para la mejora de la competitividad turística futura del destino **Provincia de Mendoza** tanto en su conjunto como en cada una de sus cinco zonas. Sobre todo, se ha considerado importante por la gran cantidad y calidad de espacios protegidos y por el potencial, según las tendencias del mercado, de este tipo de recurso. Para ello y en primer lugar se han analizado y asumido las directrices que los distintos foros internacionales sobre desarrollo sustentable (turístico y general) han promulgado en los últimos años, pasando después a estudiar la situación de la normativa, la estructura organizativa y el control de las actividades turísticas tanto existentes como en proyecto en cada una de las diez áreas naturales protegidas de la provincia y una más que está en fase de declaración.

Este trabajo lo desarrollaron los técnicos del Departamento de Áreas Naturales Protegidas de la Dirección de Recursos Naturales Renovables, especializados en el uso sustentable de los espacios naturales protegidos.

El noveno epígrafe de este bloque giró sobre un aspecto de fundamental importancia dentro de la situación turística en el contexto internacional. Se partió de la base de que los actuales, pero sobre todo futuros turistas, se interesarán más por donde practicar su motivación que por un destino per sé. Por ello, se ha realizado un diagnóstico profundo sobre los productos y segmentos turísticos más importantes con que la provincia puede acometer su diseño futuro (turismos de aventura, nieve, naturaleza, congresos, cultural, de fiestas, de salud, rural y educativo). Cada uno de ellos se ha analizado desde el punto de vista de los microproductos que puede ofrecer, los espacios geográficos donde se desa-