Plan de Gestión 2024-2027

EMETUR
ENTE MENDOZA TURISMO

MENDOZA
ARGENTINA

INTRODUCCIÓN..... 5
ANÁLISIS DE CONTEXTO.....7
GOBERNANZA Y NORMATIVA TURÍSTICA.....7
Territorio..... 7
Autoridad de Gestión.....7
OFERTA TURÍSTICA DE MENDOZA..... 10
Infraestructura de transporte y conectividad..... 10
Aeropuertos..... 10
Transporte Terrestre..... 10
Pasos Interprovinciales.....11
Paso Internacional Cristo Redentor..... 11
Servicios Turísticos Disponibles en 2023 por zona..... 11
ATRACTIVOS.....12
DEMANDA TURÍSTICA DE MENDOZA..... 14
Ocupación y Estadía..... 14
Gasto Turístico..... 14
Ingreso de Turistas 2023.....15
EMPLEO DEL SECTOR TURÍSTICO..... 15
Inversión acumulada turismo..... 16
Análisis FODA..... 16
Aspectos favorables y ventajas competitivas del turismo en Mendoza..... 19
Aspectos a fortalecer y oportunidades estratégicas para consolidar el desarrollo..... 20
MIRADA ESTRATÉGICA..... 22
EJES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN DTI..... 25
Resultados de autodiagnóstico DTI..... 26
PRINCIPIOS RECTORES.....26
Nuestro objetivo general de gestión.....27
Programas y proyectos estratégicos..... 28
1. Promoción turística y posicionamiento de marca.....28
2. Sistema de inteligencia turística, sostenibilidad y accesibilidad.....28
3. Nuevas experiencias y productos turísticos.....28
4. Desarrollo de la identidad gastronómica de Mendoza - DIGAM..... 29
5. Gestión institucional y gobernanza del turismo.....29
6. Desarrollo territorial.....29
Fichas de Proyectos Turísticos..... 31
Matriz de relación entre Programas, Proyectos y Ejes..... 50
Proyectos ordenados por prioridad..... 52
GLOSARIO..... 58

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA

Lic. Alfredo Cornejo

AUTORIDADES EMETUR

Presidenta

Lic. Gabriela Testa

Vicepresidencia

Téc. Sup. Cynthia Maggioni

Dirección de Promoción Turística e Inteligencia de Mercados

Lic. Cristina Mengarelli

Dirección de Desarrollo Turístico e Innovación

Lic. Marcelo Reynoso

Dirección de Legales y Registro

Abg. Marianela Pivetta

Dirección de Administración

C. P. N. Laura Sileoni

Dirección de la Delegación Zona Sur

Guía Sup. de Turismo Carlos Weiner

COORDINACIÓN GENERAL:

Gabriela Testa

DIRECCIÓN TÉCNICA:

Marcelo Reynoso

COORDINACIÓN TÉCNICA:

Sebastián Herrera y Santiago Fúnes.

REVISIÓN

Juan Abarca

El presente Plan de Gestión 2024-2027 establece los lineamientos estratégicos para el desarrollo y fortalecimiento del turismo en la Provincia de Mendoza, bajo un enfoque de sostenibilidad, innovación y competitividad.

Mendoza es un destino consolidado a nivel nacional y con penetración en mercados internacionales, gracias a la mejora de la conectividad aérea y al reconocimiento de sus productos turísticos más icónicos, como la Cordillera de Los Andes en la que se destaca el Cerro Aconcagua, el enoturismo y, más recientemente, su gastronomía.

No obstante, el contexto turístico nacional y global exige una evolución constante para mantener la competitividad y responder a las nuevas tendencias y expectativas de los viajeros, que han sufrido notables cambios en los últimos años.

Este plan, impulsado por el Ente Mendoza Turismo (EMETUR), tiene como objetivo ordenar los esfuerzos públicos y privados durante el período de gobierno comprendido entre diciembre de 2023 y finales de 2027. Se trata de una etapa marcada por los efectos posteriores a la pandemia y la consecuente retracción de la demanda internacional en turismo. Queremos destacar, junto a mi equipo, el excepcional manejo de la pandemia por parte de las autoridades provinciales, acompañado por la responsabilidad de la ciudadanía. Gracias a ello, Mendoza fue, probablemente, uno de los primeros destinos del mundo en reabrir al turismo local, en junio de 2020. Posteriormente, con un sistema turístico entrenado y confiable, logró atraer el interés del turismo argentino habilitado en enero de 2021.

Nuestra gestión coincide con un fuerte cambio político y de paradigma económico, que transformó las reglas del juego de los últimos 20 años en la República Argentina. El fortalecimiento de la moneda argentina ofrece, para la industria del turismo, el desafío de entender que Mendoza compite con toda la oferta de destinos del planeta y que en la decisión del viaje, con el presente modelo económico, la conveniencia cambiaria pierde fuerza como elemento motivador.

Desde el inicio de la gestión se introdujeron cambios estructurales en la concepción del turismo, abandonando la visión de una actividad económica sujeta únicamente a la autorregulación del mercado. En este contexto, se redujo el rango institucional del área de turismo nacional y, mediante el DNU 70/2023, se derogaron normas consideradas restrictivas. Asimismo, se implementó una política de cielos abiertos en materia aeronáutica, con el propósito de fortalecer la conectividad y favorecer la competitividad del sector turístico en el mediano y largo plazo.

Este contexto nos convoca, como gestión provincial, a innovar preservando la sostenibilidad, a través de las siguientes líneas de acción:

- Profundizar estudios e investigaciones sobre oferta, demanda y competencia, que permitan comprender el estado del sector y anticipar las nuevas preferencias del consumidor.

- Fortalecer la gobernanza público-privada como base para la toma de decisiones articulada y efectiva.
- Impulsar la conectividad y la digitalización, acompañando la dinámica de la actividad turística frente a la transformación tecnológica.
- Consolidar la calidad del destino, mediante acciones que incluyan la formación y capacitación permanente del recurso humano.
- Revalorizar los elementos identitarios y diferenciales, capaces de sostener el interés de un consumidor cada vez más exigente en la búsqueda de experiencias auténticas.
- Aplicar la innovación en la oferta turística y en las funciones de gobierno, adoptando como marco estratégico el modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI).

El contexto nos desafía a una articulación permanente con el territorio, el sector empresarial, el mercado, el gobierno, la academia y la población local, procurando una gobernanza virtuosa para el sostenimiento y fortalecimiento del sistema turístico.

Mendoza, desde su primera planificación turística del destino TURPLAN, ha construido un sólido ecosistema de conocimiento e interrelaciones a nivel local con alcance nacional e internacional, que facilitan las actuaciones necesarias para el abordaje de estos tiempos.

Durante los años transcurridos desde aquel momento, la provincia ha dado continuidad a un sistema ordenado y previsible con planificaciones estratégicas sectoriales y territoriales, acompañado por la actualización permanente del marco normativo, la cohesión del sector privado y la estructura pública, favoreciendo el sistema de gobernanza establecido en la Ley N° 8.845. Sin embargo el contexto actual nos interpela y requiere un trabajo de adaptación constante.

Atentos a estos desafíos y con mirada prospectiva[1], pensamos el turismo para la siguiente década procurando que sus beneficios contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra comunidad.

Lic. Gabriela Testa

[1] “Fase analítica” de este plan se encuentra disponible en los documentos que constituyen el cuerpo del Observatorio Turístico del EMETUR (https://www.mendoza.gov.ar/turismo/observatorio/), el cual explica y fundamenta las estrategias, programas y proyectos que lo constituyen.

INTRODUCCIÓN

El Plan de Gestión 2024–2027 del Ente Mendoza Turismo (EMETUR) fija el marco estratégico para consolidar a Mendoza como un destino competitivo, innovador y sostenible. Responde a un contexto desafiante —marcado por transformaciones macroeconómicas, reconfiguración de la demanda y aceleración tecnológica— que exige esfuerzos de promoción, políticas de desarrollo e innovación y nuevos incentivos. Este momento, aunque coyuntural y adverso, también representa una oportunidad para fortalecer el destino y proyectarlo al futuro.

El plan se basa en el modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) como hoja de ruta para optimizar la gestión, potenciar la experiencia del visitante, garantizar la accesibilidad y promover un turismo sostenible e inclusivo. Integra gobernanza, sostenibilidad, innovación, accesibilidad e infraestructura tecnológica para una gestión basada en datos y orientada a resultados. Sobre esa base se establecen seis principios rectores: competitividad y diferenciación; sostenibilidad y eficiencia; mejora de la experiencia del turista; accesibilidad e inclusión; gestión colaborativa; y digitalización y transformación tecnológica.

A lo largo del documento se detallan los principios estratégicos, objetivos, programas y proyectos que guiarán la gestión turística en los próximos años, con una mirada integral que involucra al sector público, al sector privado y a la comunidad local, ordenando la acción público-privada para fortalecer la calidad del destino, diversificar la oferta y mejorar la experiencia del visitante.

La estructura acompaña un proceso de mejora continua: inicia con el análisis de contexto y la mirada estratégica; explicita los ejes del DTI; y operacionaliza la gestión mediante seis programas con proyectos priorizados por impacto y plazo: (1) Promoción y posicionamiento de marca; (2) Sistema de inteligencia turística, sostenibilidad y accesibilidad; (3) Nuevas experiencias y productos; (4) Desarrollo de la identidad gastronómica de Mendoza (DIGAM); (5) Gestión institucional y gobernanza; y (6) Desarrollo territorial.

Este plan es una herramienta de planificación, coordinación, seguimiento y rendición de cuentas. Su implementación progresiva busca maximizar beneficios económicos y sociales, preservar el patrimonio natural y cultural, y proyectar a Mendoza en los mercados nacionales e internacionales como un destino de excelencia, auténtico y confiable. Es, además, un documento vivo, con información de actualización constante.

ANÁLISIS DE CONTEXTO

Los elementos propios de la fase analítica, como señalamos, se encuentran publicados por el Observatorio. A continuación se presenta una síntesis para comprender en una única lectura el porqué de las propuestas.

GOBERNANZA Y NORMATIVA TURÍSTICA

Territorio

El Sistema de Gestión de DTI se aplicará en el ámbito territorial de la Provincia de Mendoza, Argentina, siendo el EMETUR el organismo encargado de su implementación y gestión. Mendoza se compone de 18 departamentos y los datos establecidos que se presentan se agrupan en las siguientes zonas:

- **Norte**: Ciudad de Mendoza, Las Heras, Godoy Cruz, Guaymallén, Luján de Cuyo, Maipú y Lavalle.
- **Sur**: San Rafael, General Alvear y Malargüe.
- **Valle de Uco**: Tunuyán, Tupungato y San Carlos.
- **Este**: San Martín, Rivadavia, Junín, Santa Rosa y La Paz.

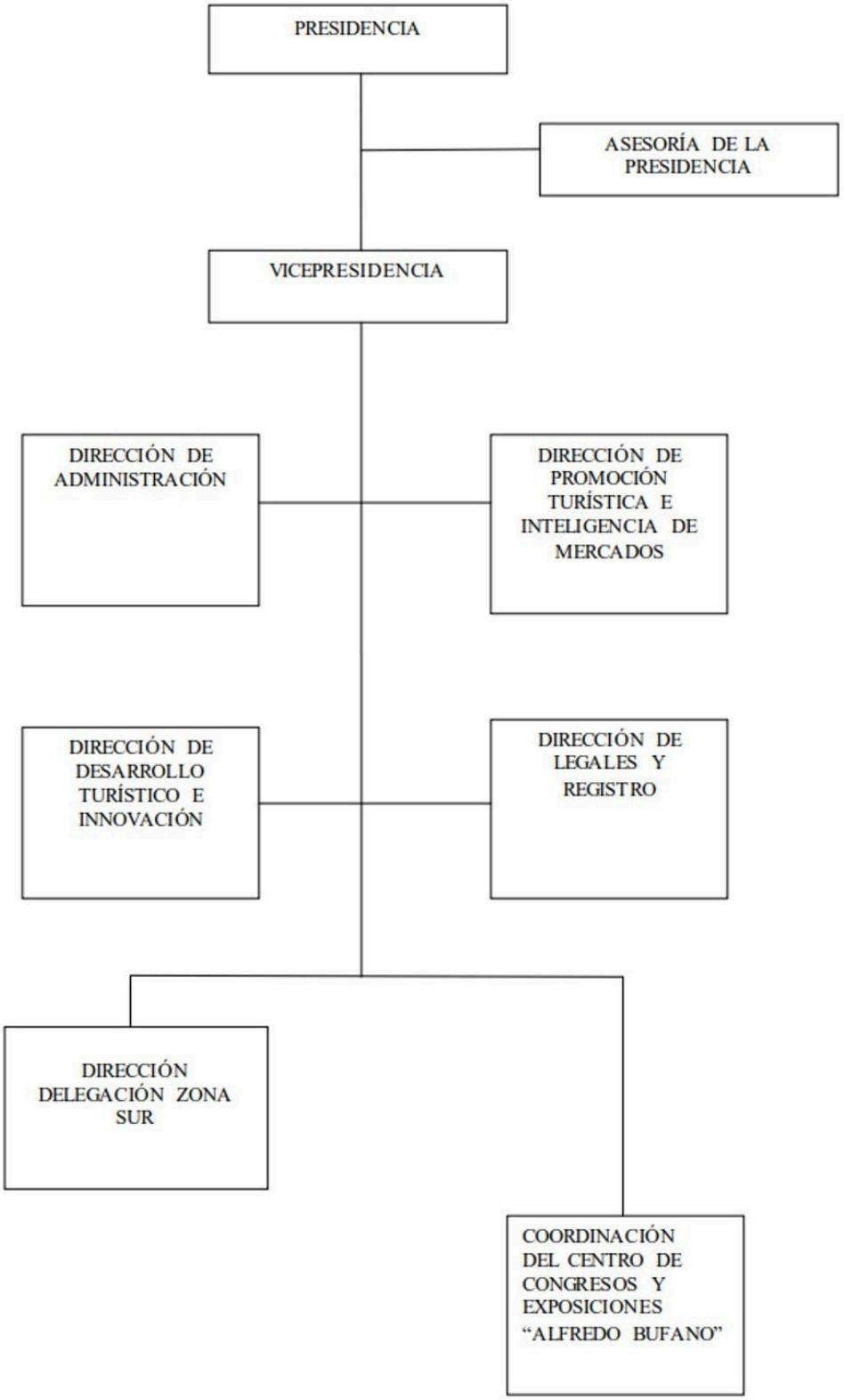
El sistema se implementará de manera transversal en toda la provincia.

Autoridad de Gestión

La autoridad responsable de la implementación del sistema de gestión DTI en Mendoza es el EMETUR, creado bajo la Ley N° 8.845.

Estructura del EMETUR

ORGANIGRAMA EMETUR LEY Nro. 8845



A su vez, la Ley Provincial N° 8.845 en sus artículos 13 y 15, respectivamente, crea dos consejos asesores, el Consejo Consultivo de la Actividad Privada y el Consejo Asesor de Municipalidades.

Marco legal

La Provincia de Mendoza se caracteriza por su estabilidad institucional, transparencia y eficiencia organizacional, lo que permite garantizar gobernabilidad, confianza para la inversión pública y privada, previsibilidad y control de la gestión. Estos indicadores han consolidado su posicionamiento como referente en el ámbito nacional y regional.

El turismo, considerado una actividad prioritaria para el desarrollo provincial, se encuentra respaldado por un marco normativo actualizado y completo, orientado a garantizar la seguridad y calidad tanto para los visitantes como para el sistema turístico y la población local.

El marco jurídico vigente está sustentado en la Ley N° 8.845 de 2016, mediante la cual se estableció una entidad con personalidad jurídica de derecho público, autárquica y descentralizada en los ámbitos administrativo, técnico y financiero, dotada de patrimonio propio y facultades para actuar en el ámbito del derecho público y privado. A través de esta legislación, el turismo ha sido declarado una actividad industrial de interés provincial y una prioridad dentro de las políticas de Estado, reafirmando la visión estratégica de Mendoza en materia turística.

Las normativas locales se han actualizado de manera constante, favoreciendo un desarrollo armónico del turismo en el territorio y facilitando la implementación de estándares de calidad y seguridad acordes al posicionamiento global de la marca Mendoza. En este proceso, se incorporaron nuevas categorías de alojamiento y actividades, como los lodge, el glamping, la transportación por cable y, recientemente, la innovadora categoría de experiencias turísticas. Esta última integra nuevos servicios y actores al sistema turístico, ampliando la oferta con propuestas auténticas, emocionales y memorables. De este modo, Mendoza adquiere una ventaja competitiva frente a otros destinos al formalizar un servicio novedoso que articula identidad local, sostenibilidad y participación activa del visitante. La Resolución N° 191/2021 crea el Registro Provincial de Prestadores de Experiencias Turísticas, consolidando un marco normativo pionero y diferencial.

Asimismo, la Resolución General de Alojamientos 568/2007 ha sido actualizada para responder a las tendencias y exigencias actuales del mercado, asegurando un marco regulatorio moderno y eficiente para la gestión del turismo en la provincia.

También se ha adecuado la regulación de la figura de la Agencia de viajes y turismo, a partir de la derogación de la Ley Nacional N° 18.829 a fines del 2023. En vista a ello la provincia sostiene un registro optativo de agencias de viajes, regulado por Resol. N° 398/2024.

OFERTA TURÍSTICA DE MENDOZA[2]

La oferta se estructura sobre una base sólida de infraestructura, servicios y atractivos que permiten el desarrollo de actividades turísticas diversas y de calidad. La propuesta incluye tanto los medios de acceso y conectividad terrestre y aérea, como la disponibilidad de alojamientos, servicios gastronómicos, agencias de viajes y experiencias recreativas.

Los datos presentados en este documento corresponden al año 2023. Para una mayor profundidad consultar el Anuario Estadístico de Turismo 2023[3].

Infraestructura de transporte y conectividad

Aeropuertos

Mendoza cuenta con 3 aeropuertos. El principal es el Aeropuerto Internacional Gobernador Francisco Gabrielli – El Plumerillo (Las Heras).

En 2023, El Plumerillo se conectó con 12 destinos nacionales (en 10 provincias): Aeroparque (AEP) y Ezeiza (EZE, Buenos Aires); Córdoba (COR); Rosario (ROS); Salta (SLA); Tucumán (TUC); Jujuy (JUJ); Bariloche (BRC); Neuquén (NQN) y el aeródromo El Portón (BRQ, Neuquén); Mar del Plata (MDQ); y Comodoro Rivadavia (CRD). A nivel internacional ofreció 5 conexiones: Lima (LIM), Panamá–Tocumen (PTY), Río de Janeiro–Galeão (GIG), São Paulo–Guarulhos (GRU) y Santiago de Chile (SCL). Ese año promedió 151 arribos de cabotaje por semana y 35,6 arribos internacionales por semana, lo que equivale a ≈ 7.852 arribos nacionales y 1.850 internacionales en el año. En total, fueron ≈ 9.702 arribos en 2023. En tanto, en cuanto a Pasajeros, El Plumerillo recibió en 2023 a 1.182.656 en total, de los cuales 932.979 fueron de cabotaje y 249.677 internacionales.

En el sur provincial operan dos aeropuertos: Suboficial Ayudante Santiago Germano (San Rafael) y Comodoro Ricardo Salomón (Malargüe). En 2023, el aeropuerto de San Rafael permaneció cerrado por obras durante febrero y marzo, pero aún así registró 307 arribos en el año, con un promedio de 5,9 arribos por semana. Los aeropuertos de San Rafael y Malargüe operaron durante 2023 con un solo destino cada uno: San Rafael con Aeroparque (AEP, CABA) y Malargüe con Neuquén – Juan Domingo Perón (NQN).

Transporte Terrestre

La provincia de Mendoza cuenta con una importante conexión terrestre, facilitada por una amplia red de terminales de ómnibus y rutas que la vinculan con otras provincias y Chile. Las principales terminales de ómnibus, como la Terminal de Ómnibus de Mendoza y de San Rafael, se encuentran estratégicamente ubicadas para asegurar el flujo constante de pasajeros, ofreciendo servicios regulares hacia destinos nacionales e internacionales.

[2] Los datos presentados en este apartado corresponden al año 2023, al inicio de la actual gestión que asumió el 10 de diciembre de 2023. El Corte de información 2023 refleja la situación más reciente.

[3] https://www.mendoza.gov.ar/turismo/estudios-temporales/

En materia vial, Mendoza cuenta con importantes arterias que aseguran su conectividad estratégica. La Ruta Nacional 7 vincula directamente con la Ciudad de Buenos Aires y Santiago de Chile. El Paso Internacional Cristo Redentor es la principal conexión terrestre entre Argentina y Chile, concentrando aproximadamente el 70% del tránsito terrestre entre ambos países. En tanto, la Ruta Nacional 40 recorre el país de sur a norte atravesando la provincia. A ellas se suman las rutas provinciales, principalmente 142, 143 y 188, que fortalecen la red de accesos. Este sistema garantiza una circulación ágil de turistas y mercancías, consolidando a Mendoza como un nodo clave del transporte terrestre en Argentina.

Pasos Interprovinciales

Total de ingresos particulares y servicios de transporte de pasajeros a Mendoza desde otras provincias durante 2023.

- Vehiculos particulares
    - Total de personas ingresadas: 3.671.496.
    - Vehículos ingresados: 1.223.832.
- Micros de larga distancia
    - Servicios regulares: 20.424.
    - Servicios turísticos: 10.413 viajes, 443.389 pasajeros.

Paso Internacional Cristo Redentor

Total de ingresos particulares y servicios de transporte de pasajeros a Mendoza desde Chile durante 2023.

- Ingreso total: 749.325 personas.
- Automóviles ingresados: 164.031.
- Ómnibus: 8.158 unidades, 257.232 pasajeros.

Servicios Turísticos Disponibles en 2023 por zona

Estos servicios conforman la infraestructura turística de la provincia, garantizando una experiencia completa para los visitantes y facilitando el desarrollo del turismo como motor económico regional.

Zona / Servicio	Zona Norte	Zona Sur	Valle de Uco	Zona Este	Total provincia
Alojamientos formales	459	385	87	21	952
Plazas en alojamientos formales	23.124	14.946	4.523	1.145	43.738
Agencias de viajes y turismo	287	50	11	7	354
Establecimientos Gastronomía	3.493	528	341	440	4.802
Vehículos de transporte turístico	1.338	95	113	62	1.608
Centros de esquí	2	3	-	-	5
Bodegas abiertas al turismo	128	33	50	19	230

Atractivos

Respecto a los atractivos, la provincia de Mendoza cuenta con un patrimonio natural y cultural, tanto material como inmaterial, de gran relevancia.

Sus principales atractivos naturales, algunos de jerarquía internacional, se encuentran protegidos a través del sistema de Áreas Naturales Protegidas (ANP), conforme al marco normativo establecido por la Ley Provincial 6045. La provincia cuenta con 19 ANP, que comprenden el 13% de la superficie del territorio mendocino, extensión en expansión que permite acercarse a los parámetros internacionales sugeridos para la conservación del territorio natural. Entre ellos destacan el Cerro Aconcagua, el volcán Tupungato, el Cordón del Plata, la Laguna del Diamante, la Laguna del Atuel, la Payunia, así como los principales espacios del noreste provincial no irrigado, como Altos Limpios, Bosque Telteca y Ñacuñán.

A estos se suman otros escenarios de gran convocatoria turística, tanto nacional como internacional, como el Cañón del Atuel y las Huayquerías, reconocidos por su valor paisajístico y geológico.

En el macizo andino, que aporta su belleza escénica a los oasis irrigados de la provincia, se encuentran áreas de nieve que permiten la práctica de distintas actividades invernales. También nacen los ríos que, además de generar paisajes icónicos, brindan oportunidades para deportes acuáticos y turismo activo. Sobre estos cursos de agua se ha desarrollado un sistema de diques, derivadores y embalses como Valle Grande, El Nihuil, El Carrizal y Potrerillos, que potencia su aprovechamiento turístico y recreativo.

En cuanto a los atractivos culturales, cada etapa histórica ha marcado el territorio y su gente, con momentos que vinculan a Mendoza de manera trascendental con la historia universal. Así podemos destacar:

Orígenes y comunidades originarias

Nuestro territorio se enraíza en tiempos remotos, cuando la trashumancia sentó las bases de la subsistencia: semillas, agua y fuego como pilares de la vida. Las prácticas de recolección, caza y rituales dieron forma a los primeros saberes colectivos.

En los paisajes andinos, distintas comunidades precolombinas dejaron su herencia ancestral. Entre ellas, los huarpes, que perfeccionaron el uso del agua de deshielo para el riego y desarrollaron los primeros cultivos. También los incas, que integraron este territorio al Qhapaq Ñan (Sistema Vial Andino patrimonio de la Humanidad), dejando rutas y fortalezas en la cordillera. De la declaración Unesco forman parte los sitios de Ranchillos, Tambillos y el propio Puente del Inca.

La llegada de los españoles provocó un choque de culturas, del cual surgiría una nueva identidad.

Época colonial

Durante la colonia, Mendoza fue una ciudad modesta pero de importancia geopolítica por su ubicación estratégica en las rutas comerciales. Se desarrolló un activo intercambio de productos locales —frutas secas, vinos, aguardientes y ganado— y un tránsito constante de caravanas hacia otras regiones.

De este período aún perduran iglesias, capillas y edificios emblemáticos como la Capilla del Rosario y la Parroquia Sagrada Familia en Guaymallén, las Bóvedas de Uspallata y el casco histórico de San Carlos con las ruinas del Fuerte San Carlos. Estos testimonios arquitectónicos revelan la vida urbana y religiosa de la Mendoza colonial.

Gesta sanmartiniana y consolidación del Estado

Mendoza fue un enclave estratégico en la lucha por la independencia. Lugares y elementos como el Campo Histórico El Plumerillo, Canota, el Manzano Histórico, el Área Fundacional, el Fuerte San Carlos, la Bandera del Ejército de Los Andes; al igual que los pasos de Uspallata, paso el Planchón, paso del Portillo, recuerdan la preparación del Ejército de los Andes bajo el mando del General José de San Martín.

Además, las Chacras de San Martín, permiten conocer la vida cotidiana del Libertador en Mendoza, mostrando cómo combinaba la vida de chacarero con su compromiso político y militar.

Museos como el Histórico General San Martín, del Pasado Cuyano, entre otros, resguardan objetos, documentos y testimonios que mantienen viva la memoria de esta gesta fundacional. Monumentos emblemáticos como el Monumento al Ejército de Los Andes - Cerro de la Gloria y el Monumento al Retorno a la Patria del Manzano Histórico destacan

este momento histórico y lo convierten en parte fundamental de los atractivos turísticos de la provincia.

Inmigración y progreso

En el siglo XIX, la organización nacional y la revolución industrial impulsaron profundas transformaciones. Mendoza redefinió su perfil productivo: la vitivinicultura se consolidó como actividad central, desplazando a la ganadería y al cultivo de forrajes y trigo.

La viticultura, que hasta entonces había sido artesanal, se industrializó y se convirtió en la base de la economía provincial. Los oasis irrigados por el río Mendoza se expandieron con rapidez, sumando poblaciones vinculadas a bodegas y estaciones ferroviarias. Hacia el sur, el avance sobre los ríos Tunuyán, Diamante y Atuel abrió nuevos oasis. Así, se forjó una cultura del oasis que ha dado pie a que enoturismo, gastronomía y oleturismo sean piezas sustanciales del desarrollo turístico.

Mendoza contemporánea

Hoy, Mendoza combina modernidad e identidad cultural. La capital y ciudades como San Rafael y Malargüe ofrecen una amplia infraestructura urbana junto a museos de arqueología, ciencias naturales, arte y bellas artes, parques, centros culturales y circuitos turísticos que integran historia, naturaleza y gastronomía.

La Fiesta Nacional de la Vendimia, celebrada cada año, es la máxima expresión de esta identidad. Reconocida mundialmente, honra la cultura vitivinícola mendocina y proyecta al mundo una de las tradiciones más emblemáticas de la Argentina.

En los últimos años, la cultura cosmopolita y las nuevas formas de destino han ido configurando modernas actividades y espacios de recreación tanto en escenarios urbanos como rurales y naturales, que se convierten en convocantes de nuevos consumidores, como son las fiestas al atardecer, las fiestas electrónicas, etc.

DEMANDA TURÍSTICA DE MENDOZA[4]

La demanda turística en Mendoza se manifiesta a través de los flujos de visitantes, sus patrones de comportamiento y los niveles de gasto registrados durante su estadía. El análisis de estos indicadores permite comprender no solo el volumen de turistas que arriban a la provincia, sino también su impacto económico y las tendencias de consumo por perfil de origen.

[4] Los datos presentados en este apartado corresponden al año 2023, al inicio de la actual gestión que asumió el 10 de diciembre de 2023. El Corte de información 2023 refleja la situación más reciente.

Ocupación y Estadía

Ocupación hotelera promedio 2023:

- Provincia: 53%.

Estadía promedio: 5,1 días:

- Argentinos: 4,9 días.
- Chilenos: 5,3 días.
- Brasileños: 6,8 días.
- Resto del mundo: 7,8 días.

Gasto Turístico

Los gastos han sido evaluados tomando como referencia un dólar MEP promedio de $940, vigente durante el cuarto trimestre de 2023.

Gasto promedio diario: $31.507 ARS (34 USD).

- Argentinos: $29.062 ARS (31 USD).
- Chilenos: $28.486 ARS (30 USD).
- Brasileños: $110.573 ARS (118 USD).
- Resto del mundo: $41.918 ARS (45 USD).

Gasto total por estadía:

- Argentinos: $119.320 ARS.
- Chilenos: $182.130 ARS.
- Brasileños: $713.904 ARS.
- Resto del mundo: $607.736 ARS.

Ingreso de Turistas 2023

- Total: **3.822.240 turistas**
- Argentinos: 3.252.875 (84%).
- Chilenos: 283.836 (7%).
- Brasileños: 110.362 (3%).
- EE.UU. y Canadá: 45.150 (1%).

- Europa: 56.077 (1%)
- Resto de América: 63.506 (2%)
- Resto del mundo: 73.939 (2%)

EMPLEO DEL SECTOR TURÍSTICO[5]

Mendoza genera una importante cantidad de empleo formal en diversas categorías, reflejando su impacto en la economía provincial. A continuación, se presenta la distribución del empleo registrado según los principales rubros de actividad 2023.

Rubro[6]	Empleos registrados	Participación
Alojamiento	4.828	23,17%
Entretenimiento	2.181	10,46%
Gastronomía	8.073	38,74%
Agencias	1.235	5,93%
Transporte	4.524	21,71%
Total	20.841	100,00%

Inversión acumulada turismo

Entre los años 2000 y 2023, la inversión en el sector turístico experimentó un crecimiento significativo en todos sus rubros, alcanzando un incremento total del 357,3%. Cabe aclarar que se toma como año cero de la serie el 2000, ya que, a partir de la elaboración y posterior publicación del TURPLAN 2000-2005, se comienza a construir la serie de datos oficiales, marcando el inicio del seguimiento y análisis sistemático del sector a lo largo de los años.

El sector de gastronomía lideró el crecimiento con un aumento del 579,95%, seguido por el transporte, que se expandió en un 546,94%. La inversión en alojamiento también mostró un

[5] Esta información es elaborada en base a datos del Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA).

[6] Responden a las “Ramas Características del Turismo”, que son las ramas que el Ministerio de Turismo de la Nación considera claves en la cadena, es decir, aquellas que en ausencia de la actividad dejarían de existir o experimentarían una fuerte caída.

incremento considerable del 276,72%, mientras que las agencias de viajes y turismo crecieron un 223,38%. En términos absolutos, la inversión acumulada en el sector pasó de US$689,9 millones en el año 2000 a US$2.465,2 millones en 2023, reflejando la consolidación y expansión de la infraestructura turística a lo largo de más de dos décadas.

Rubro[7]	Inversión acumulada al 2000 (en US$)	Inversión acumulada al 2023 (en US$)	Incremento 2000/2023
Alojamiento	475.126.080,00	1.314.753.294,82	276,72%
Agencias de viajes y turismo	23.584.000,00	52.681.142,86	223,38%
Transporte	34.425.600,00	188.286.955,10	546,94%
Gastronomía	156.833.600,00	909.559.114,98	579,95%
Total	689.969.280,00	2.465.280.507,75	357,30%

Análisis FODA

Fortalezas

- Sólida trayectoria de más de 20 años de planificación turística general y específicas: PEAM, DIGAM.

- Plan Provincial de Ordenamiento Territorial (Ley 8.999).
- Autodiagnóstico DTI basado en los indicadores del modelo de SEGITTUR.
- Importante número de prestadores con implementación de calidad turística a través del Sistema Argentino de Calidad Turística, SACT (2° destino a nivel nacional de empresas turísticas con sellos de calidad).
- Articulación público privada (Consejos Asesores de la Actividad).
- Observatorio Turístico del EMETUR.
- Cultura del agua (sistema de optimización y gobernanza del uso de agua).
- Accesibilidad y conectividad mejoradas con el aeropuerto internacional El Plumerillo.
- Mejoras en el aeropuerto de San Rafael, Suboficial Ayudante Santiago Germano.
- Infraestructura vial de jerarquía nacional e internacional, Ruta 40 y Ruta 7.
- Diversidad de productos turísticos: enoturismo, turismo aventura, naturaleza, cultural, estudiantil, gastronomía y turismo de reuniones.

[7] ïdem anterior.

- Oferta que califica como destino de alta gama, sumando este segmento a los preexistentes.
- Crecimiento de la planta turística: aumento significativo de la capacidad hotelera y gastronómica entre 2000 y 2023.
- Acciones de promoción periódicas en mercados internacionales como Brasil, Chile y Perú.
- Elevado impacto económico del turismo en el PBI provincial (6%), con un crecimiento sostenido de la inversión en el sector.
- Profesionalización del sector con una importante oferta académica en turismo.
- Capital humano (cinco universidades con formación turística e institutos superiores en todo el territorio provincial).
- Instituto de investigación gastronómica.
- Unidad Policial de Asistencia al Turista (UPAT).
- Reconocimiento internacional como uno de los principales destinos enoturísticos del mundo. Grandes capitales del Vino.
- Reconocimiento internacional a la Gastronomía de Mendoza por la Guía Michelin.
- Importancia del patrimonio material e inmaterial (pueblos originarios, gesta sanmartiniana, oleadas migratorias, Cordillera de los Andes, Aconcagua, etc.).
- Atractivos naturales y culturales, incluyendo parques provinciales y áreas protegidas. Diecinueve (19) reservas naturales gestionadas por la provincia, abarcando el 13 % del territorio mendocino mediante la Red de Áreas Naturales Protegidas de Mendoza.
- Posicionamiento marca Mendoza.
- Calidad de vida (Índice de Desarrollo Humano -IDH- muy alto, de 0,848).

Oportunidades

- Disponibilidad de líneas de financiamiento específicas para el sector turístico.
- Innovación y digitalización con aplicación de inteligencia artificial y herramientas de análisis de datos para mejorar la experiencia turística.
- Crecimiento del turismo sostenible e inclusivo, con estrategias para reducir huellas de carbono y mejorar la accesibilidad turística.
- La turismofobia, presente en destinos de turismo masivo, puede incentivar el desarrollo de nuevos destinos turísticos.
- Política de cielos abiertos.
- Valoración de la demanda del turismo experiencial con acento en la identidad local.
- Crecimiento del consumo de experiencias en torno a la búsqueda de placer sensorial y emocional.
- Tendencias de consumo turístico orientadas a la vida al aire libre, el bienestar y la conexión con la naturaleza.
- Mercados en crecimiento como Uruguay, Paraguay, México, Estados Unidos y Europa
- Amplias alternativas de pago virtual y canales de comercialización digital, como billeteras electrónicas y OTAs

- Posición geográfica frente a situaciones actuales de conflictividad bélica y de terrorismo.

Debilidades

- Escasez de recursos para inversión pública en atractivos turísticos (puesta en valor y conservación) dada la necesidad del Estado provincial en cubrir las necesidades básicas de la población local (Mendoza es la provincia que menos recursos recibe de la coparticipación nacional per cápita).

- Gestión turística de las ANP.
- Desigual desarrollo de la infraestructura, con mayor concentración en las zonas irrigadas.
- Infraestructura de transporte insuficiente en algunas zonas, con necesidades de mejora en transporte público y conectividad terrestre.
- Retraso en la infraestructura pública nacional vial.
- Pasivos ambientales de construcciones fuera de uso y basurales en espacios de atracción turística.
- Baja digitalización en algunos sectores, con escaso desarrollo de aplicaciones móviles y plataformas de inteligencia turística.
- Concentración en pocas empresas (OTAs) de la comercialización turística.
- Crisis hídrica acentuada por el cambio climático y la histórica escasez de agua.

Amenazas

- Falta de regulación en alojamientos informales, con el crecimiento de plataformas de alquiler temporario sin regulación clara, lo que puede impactar en la calidad del servicio turístico.

- Saturación del corredor binacional ruta 7 y la concurrencia de usuarios con intereses y necesidades diferentes.
- El constante crecimiento de la oferta turística mundial.
- Factores macroeconómicos que afectan la llegada de turistas internacionales y la retención de los mercados domésticos.
- Inseguridad y riesgos sanitarios, con la posibilidad de nuevas crisis como la pandemia de COVID-19 que pueden afectar al turismo.
- Eventos extremos, como viento Zonda, avalanchas, aludes, movimientos sísmicos entre otros, que pueden impactar en actividades turísticas.

Aspectos favorables y ventajas competitivas del turismo en Mendoza.

En un contexto complejo para el turismo en Argentina, la provincia de Mendoza se posiciona como un destino turístico consolidado a nivel nacional e internacional, con una destacada diversidad de productos que incluyen oleoturismo; turismo deportivo; turismo de bienestar; turismo de naturaleza; turismo de nieve; turismo aventura; turismo rural; turismo gastronómico; enoturismo; turismo cultural; turismo educativo; turismo MICE y turismo de

reuniones. Este abanico de propuestas se ve fortalecido por el reconocimiento internacional de Mendoza como uno de los principales destinos enogastronómicos del mundo, así como por su prestigio en gastronomía, avalado por la Guía Michelin.

El crecimiento sostenido de la planta turística, especialmente en infraestructura hotelera y gastronómica entre los años 2000 y 2023, ha contribuido significativamente al desarrollo del sector. A su vez, la provincia ha consolidado su presencia en mercados estratégicos como Brasil, Chile y Perú, lo que se traduce en un impacto económico directo sobre el Producto Bruto Interno (PBI) provincial (6%) y en un aumento continuo de las inversiones en turismo.

La conectividad aérea y terrestre representa otra fortaleza relevante, con aeropuertos internacionales y regionales —como El Plumerillo, el aeropuerto de San Rafael y el de Malargüe— y una red vial de jerarquía nacional e internacional, destacándose las rutas 40 y 7. Estos factores permiten una accesibilidad eficiente tanto para turistas nacionales como internacionales. La política de cielos abiertos, junto con mejoras en infraestructura y servicios, favorece la llegada de nuevos mercados y consolida la conectividad de la provincia.

En cuanto a los recursos, Mendoza cuenta con valiosos atractivos naturales y culturales, incluyendo parques provinciales, áreas naturales protegidas y 19 reservas gestionadas por la provincia, abarcando el 13 % del territorio mendocino mediante la Red de Áreas Naturales Protegidas. Asimismo, la importancia del patrimonio material e inmaterial —como pueblos originarios, la gesta sanmartiniana, oleadas migratorias, la Cordillera de los Andes y el Aconcagua— constituye un activo estratégico para el turismo cultural y de experiencias.

Mendoza dispone además de una sólida trayectoria en gestión y planificación turística, con más de 25 años de experiencia reflejada en instrumentos como el PEAM, el Proyecto DIGAM y el autodiagnóstico DTI basado en los indicadores del modelo de SEGITTUR. La calidad también se refleja en la participación de numerosos prestadores en el Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT), posicionando a Mendoza como el segundo destino a nivel nacional en empresas turísticas con sello de calidad. La articulación público-privada a través de Consejos Asesores y el Observatorio Turístico del EMETUR fortalecen la gobernanza y la toma de decisiones estratégicas.

La profesionalización del sector se ve respaldada por una oferta académica significativa, con cinco universidades e institutos superiores con formación turística en todo el territorio provincial, junto al Instituto de Investigación Gastronómica y la Unidad Policial de Asistencia al Turista (UPAT), que garantizan calidad y seguridad en la experiencia del visitante.

A nivel de oportunidades estratégicas, se identifican mercados en crecimiento como Uruguay, Paraguay, México, Estados Unidos y Europa. Además, las tendencias globales del turismo sostenible, inclusivo, experiencial y de naturaleza, junto con la valorización de la identidad local, la búsqueda de bienestar, vida al aire libre y experiencias sensoriales y emocionales, permiten ampliar la base de desarrollo del sector turístico provincial. La innovación y digitalización, con aplicación de inteligencia artificial y herramientas de análisis de datos, así como las amplias alternativas de pago virtual y canales de comercialización digital —como billeteras electrónicas y OTAs—, abren nuevas oportunidades para optimizar

la experiencia del visitante y mejorar la competitividad de Mendoza como destino turístico internacional. La posición geográfica estratégica de la provincia frente a situaciones de conflictividad bélica y de terrorismo constituye un valor adicional en la captación de turistas.

Aspectos a fortalecer y oportunidades estratégicas para consolidar el desarrollo

El desarrollo turístico de Mendoza transita un escenario de consolidación y expansión, con múltiples factores que invitan a profundizar los procesos de mejora y a capitalizar nuevas oportunidades para un crecimiento sostenible y equilibrado. Sin embargo, el contexto actual también evidencia debilidades y amenazas que requieren atención estratégica para garantizar la competitividad y la sostenibilidad del destino.

Uno de los aspectos clave es la concentración actual en mercados internacionales como Chile y Brasil. Si bien esta presencia es una fortaleza, también evidencia la necesidad de diversificar estratégicamente los mercados, explorando oportunidades en Uruguay, Paraguay, Bolivia, Perú, Colombia, México, Estados Unidos y Europa. La adaptación de las estrategias promocionales debe considerar factores macroeconómicos, como tipo de cambio, inflación y estabilidad económica, que influyen en la llegada de turistas internacionales y en la retención de la demanda doméstica.

La escasez de recursos públicos destinados a la inversión en atractivos turísticos —puesta en valor, conservación y desarrollo— constituye una debilidad relevante, agravada por la necesidad del Estado provincial de cubrir las necesidades básicas de la población local, siendo Mendoza la provincia que menos recursos recibe de la coparticipación nacional per cápita. Esta limitación presupuestaria afecta la planificación y gestión de la oferta turística, particularmente en las Áreas Naturales Protegidas (ANP), donde se requiere fortalecer la gestión, mejorar la infraestructura y preservar los espacios de atracción turística.

La distribución territorial de la infraestructura también evidencia desigualdades, con mayor concentración en las zonas irrigadas, mientras que ciertas áreas requieren mejoras en transporte público y conectividad terrestre. Adicionalmente, persiste un retraso en la infraestructura pública nacional vial, y la saturación del corredor binacional ruta 7 genera concurrencia de usuarios con intereses y necesidades diversas. Los pasivos ambientales, como construcciones fuera de uso y basurales en espacios turísticos, representan riesgos adicionales para la calidad del servicio y la experiencia del visitante.

El avance de la digitalización aún es insuficiente en algunos sectores, con escaso desarrollo de aplicaciones móviles y plataformas de inteligencia turística, lo que limita la competitividad y la optimización de la comercialización. La concentración en pocas empresas de la comercialización turística (OTAs) también constituye un desafío para la diversidad de canales y la sostenibilidad de los precios.

A nivel de seguridad y riesgos, la crisis hídrica acentuada por el cambio climático y la histórica escasez de agua, los eventos extremos —viento Zonda, avalanchas, aludes, movimientos sísmicos— y la posibilidad de nuevas crisis sanitarias, como la pandemia de COVID-19, constituyen amenazas concretas para la continuidad de la actividad turística. La

falta de regulación en alojamientos informales y la presión de la competencia internacional incrementan la necesidad de garantizar estándares de calidad y seguridad, reforzando la gobernanza del sector mediante la articulación público-privada.

La población local y los visitantes nacionales de cercanía contribuyen al consumo en gastronomía, recreación y festivales, asegurando la demanda de corto plazo que ayuda al sostenimiento de las empresas turísticas. Por ello, la planificación estratégica debe atender simultáneamente a la captación de este segmento y a la diversificación de mercados internacionales, reforzando la fidelización y la promoción de productos adaptados a distintas preferencias y temporadas.

Finalmente, la competencia creciente a nivel nacional e internacional representa un estímulo para innovar, diversificar productos, consolidar la identidad territorial y fortalecer la gobernanza turística. Lejos de ser una amenaza aislada, la presión competitiva refuerza la necesidad de articular esfuerzos públicos y privados, consolidando a Mendoza como un destino turístico de excelencia, resiliente y preparado para los desafíos futuros.

MIRADA ESTRATÉGICA

La planificación es una herramienta fundamental para la gestión pública, ya que permite orientar las acciones del gobierno hacia el logro de sus objetivos, otorga coherencia a esas acciones, identifica prioridades y facilita la asignación adecuada de recursos.

En este sentido, la Provincia de Mendoza ha desarrollado una sólida trayectoria en planificación turística, iniciada con el TURPLAN en el año 2000, cuyo principal objetivo fue posicionar a la provincia como un destino competitivo. A lo largo de los años, se implementaron planes sucesivos, como el TURPLAN II 2007–2011, orientado a consolidar el destino, y la Edición Bicentenario de 2011, que actualizó los proyectos previos. En 2014 se presentó el Plan Estratégico de Desarrollo Sustentable e Innovación Turística de Mendoza 2014-2024, y en 2018 el Plan Estratégico de Alta Montaña (PEAM), con el propósito de revitalizar las zonas de montaña vinculadas a la Ruta 7, con potencial de desarrollo. Asimismo, actualmente se trabaja en el Plan de Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza (DIGAM).

Estos esfuerzos han permitido a Mendoza posicionarse como un destino turístico competitivo, tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, en un contexto turístico global en constante transformación, la capacidad de adaptarse a nuevas demandas y tecnologías sigue siendo esencial para mantener dicha competitividad.

El dinamismo de la industria turística actual, caracterizado por el aumento de la oferta y la demanda, la presencia de destinos de masas, destinos emergentes y situaciones de turismofobia, ha marcado la adopción de un nuevo modelo de gestión: el Destino Turístico Inteligente (DTI). Este modelo se fundamenta en la innovación, la sostenibilidad, la tecnología, la gobernanza y la accesibilidad.

El DTI constituye una estrategia innovadora que busca garantizar la evolución hacia un futuro más sostenible y tecnológico, optimizando la competitividad, la accesibilidad y la experiencia del visitante mediante la aplicación de tecnologías avanzadas, la implementación de un sistema de gobernanza colaborativa y el análisis de datos. Se entiende por DTI un modelo aplicado al territorio, gestionado de manera continua y coordinada, que integra recursos y procesos para optimizar la gobernanza, la tecnología, la sostenibilidad y la inclusión, generando un impacto positivo tanto en la calidad de vida de los ciudadanos como en la experiencia de los turistas

En este sentido, el DTI no solo digitaliza el destino, sino que promueve una transformación en la gestión del turismo basada en inteligencia colectiva, innovación y sostenibilidad, lo que resulta esencial para el desarrollo de Mendoza como un destino turístico que se adapta y evoluciona con los tiempos.

El siguiente cuadro muestra las diferencias de enfoque estratégico entre el modelo tradicional de "Destino Turístico" y de "Destino Turístico Inteligente".[8]

Dimensiones	**DESTINO TURÍSTICO**	**DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE**
Idea conceptual	Sistema turístico.	Sistema turístico inteligente.
Objetivos	Rentabilidad basada principalmente en criterios de desarrollo económico.	Rentabilidad económica, social y medioambiental. Satisfacción del turista y del ciudadano.
Límites físicos	No es obligatoria una limitación administrativa determinada, la misma puede deberse a cuestiones de producto o promoción.	Al igual que en el destino turístico, no es necesaria su limitación, pero sí recomendable, pues permite una mejora en la asimilación y puesta en marcha de los principios de la inteligencia.

[8] *En Generalitat Valenciana; INVAT.TUR; DTI-CV (2022)."BASES Y HORIZONTE DEL MODELO DTI - CV"*

Oferta	Sensible a los cambios y peticiones que se producen en el mercado.	La oferta también se adapta a los cambios en el mercado y en los turistas, pero no sólo los relacionados con los hábitos de consumo sino también con los valores éticos de los consumidores, así como por el uso de las nuevas tecnologías.
Demanda	Consumidores “primarios”, interesados en el disfrute inmediato del servicio contratado.	Los nuevos clientes buscan una experiencia y no consumir un producto. Interesados e implicados en el proceso de desarrollo, gestión, promoción e incluso elaboración del servicio.
Gestión de recursos	Deficiente, sin organización ni planificación, repercusiones negativas en el medio.	Gestión responsable, inteligente y sostenible de los recursos. Innovación de la gestión y eficiencia.
Población	Ajena al proceso, produciéndose desapego y falta de integración, pudiéndose producir incluso tensiones entre ésta, el tejido empresarial y los turistas.	Gobernabilidad democrática e implicación de la ciudadanía, que es protagonista del desarrollo de su territorio. Participación activa en el proceso
Sector público	Sus funciones se centran principalmente en el ordenamiento de la actividad, su regulación, promoción e incentivo. Con frecuencia es la responsable del inicio de planes de desarrollo.	Responsable del proceso de desarrollo inteligente, aunque con limitaciones. Desarrollan una función de motivación, asesoramiento, integración, consulta y definición del proceso.

Sector privado	Básicamente son comercializadores de recursos y creadores de productos con la venta como única finalidad.	Pasan de ser meros comerciantes a protagonistas en el proceso de desarrollo inteligente del territorio donde operan.
Uso de nuevas tecnologías	Son un complemento, una ventaja competitiva con respecto al resto. Su uso es opcional.	Son absolutamente necesarias y un elemento clave, pues facilitan el proceso de gestión del territorio, el tratamiento de la información y el conocimiento.
Tratamiento de la información	Sistemas convencionales.	Técnicas de Big Data, nuevas tecnologías de la información. Tratamiento inteligente del conocimiento.
Orientación de las acciones	Hacia cliente/mercado. Objetivo económico y productivo.	Las acciones tienden hacia la consecución de los beneficios comunes.
Resultados	Los resultados son principalmente numéricos: Mayores ganancias, rentabilidad económica, incremento del número de visitantes.	Hay una diversificación y enriquecimiento en los resultados: calidad y eficiencia, innovación, accesibilidad, mejora de la calidad de vida, etc.

EJES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN DTI

1. **Gobernanza**: proceso de conducción de los destinos turísticos a través de esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico, adaptado de la ONU Turismo.

2. **Sostenibilidad**: la sostenibilidad contempla la administración y gestión racional y eficiente de los recursos (vector ambiental), la calidad de vida de turistas, visitantes y residentes (vector social) y la competitividad de los actores económicos (vector económico).

3. **Innovación**: planteamientos innovadores internos y externos que se traduzcan en mejoras significativas orientadas a las actividades involucradas antes, durante y después de la estadía en el Destino Turístico Inteligente, a través de la implementación de herramientas de gestión de la innovación, siendo la inteligencia competitiva una de ellas.

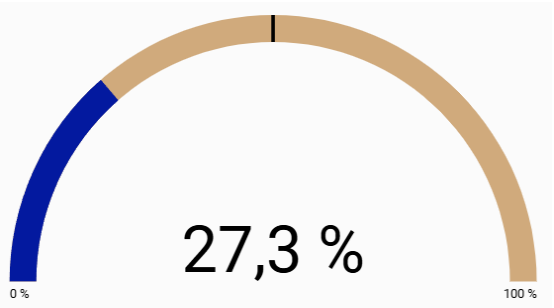
4. **Inclusión y accesibilidad**: contempla la función social del turismo, entendiendo a éste como un derecho y contribuyendo solidariamente a la inclusión y a la igualdad de oportunidades, considerando así también a la accesibilidad y el diseño universal como una forma de aportar valor a todas las iniciativas desarrolladas por las partes interesadas en el DTI.

5. **Tecnología**: contempla la incorporación de tecnologías. Por ejemplo, de la información, de la comunicación, de mejora energética, etc., y la vigilancia tecnológica que permiten el conocimiento, uso y aplicación de datos y contenidos sobre los mercados de oferta y demanda, como también los productos turísticos.

Resultados de autodiagnóstico DTI

El autodiagnóstico realizado con datos previos a 2023 muestra que el destino alcanza un 27,3% de avance en indicadores de Destino Turístico Inteligente (DTI). Este resultado, lejos de interpretarse como una debilidad, debe comprenderse como una nueva manera de analizar la gestión turística, bajo un modelo que introduce parámetros innovadores y más exigentes. En este sentido, el 27,3% no refleja una carencia, sino el nivel de desarrollo alcanzado hasta ahora en un marco que no había sido aplicado previamente. Dicho valor constituye un punto de partida sólido, que evidencia logros ya existentes y, al mismo tiempo, abre una amplia brecha de crecimiento y mejora si se adopta plenamente el enfoque DTI.

Convertirse en un DTI requiere avanzar en la integración de tecnología, sostenibilidad, accesibilidad, gobernanza participativa e innovación como ejes centrales. El diagnóstico evidencia que ya se han dado pasos importantes en estas dimensiones, y que el territorio posee condiciones de base para evolucionar rápidamente hacia mayores niveles de avance.



PRINCIPIOS RECTORES

La orientación estratégica de la presente gestión se estructura a partir de seis principios rectores, un objetivo general y objetivos específicos, que se operacionalizan a través de programas y proyectos concretos.

1. **Competitividad y diferenciación**: la digitalización permite a los destinos diferenciarse mediante el uso de datos y tecnologías avanzadas, mejorando la toma de decisiones y la oferta turística, anticipando cambios en la demanda y ofreciendo experiencias personalizadas.

2. **Sostenibilidad y eficiencia**: se enfoca en tres dimensiones: ambiental, con el uso eficiente de recursos naturales; social, en la búsqueda de la mejora de la calidad de vida y un turismo inclusivo; y económica, apuntando al fortalecimiento del sector turístico mediante la digitalización.

3. **Mejora de la experiencia del turist**a: se utilizan tecnologías de la información y comunicación (TIC) para ofrecer información en tiempo real y experiencias personalizadas, asegurando una experiencia fluida y satisfactoria.

4. **Accesibilidad e inclusión**: se garantiza que todos los visitantes, sin importar sus capacidades, puedan disfrutar del destino, promoviendo el turismo para todos y ampliando el público objetivo.

5. **Gestión colaborativa**: para lograr eficiencia, es fundamental la coordinación entre el sector público y privado, tomando decisiones basadas en datos abiertos e involucrando activamente a todos los actores, como gobiernos, empresas, residentes y turistas.

6. **Digitalización y transformación tecnológica**: la implementación de nuevas tecnologías mejora la gestión del destino, la seguridad, la movilidad y la satisfacción del turista, optimizando su experiencia y la imagen del destino a nivel internacional.

Nuestro objetivo general de gestión

Consolidar la calidad y posicionamiento del destino enriqueciendo la oferta, mejorando la experiencia del visitante y contribuyendo al bienestar social y económico de los residentes, tomando como modelo DTI.

Nuestros objetivos específicos

- Posicionar a Mendoza como un Destino Turístico Inteligente de referencia, apoyado en una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantice el desarrollo sostenible del territorio turístico. Además, promover la accesibilidad, facilitar la interacción e integración del visitante con el entorno.

- Fortalecer la articulación entre el sector público y privado mediante procesos coordinados y estrategias integradas, que permitan una gestión eficiente del destino turístico, promoviendo la participación activa de todos los actores involucrados.

- Adoptar enfoques innovadores en la planificación y gestión turística, fomentando la creatividad y la mejora continua en los productos y servicios del destino para incrementar su competitividad y diferenciación en el mercado.

- Integrar herramientas y soluciones tecnológicas que optimicen la eficiencia operativa, mejoren la experiencia del turista y faciliten la toma de decisiones basadas en datos, promoviendo la digitalización del destino.

- Fomentar la accesibilidad universal en la infraestructura, los servicios y la información turística, asegurando que el destino sea inclusivo y brinde igualdad de oportunidades para todos los visitantes, independientemente de sus capacidades.

- Promover un desarrollo turístico sostenible mediante la gestión eficiente de los recursos naturales y culturales, la reducción de impactos ambientales y la mejora de la calidad de vida de residentes y turistas, consolidando un modelo de turismo responsable y competitivo.

- Consolidar una oferta turística diversa y de calidad en todo el territorio provincial, a través del desarrollo de nuevos productos y experiencias, y del fortalecimiento de infraestructuras y servicios que permitan un aprovechamiento equilibrado, inclusivo y sostenible del patrimonio natural y cultural.

- Fortalecer el posicionamiento de la marca Mendoza en los mercados nacionales e internacionales mediante acciones estratégicas de promoción que favorezcan la atracción de nuevos visitantes, la diversificación de segmentos y la mejora cualitativa de la experiencia turística, consolidando su presencia como destino competitivo, deseado y reconocible a nivel global.

Programas y proyectos estratégicos

1. Promoción turística y posicionamiento de marca

PROYECTOS:

- Internacionalización de la marca Mendoza como un destino turístico de calidad.
- Fidelización y expansión de mercados estratégicos.
- Estrategia digital y comunicación para la promoción.
- Desarrollo de estrategias de promoción diferenciadas para los diferentes segmentos.
- Posicionamiento de destino en segmentos “Lujo” y “MICE”.
- “Mendoza Film Commission”.
- Turismo de cercanía y familiar.

2. Sistema de inteligencia turística, sostenibilidad y accesibilidad

PROYECTOS:

- Seguimiento del Plan de Gestión 2024-2027.
- Sostenibilidad y gestión de impactos ambientales en el turismo.
- Fortalecimiento y modernización del Observatorio para el Turismo Sostenible, OpTS.
- Certificación de alojamientos económicos, sostenibles y auténticos.
- Turismo sin barreras.
- Sistema de Inteligencia Turística (SITUR).

3. Nuevas experiencias y productos turísticos

PROYECTOS:

- Desarrollo e innovación del producto Turismo Cultural:
  - Caminos de la Libertad - Pasaporte Nacional Sanmartiniano.
  - Vivencias mendocinas: Paisajes con sabor a Mendoza; Mendoza Oliva bien; Casas y casonas y altares; Patios de Cuyo.
  - Pueblos memorables.
  - Campos y cielos.
- Desarrollo e innovación del producto Turismo Aventura y Naturaleza:
  - Senderos de Gran Recorrido de los Andes.
- Desarrollo e innovación de productos de infraestructura turística:
  - Bicisendas. Mendoza VanLife.
- Mejora de la competitividad para experiencias turísticas

4. Desarrollo de la identidad gastronómica de Mendoza - DIGAM

PROYECTOS:

- Elaboración y gestión del plan DIGAM.
- Observatorio de gastronomía de Mendoza.
- Desarrollo de estándares de calidad y sostenibilidad.
- Instituto de Investigación y Desarrollo Gastronómico de Mendoza.

5. Gestión institucional y gobernanza del turismo

PROYECTOS:

- Adecuación de la normativa turística a las necesidades actuales.
- Mejora de la calidad y formalización del sector turístico.
- Fortalecimiento de la gobernanza.
- Consolidación de la participación público-privada en la gestión turística.
- Mantenimiento y optimización de la infraestructura para eventos y congresos.

6. Desarrollo territorial

PROYECTOS:

- Ejecución del Plan Estratégico de Alta Montaña.
- Fomento a las Inversiones en Unidades de Integración Territorial. Ley 9.584.
- Desarrollo del Centro de Montaña Villa Los Penitentes.
- Plan de Desarrollo Turístico de la Villa Las Cuevas.
- Priorización de la Villa Puente del Inca en el Banco de Proyectos de la Provincia.
- Infraestructura turística municipal.

En el Plan de Gestión, los proyectos que forman parte de cada uno de los Programas han sido organizados en tres grados de prioridad y plazos, con el propósito de garantizar una implementación eficiente y coordinada.

Grados de prioridad:

1. **Prioridad alta:** Incluye aquellos proyectos de máxima urgencia, cuyo impacto directo y estratégico en la visibilidad y desarrollo de la gestión resulta fundamental. Su implementación debe realizarse con celeridad para asegurar resultados en el corto plazo.

2. **Prioridad media:** Comprende proyectos relevantes que complementan los de prioridad alta. A pesar de ser esenciales para el éxito del Plan, su implementación puede desarrollarse de manera progresiva, en función del avance de los proyectos prioritarios.

3. **Prioridad baja:** Abarca proyectos de interés a largo plazo, cuya ejecución puede postergarse hasta que se generen las condiciones necesarias o se consoliden los resultados de las fases previas.

Plazos de ejecución:

1. **Corto plazo:** Incluye proyectos que deben finalizar dentro de los primeros 18 meses, debido a su carácter clave para generar un impacto inmediato y establecer las bases para el desarrollo integral del plan.

2. **Medio plazo:** Comprende aquellos proyectos a desarrollarse en un período de 18 a 36 meses, cuya ejecución requiere una mayor coordinación y disponibilidad de recursos para consolidar los avances alcanzados en el corto plazo.

3. **Largo plazo:** Se refiere a proyectos de mayor complejidad, cuya ejecución se extiende más allá de los 36 meses. Estos proyectos están orientados a la sostenibilidad a largo plazo e incluyen la creación de infraestructura sólida, el establecimiento de un financiamiento estable y el desarrollo de un marco jurídico adecuado.

Fichas de Proyectos Turísticos

PROGRAMA 1: PROMOCIÓN TURÍSTICA Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Proyecto 1.1	**Internacionalización de la marca Mendoza como un destino turístico de calidad**
Fundamento	La consolidación de Mendoza como destino turístico requiere fortalecer su imagen en mercados clave para atraer más visitantes y fomentar el desarrollo económico.
Descripción	Estrategias de comunicación y promoción en mercados nacionales e internacionales.
Objetivos	Aumentar la visibilidad del destino. Atraer mayor flujo turístico mediante mejoras en la conectividad. Fortalecer la imagen de Mendoza en mercados estratégicos.
Prioridad	Alta (base para otras estrategias de promoción).
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 1.2	**Fidelización y expansión de mercados estratégicos**
Fundamento	Para garantizar el crecimiento sostenido del turismo es fundamental fidelizar mercados actuales y expandirse a nuevos segmentos.
Descripción	Desarrollar programas de fidelización implementando estrategias de penetración en mercados emergentes.
Objetivos	Aumentar la repetición de visitas y diversificar el origen de turistas. Fortalecer la competitividad del destino.
Prioridad	Alta.
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 1.3	**Estrategia digital y comunicación para la promoción**
Fundamento	La digitalización del turismo requiere una presencia online estratégica y optimizada.
Descripción	Optimizar la presencia digital a presencia digital de Mendoza mediante plataformas mejoradas, marketing online y contenido segmentado fortaleciendo la accesibilidad y experiencia del usuario.
Objetivos	Optimizar la presencia digital. Mejorar la experiencia de usuario.
Prioridad	Alta (clave para la promoción).
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 1.4	**Desarrollo de estrategias de promoción diferenciadas para los diferentes segmentos**
Fundamento	La personalización de la oferta permite atraer nichos específicos con alto valor agregado.
Descripción	Desarrollar estrategias de segmentación basadas en estudios de mercado para identificar y atraer nichos turísticos estratégicos, optimizando la promoción y captación digital.
Objetivos	Atraer públicos específicos. Potenciar experiencias diferenciadas.
Prioridad	Media (se beneficia de estrategias digitales previas).
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 1.5	**Posicionamiento de destino en segmento "Lujo" y "MICE"**
Fundamento	El segmento "Lujo" ofrece alto impacto económico y exige experiencias exclusivas. Mendoza posee atributos únicos que permiten atraer este tipo de turismo. El segmento "MICE" evita la estacionalidad en el destino.
Descripción	Acciones promocionales y alianzas estratégicas para posicionar a Mendoza en este segmento.
Objetivos	Aumentar la llegada de turistas del segmento "Lujo". Reforzar la imagen de Mendoza como destino de alta gama. Desestacionalizar el destino mediante el turismo "MICE".
Prioridad	Alta
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 1.6	**"Mendoza Film Commission"**
Fundamento	Como parte de las acciones impulsadas en el marco del Régimen de Promoción y Desarrollo de la Industria Audiovisual en la provincia de Mendoza (Ley N.º 9.058), comenzó a operar la Mendoza Film Commission, creada por la Ley N.º 8.546. Su funcionamiento responde a la necesidad de diversificar la matriz productiva local, a través del diseño y la implementación de estrategias que potencien los recursos existentes, estimulen diversas actividades económicas vinculadas al sector audiovisual y generen nuevos puestos de trabajo genuino.
Descripción	La Mendoza Film Commission facilita rodajes en la provincia, promoviendo sus paisajes y cultura como escenarios de producciones audiovisuales. Su labor contribuye a la difusión turística de Mendoza a nivel nacional e internacional.
Objetivos	Posicionar la provincia como polo audiovisual. Atraer inversiones nacionales e internacionales, con eje turístico en Mendoza como proveedora de servicios y destino de turismo cultural.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 1.7	**Turismo de cercanía y familiar**
Fundamento	El turismo de cercanía y familiar se consolida como un segmento estratégico para diversificar la demanda, fomentar el desarrollo económico local y promover la sostenibilidad del sector. Fortalecer este tipo de turismo permite incentivar el consumo interno, prolongar la estadía de visitantes nacionales y aumentar la ocupación en temporadas bajas, asegurando un flujo constante de turistas y beneficios económicos para la provincia.
Descripción	Diseño e implementación de estrategias orientadas al turismo familiar y de proximidad, que incluyan paquetes adaptados, actividades recreativas y culturales, comunicación dirigida a familias y turistas nacionales de cercanía, así como incentivos para estadías cortas y escapadas de fin de semana. Integración con operadores locales, prestadores turísticos y municipios para ofrecer experiencias integrales y accesibles.
Objetivos	Incrementar la participación del turismo nacional y de cercanía en Mendoza. Promover experiencias familiares que fortalezcan la identidad cultural y natural de la provincia. Mejorar la ocupación turística en temporada baja y zonas con menor desarrollo turístico. Generar conciencia sobre el consumo responsable y la sostenibilidad en el turismo local.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Tecnología**.

PROGRAMA 2: SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD

Proyecto 2.1	**Seguimiento del Plan de Gestión 2024-2027**
Fundamento	Promueve la sostenibilidad en la gestión del destino implementando lineamientos del Modelo de Destino Turístico Inteligente.
Descripción	Implementación de procesos para el reconocimiento de Mendoza como destino turístico inteligente.
Objetivos	Mejorar la gestión del destino. Consolidar la competitividad del destino.
Prioridad	Alta (base para el desarrollo sostenible).
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 2.2	**Sostenibilidad y gestión de impactos sociales y ambientales en el turismo**
Fundamento	Reducir el impacto ambiental del turismo y contribuir al desarrollo social es clave para la sostenibilidad a largo plazo.
Descripción	Analizar e implementar estrategias para medir y reducir la huella de carbono y el impacto ambiental, integrando enfoques que consideren la equidad social y el bienestar de las comunidades locales.
Objetivos	Garantizar un turismo responsable. Contribuir a minimizar la huella ecológica.
Prioridad	Alta (paralelo a la certificación de normas).
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 2.3	**Fortalecimiento y modernización del Observatorio para el Turismo Sostenible, OpTS**
Fundamento	La toma de decisiones basada en datos permite una mejor gestión del turismo.
Descripción	Plataforma de análisis de datos que analiza la realidad del sector turístico de la provincia para generar información que facilite la toma de decisiones y mejore la gestión del turismo.
Objetivos	Recopilar y analizar datos sobre el comportamiento y tendencias del turismo. Monitorear el impacto del turismo en la comunidad, economía y medio ambiente. Facilitar la planificación estratégica con información actualizada.
Prioridad	Alta (clave para la gestión basada en evidencia).
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 2.4	**Certificación de alojamientos económicos, sostenibles y auténticos**
Fundamento	Existe una creciente demanda por experiencias turísticas accesibles, sostenibles y con identidad local. Este proyecto busca fortalecer a pequeños y medianos alojamientos mediante una certificación que reconozca servicios específicos alineados a estos valores, sin necesidad de modificar su estructura operativa general.
Descripción	Implementación de un programa de certificación que avale servicios dentro de alojamientos mendocinos que cumplan criterios de accesibilidad económica, sostenibilidad y autenticidad local. Incluye diagnóstico, capacitaciones, auditoría técnica y promoción diferenciada de los servicios certificados.
Objetivos	Fortalecer la competitividad de los alojamientos. Promover prácticas sostenibles. Visibilizar servicios auténticos y accesibles. Mejorar la inserción comercial de los prestadores certificados.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Inclusión y Accesibilidad**.

Proyecto 2.5	**Turismo sin barreras**
Fundamento	El proyecto se basa en el concepto de accesibilidad universal, promoviendo la eliminación de barreras arquitectónicas, comunicacionales y actitudinales que puedan dificultar la experiencia turística de personas con discapacidad, adultos mayores y otros grupos con requerimientos específicos.
Descripción	Es un enfoque inclusivo dentro del sector turístico que busca garantizar el acceso universal a los destinos, infraestructuras, servicios y actividades turísticas para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales, cognitivas o psicosociales.
Objetivos	Contar con un diagnóstico de los desafíos que enfrentan los prestadores turísticos para garantizar un turismo inclusivo. Identificar los factores que limitan el acceso y disfrute del turismo en Mendoza.
Prioridad	Alta
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**.

Proyecto 2.6	**Sistema de Inteligencia Turística (SITUR)**
Fundamento	El turismo en Mendoza necesita decisiones basadas en evidencia, integración de información dispersa, tecnología para la gestión inteligente y sostenibilidad en el desarrollo.
Descripción	Es una plataforma que recolecta, organiza, analiza y visualiza datos turísticos en tiempo real, integrando múltiples fuentes (públicas, privadas, académicas y de los propios turistas). Permite una visión estratégica y dinámica del turismo en la provincia.
Objetivos	Integrar datos del ecosistema turístico. Optimizar la gestión de políticas públicas. Fortalecer la sostenibilidad y competitividad. Personalizar la experiencia turística. Fomentar la innovación y la colaboración interinstitucional.
Prioridad	Alta
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

PROGRAMA 3: NUEVAS EXPERIENCIAS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Proyecto 3.1	**Caminos de la Libertad - Pasaporte Nacional Sanmartiniano**
Fundamento	Revalorizar la historia de San Martín como atractivo turístico y cultural.
Descripción	Integrar diversos “sitios sanmartinianos” en una ruta temática, incentivando su visita y registro mediante el Pasaporte Nacional Sanmartiniano, en busca de fortalecer el conocimiento de la figura de San Martín y fomentar el turismo cultural y el desarrollo local en los destinos vinculados.
Objetivos	Potenciar el turismo cultural. Fortalecer el sentido de pertenencia.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 3.2	**Vivencias mendocinas: Paisajes con sabor a Mendoza, Mendoza Oliva bien; Casas y casonas y altares, Patios de Cuyo**
Fundamento	Poner en valor la identidad local mediante experiencias auténticas fortalece el desarrollo turístico sostenible.
Descripción	Desarrollo de productos turísticos basados en la identidad cultural y paisajística de Mendoza.
Objetivos	Diversificar la oferta turística. Fortalecer la identidad mendocina.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 3.3	**Pueblos memorables**
Fundamento	Mendoza tiene pueblos con un rico patrimonio cultural y natural, a menudo fuera del turismo tradicional. Es necesario destacar su valor, integrarlos a la oferta turística y fomentar el turismo sostenible para fortalecer sus comunidades, asegurando su desarrollo y la preservación de su identidad.
Descripción	Selecciona y pone en valor a pueblos que ofrecen experiencias auténticas y profundas. En estos destinos, los visitantes se sumergen en la cultura, historia, tradiciones y naturaleza locales, conectando con la ”mendocinidad” a través de la cotidianidad de sus habitantes y la esencia de sus comunidades. La selección de estos pueblos se basa en requisitos que aseguran la preservación de su identidad y su capacidad para brindar vivencias únicas y sostenibles.
Objetivos	Poner en valor el patrimonio cultural y natural de pueblos de Mendoza. Fomentar la participación de las comunidades en la actividad turística. Desarrollar experiencias auténticas que diversifiquen la oferta turística de Mendoza.
Prioridad	Baja.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 3.4	**Campos y cielos.**
Fundamento	Mendoza ofrece un paisaje público que invita a la contemplación, a la conexión con la naturaleza y al patrimonio cultural heredado. Este proyecto busca exaltar estos lugares como vivencias emocionales sostenibles e integradoras.
Descripción	Desarrollo de experiencias basadas en la observación del cielo, la conexión con la naturaleza y la valorización de saberes ancestrales de las comunidades locales.
Objetivos	Fomentar actividades turísticas que contribuyan a la comprensión y puesta en valor del paisaje cultural, que fortalezcan el vínculo con la naturaleza y el respeto por el entorno. Integrar a las comunidades locales en la gestión y difusión de sus conocimientos y tradiciones. Mejorar la infraestructura y accesibilidad de los espacios seleccionados.
Prioridad	Media.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 3.5	**Senderos de Gran Recorrido de los Andes**
Fundamento	Desarrollar un sendero de gran recorrido en la cordillera de los Andes para potenciar el turismo de naturaleza y aventura, ofreciendo a los visitantes una experiencia única que recorra paisajes de alto valor histórico, arqueológico y paisajístico.
Descripción	Implementación de un sendero de 550 km que conectará el Parque Aconcagua con el Paso Pehuenche, atravesando áreas naturales protegidas y diversos municipios de Mendoza.
Objetivos	Ampliar la oferta del turismo activo sostenible. Conservar y poner en valor el patrimonio natural y cultural de la zona.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 3.6	**Desarrollo e innovación de productos de infraestructura turística: Bicisendas. VanLife.**
Fundamento	La infraestructura vinculada al cicloturismo y al campismo representa una oportunidad estratégica para diversificar la oferta turística, mejorar la movilidad sostenible y poner en valor territorios mediante experiencias accesibles, saludables y vinculadas al entorno natural y cultural.
Descripción	Se pone a disposición de los Municipios, proyectos de bicisendas y zonas de campers para intervenir en circuitos de bicisendas y áreas aptas para el desarrollo de experiencias tipo camper, incorporando infraestructura de apoyo, señalética temática y elementos de identidad turística, promoviendo así nuevas formas de recorridos y pernocte en contacto con la naturaleza.
Objetivos	Incorporar circuitos de bicisendas al sistema turístico provincial mediante criterios de identidad, accesibilidad y sostenibilidad. Dotar de infraestructura en toda la Provincia espacios aptos para pernocte en campers.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 3.7	**Mejora de la competitividad para experiencias turísticas**
Fundamento	El crecimiento del turismo experiencial en Mendoza ofrece una oportunidad para fortalecer la calidad y proyección de las propuestas locales, mejorando su competitividad y sostenibilidad.
Descripción	Apoyo técnico y operativo para mejorar el impacto de experiencias registradas y resolver necesidades como visibilidad, capacitación y normativa.
Objetivos	Fortalecer la calidad, autenticidad y sustentabilidad de las experiencias turísticas. Generar beneficios para turistas y comunidades locales.
Prioridad	Alta
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

PROGRAMA 4: DIGAM

Proyecto 4.1	**Elaboración y gestión del Plan DIGAM.**
Fundamento	La gastronomía es un pilar clave en la identidad turística de Mendoza.
Descripción	Diseño e implementación de un plan estratégico para el desarrollo gastronómico.
Objetivos	Poner en valor y fortalecer la identidad gastronómica de Mendoza Impulsar la gastronomía como eje estratégico del desarrollo turístico y económico.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**.

Proyecto 4.2	**Observatorio de gastronomía de Mendoza.**
Fundamento	Contar con datos sobre la gastronomía local permite mejorar su gestión y promoción.
Descripción	Creación de un observatorio para el monitoreo de tendencias gastronómicas.
Objetivos	Evaluar el impacto económico y social. Facilitar la toma de decisiones estratégicas en el sector gastronómico.
Prioridad	Alta.
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Innovación**, **Tecnología**.

Proyecto 4.3	**Desarrollo de estándares de calidad y sostenibilidad.**
Fundamento	Establecer estándares de calidad y sostenibilidad en el sector gastronómico de Mendoza para asegurar una oferta culinaria de excelencia que refleje la identidad local y responda a las tendencias globales.
Descripción	Desarrollo e implementación de estándares mínimos de calidad y sostenibilidad para establecimientos gastronómicos, incluyendo capacitaciones, certificaciones y promoción de prácticas responsables.
Objetivos	Mejorar la calidad de la oferta gastronómica en Mendoza. Promover prácticas sostenibles en la cadena de valor gastronómica. Fortalecer la identidad culinaria de Mendoza en el mercado nacional e internacional.
Prioridad	Alta.
Plazo	2 años.
Ejes	**Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**.

Proyecto 4.4	**Instituto de investigación y desarrollo gastronómico de Mendoza.**
Fundamento	La gastronomía mendocina requiere innovación y desarrollo para fortalecer su competitividad y proyección internacional. La creación del Instituto dentro del DIGAM permitirá impulsar la investigación y sostenibilidad, articulando esfuerzos entre el sector público, privado y académico para mejorar la calidad y preservar la identidad gastronómica de Mendoza.
Descripción	El instituto promoverá la investigación, el desarrollo y la valorización de productos y técnicas locales, fomentando la sostenibilidad y la calidad. A través de alianzas estratégicas, generará innovación, formación y proyectos que posicionarán a la gastronomía mendocina como referente nacional e internacional.
Objetivos	Impulsar la investigación y la innovación gastronómica. Poner en valor los productos y técnicas culinarias locales. Fomentar la sostenibilidad y la calidad en el sector.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

PROGRAMA 5: GESTIÓN INSTITUCIONAL Y GOBERNANZA DEL TURISMO

Proyecto 5.1	**Adecuación de la normativa turística a las necesidades actuales.**
Fundamento	Actualizar y simplificar la normativa turística para facilitar la operación de actores del sector y promover un entorno regulatorio eficiente y transparente.
Descripción	Revisión y modificación de la legislación vigente, creación de herramientas como el Registro de Agencias de Viajes de Mendoza y simplificación de trámites administrativos.
Objetivos	Facilitar la formalización y operación de actores turísticos. Eliminar duplicidad de información. Mejorar la eficiencia de la gestión turística en la provincia.
Prioridad	Alta.
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**.

Proyecto 5.2	**Mejora de la calidad y formalización del sector turístico.**
Fundamento	La implementación de estándares de calidad en los servicios turísticos es clave para mejorar la competitividad del destino. Asimismo, contar con un registro actualizado de prestadores turísticos permitirá su adecuada promoción y brindará mayor seguridad a los consumidores, al identificar servicios que cumplen con criterios de formalidad y calidad.
Descripción	El proyecto contempla la eliminación de costos para trámites ante la Dirección de Legales y Registro, con el fin de incentivar la formalización de prestadores turísticos. Además, se promoverán alianzas con actores estratégicos que faciliten y acompañen el proceso de registración, fortaleciendo la articulación institucional y el acceso a la formalidad.
Objetivos	Mejorar la calidad de los servicios turísticos en Mendoza. Fomentar la formalización de prestadores turísticos informales. Incrementar la competitividad de Mendoza como destino turístico.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**.

Proyecto 5.3	**Fortalecimiento de la gobernanza**
Fundamento	Establecer acuerdos estratégicos con municipios turísticos para optimizar la gestión turística mediante la colaboración y el intercambio de información y recursos.
Descripción	El proyecto propone establecer acuerdos con organismos provinciales y municipios turísticos para facilitar la inscripción de prestadores en el EMETUR. Se impulsará la interoperabilidad y el intercambio de información entre gobiernos locales y provinciales para mejorar la coordinación y gestión turística.
Objetivos	Establecer acuerdos estratégicos con organismos del gobierno provincial y municipal, con el objetivo de optimizar la gestión turística y facilitar la inscripción de prestadores en el EMETUR, mediante la colaboración y el intercambio de información y recursos.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**.

Proyecto 5.4	**Consolidación de la participación público-privada en la gestión turística.**
Fundamento	La colaboración entre el sector público y privado es esencial para el desarrollo y promoción efectiva del turismo en Mendoza.
Descripción	Funcionamiento activo del Consejo Consultivo de la Actividad Privada y del Consejo Asesor de Municipalidades, según lo establecido por la Ley Provincial N.º 8845.
Objetivos	Fomentar la participación del sector privado en la toma de decisiones turísticas. Mejorar la coordinación entre el sector público y privado en la gestión turística. Desarrollar estrategias conjuntas para la promoción y desarrollo del turismo.
Prioridad	Alta.
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**.

Proyecto 5.5	**Mantenimiento y optimización de la infraestructura para eventos y congresos.**
Fundamento	La infraestructura adecuada es clave para posicionar a Mendoza como un destino preferido para eventos y congresos.
Descripción	Tareas de mantenimiento y mejora en los Centros de Congresos y Exposiciones de Mendoza y San Rafael, así como en el Auditorio Ángel Bustelo.
Objetivos	Garantizar instalaciones de calidad para eventos y congresos. Aumentar la competitividad de Mendoza en el turismo de reuniones. Atraer más eventos nacionales e internacionales a la provincia.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

PROGRAMA 6: DESARROLLO TERRITORIAL

Proyecto 6.1	**Ejecución del Plan Estratégico de Alta Montaña.**
Fundamento	Desarrollar de manera sostenible las zonas de alta montaña de Mendoza, aprovechando su potencial turístico y mejorando la calidad de vida de las comunidades locales.
Descripción	Implementación de las acciones propuestas en el Plan Estratégico de Alta Montaña, incluyendo infraestructura turística, promoción de inversiones y conservación del patrimonio natural y cultural.
Objetivos	Desarrollar infraestructura turística en las zonas de alta montaña. Fomentar inversiones privadas para el desarrollo turístico sostenible. Conservar y valorizar el patrimonio natural y cultural de la región.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 6.2	**Fomento a las Inversiones en Unidades de Integración Territorial. Ley 9.584.**
Fundamento	Promover inversiones que impulsen el desarrollo sostenible en áreas con alto potencial turístico, mediante incentivos establecidos por la Ley 9.584.
Descripción	Aplicación de incentivos fiscales y financieros para atraer inversiones en unidades de integración territorial, con énfasis en proyectos turísticos sostenibles.
Objetivos	Atraer inversiones privadas hacia áreas prioritarias para el desarrollo turístico. Implementar los beneficios establecidos en la Ley 9.584. Fomentar proyectos que promuevan el desarrollo sostenible y la inclusión social.
Prioridad	Alta.
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 6.3	**Desarrollo del Centro de Montaña Villa Los Penitentes.**
Fundamento	Revitalizar y potenciar Villa Los Penitentes como un centro de montaña de referencia, diversificando la oferta turística y extendiendo la temporada de visitas.
Descripción	Desarrollo de infraestructura y servicios en Villa Los Penitentes para actividades durante todo el año, incluyendo esquí, senderismo y eventos culturales.
Objetivos	Diversificar la oferta turística de Villa Los Penitentes. Extender la temporada turística más allá del invierno. Mejorar la infraestructura y servicios para visitantes y residentes.
Prioridad	Media.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 6.4	**Plan de Desarrollo Turístico de la Villa Las Cuevas.**
Fundamento	Aprovechar el potencial turístico de la Villa Las Cuevas, ubicada en un punto estratégico del corredor bioceánico, para impulsar el desarrollo económico local.
Descripción	Elaboración e implementación de un plan de desarrollo turístico que contemple la mejora de infraestructura, promoción de atractivos locales y fortalecimiento de la comunidad.
Objetivos	Desarrollar y mejorar la infraestructura turística en Villa Las Cuevas. Promover los atractivos naturales y culturales de la villa. Fortalecer la participación de la comunidad local en el desarrollo turístico.
Prioridad	Media.
Plazo	2 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**.

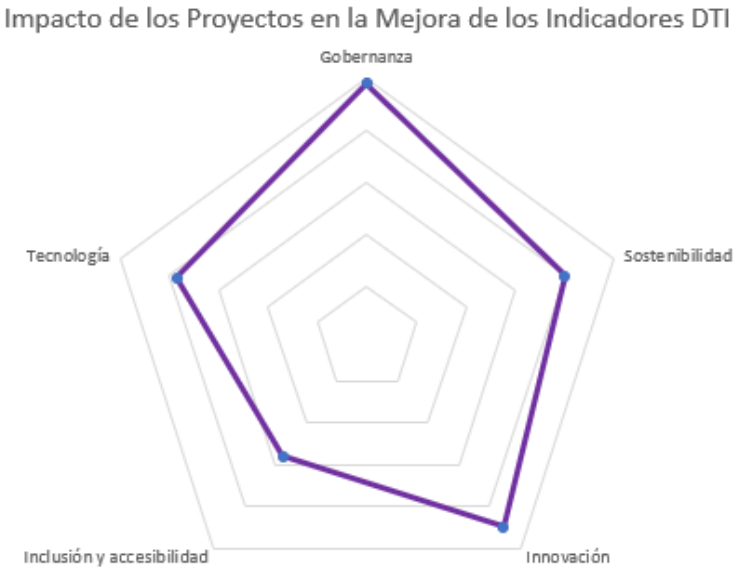
Proyecto 6.5	**Priorización de la Villa Puente del Inca en el banco de proyectos de la provincia.**
Fundamento	La Villa Puente del Inca es un sitio de alto valor histórico, cultural y turístico en Mendoza. Su inclusión prioritaria en el Banco de Proyectos de la Provincia busca impulsar su desarrollo sostenible, preservando su patrimonio y potenciando su atractivo turístico.
Descripción	Este proyecto contempla la identificación y evaluación de iniciativas que promuevan el desarrollo integral de la Villa Puente del Inca. Se enfocará en la restauración y conservación del patrimonio histórico, la mejora de infraestructuras turísticas y la promoción de inversiones que respeten el entorno natural y cultural.
Objetivos	Incorporar a la Villa Puente del Inca como proyecto prioritario en el Banco de Proyectos de la Provincia. Fomentar inversiones públicas y privadas para el desarrollo sostenible de la villa. Preservar y poner en valor el patrimonio histórico y natural de la zona. Mejorar la infraestructura y servicios turísticos para incrementar la afluencia de visitantes.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Proyecto 6.6	**Infraestructura turística municipal**
Fundamento	El fortalecimiento de la infraestructura turística potencia el desarrollo de experiencias integrales y de calidad. Acompañar el crecimiento de destinos emergentes con equipamiento adecuado permite consolidar su oferta. Esta iniciativa se alinea con una visión estratégica de desarrollo territorial sustentable.
Descripción	El proyecto impulsa la ejecución de obras vinculadas al turismo. Se priorizan áreas con potencial turístico en desarrollo. La implementación se realiza en colaboración con gobiernos municipales
Objetivos	Mejorar la calidad del entorno turístico y su accesibilidad. Aumentar la permanencia y satisfacción de visitantes. Fortalecer el posicionamiento de nuevos destinos en el mapa turístico provincial.
Prioridad	Alta.
Plazo	3 años.
Ejes	**Gobernanza**, **Sostenibilidad**, **Innovación**, **Inclusión y Accesibilidad**, **Tecnología**.

Matriz de relación entre Programas, Proyectos y Ejes

	GOB	SOST	INNOV	INC & ACC	TEC
Internacionalización de la marca Mendoza como un destino turístico de calidad.	●		●		●
Fidelización y expansión de mercados estratégicos.	●	●	●		●
Estrategia digital y comunicación para la promoción.	●		●	●	●
Desarrollo de estrategias de promoción diferenciadas para los diferentes segmentos.	●		●		●
Posicionamiento de destino en segmentos “Lujo” y “MICE”.	●		●		●
“Mendoza Film Commission”.	●	●	●		●
Turismo de cercanía y familiar.	●		●		●
Seguimiento del Plan de Gestión 2024-2027.	●	●	●	●	●
Sostenibilidad y gestión de impactos ambientales en el turismo.	●	●	●		●
Fortalecimiento y modernización del Observatorio para el Turismo Sostenible, OpTS.	●		●		●
Certificación de alojamientos económicos, sostenibles y auténticos.	●	●		●	
Turismo sin barreras.	●		●	●	
Sistema de Inteligencia Turística (SITUR).	●	●	●	●	●
Caminos de la Libertad - Pasaporte Nacional Sanmartiniano.	●	●	●		●
Vivencias mendocinas.	●	●	●		●
Pueblos memorables.	●	●	●		●
Campos y cielos.	●	●	●	●	●
Senderos de Gran Recorrido de los Andes.	●	●	●	●	●
Bicisendas. Mendoza VanLife.	●	●	●	●	●
Mejora de la competitividad para experiencias turísticas.	●	●	●	●	●
Elaboración y gestión del plan DIGAM.	●	●	●		

Observatorio de gastronomía de Mendoza.	●		●		●
Desarrollo de estándares de calidad y sostenibilidad.		●	●	●	
Instituto de Investigación y Desarrollo Gastronómico de Mendoza.	●	●	●	●	●
Adecuación de la normativa turística a las necesidades actuales.	●	●	●		
Mejora de la calidad y formalización del sector turístico.	●	●			
Fortalecimiento de la gobernanza.	●	●			
Consolidación de la participación público-privada en la gestión turística.	●				
Mantenimiento y optimización de la infraestructura para eventos y congresos.		●	●	●	●
Ejecución del Plan Estratégico de Alta Montaña.	●	●	●	●	●
Fomento a las Inversiones en Unidades de Integración Territorial. Ley 9.584.	●	●	●	●	●
Desarrollo del Centro de Montaña Villa Los Penitentes.	●	●	●	●	●
Plan de Desarrollo Turístico de la Villa Las Cuevas.	●	●	●	●	●
Priorización de la Villa Puente del Inca en el Banco de Proyectos de la Provincia.	●	●		●	
Infraestructura turística municipal.	●	●	●	●	●



A continuación se presentan los proyectos ordenados por prioridad y por plazo. Ambas metodologías son valiosas y pueden ser complementarias, dependiendo de las necesidades y circunstancias específicas.

Proyectos ordenados por prioridad

Ordenar los proyectos por prioridad permite optimizar el uso de recursos, enfocando los esfuerzos en aquellas iniciativas que generan mayor impacto y están alineadas con los objetivos estratégicos del plan. Este enfoque facilita la identificación de proyectos críticos, la gestión efectiva de riesgos y la mejora del enfoque estratégico, garantizando que los plazos más estrictos se cumplan y se mantenga en curso hacia sus metas principales. Además, al priorizar proyectos, se promueve una mayor eficiencia operativa, reduciendo esfuerzos duplicados y asegurando la coherencia en las acciones y decisiones tomadas.

Prioridad	Proyecto	Programa
Alta	1.1 Internacionalización de la marca Mendoza como un destino turístico de calidad.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Alta	1.2 Fidelización y expansión de mercados estratégicos.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Alta	1.3 Estrategia digital y comunicación para la promoción.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Alta	1.5 Posicionamiento de destino en segmento "Lujo" y "MICE"	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Alta	1.6 Mendoza Film Commission.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Alta	1.7 Turismo de cercanía y familiar	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Alta	2.1 Seguimiento del Plan de Gestión 2024-2027.	Destino Inteligente y Sostenibilidad
Alta	2.2 Sostenibilidad y gestión de impactos ambientales en el turismo.	Destino Inteligente y Sostenibilidad
Alta	2.3 Fortalecimiento y modernización del OpTS.	Destino Inteligente y Sostenibilidad
Alta	2.4 Certificación de alojamientos económicos, sostenibles y auténticos.	Destino Inteligente y Sostenibilidad
Alta	2.5 Turismo sin barreras	Destino Inteligente y Sostenibilidad
Alta	3.1 Caminos de la Libertad - Pasaporte Nacional Sanmartiniano.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
Alta	3.2 Vivencias mendocinas.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos

Alta	3.4 Campos y cielos.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
Alta	3.5 Senderos de Gran Recorrido de los Andes.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
Alta	3.6 Desarrollo e innovación de productos de infraestructura turística: Bicisendas. VanLife.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
Alta	3.7 Mejora de la competitividad para experiencias turísticas	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
Alta	4.1 Elaboración y gestión del Plan DIGAM.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
Alta	4.2 Observatorio de gastronomía de Mendoza.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
Alta	4.3 Desarrollo de estándares de calidad y sostenibilidad.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
Alta	4.4 Instituto de investigación y desarrollo gastronómico de Mendoza.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
Alta	5.1 Adecuación de la normativa turística a las necesidades actuales.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
Alta	5.2 Mejora de la calidad y formalización del sector turístico.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
Alta	5.3 Fortalecimiento de la gobernanza.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
Alta	5.4 Consolidación de la participación público-privada en la gestión turística.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
Alta	5.5 Mantenimiento y optimización de la infraestructura para eventos y congresos.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
Alta	5.7 Adecuación normativa para la inclusión turística.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
Alta	6.1 Ejecución del Plan Estratégico de Alta Montaña.	Desarrollo Territorial
Alta	6.2 Fomento a las Inversiones en Unidades de Integración Territorial. Ley 9.584.	Desarrollo Territorial
Alta	6.5 Priorización de la Villa Puente del Inca en el banco de proyectos de la Provincia.	Desarrollo Territorial
Alta	6.6 Infraestructura turística municipal	Desarrollo Territorial
Media	1.4 Desarrollo de estrategias de promoción diferenciadas para los diferentes segmentos.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
Media	6.3 Desarrollo del Centro de Montaña Villa Los Penitentes.	Desarrollo Territorial

Media	6.4 Plan de Desarrollo Turístico de la Villa Las Cuevas.	Desarrollo Territorial

Proyectos ordenados por plazo

Ordenar los proyectos por plazo es crucial para una planificación temporal eficiente, estableciendo un calendario de trabajo realista y alcanzable. Este enfoque permite gestionar expectativas, distribuir recursos de manera equilibrada a lo largo del tiempo y facilitar el seguimiento y control del progreso. Además, ayuda a anticipar y mitigar riesgos asociados con la finalización de proyectos dentro de los plazos estipulados, promoviendo la adaptabilidad de la organización ante cambios en el entorno o en sus objetivos.

Plazo	Proyecto	Programa
2 años	1.2 Fidelización y expansión de mercados estratégicos.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
2 años	1.3 Estrategia digital y comunicación para la promoción.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
2 años	1.4 Desarrollo de estrategias de promoción diferenciadas para los diferentes segmentos.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
2 años	2.3 Fortalecimiento y modernización del OpTS.	Destino Inteligente, Sostenibilidad y Accesibilidad
2 años	4.2 Observatorio de gastronomía de Mendoza.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
2 años	4.3 Desarrollo de estándares de calidad y sostenibilidad.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
2 años	5.1 Adecuación de la normativa turística a las necesidades actuales.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
2 años	5.4 Consolidación de la participación público-privada en la gestión turística.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
3 años	1.1 Internacionalización de la marca Mendoza como un destino turístico de calidad.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
3 años	1.5 Posicionamiento de destino en segmento "Lujo" y "MICE"	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
3 años	1.6 Mendoza Film Commission.	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
3 años	1.7 Turismo de cercanía y familiar	Promoción Turística y Posicionamiento de Marca
3 años	2.1 Seguimiento del Plan de Gestión 2024-2027.	Destino Inteligente, Sostenibilidad y Accesibilidad

3 años	2.2 Sostenibilidad y gestión de impactos ambientales en el turismo.	Destino Inteligente, Sostenibilidad y Accesibilidad
3 años	2.4 Certificación de alojamientos económicos, sostenibles y auténticos.	Destino Inteligente, Sostenibilidad y Accesibilidad
3 años	2.5 Turismo sin barreras	Destino Inteligente y Sostenibilidad
3 años	2.6 Sistema de Inteligencia Turística (SITUR)	Destino Inteligente y Sostenibilidad
3 años	3.1 Caminos de la Libertad - Pasaporte Nacional Sanmartiniano.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	3.2 Vivencias mendocinas.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	3.3 Pueblos memorables.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	3.4 Campos y cielos.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	3.5 Senderos de Gran Recorrido de los Andes.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	3.6 Desarrollo e innovación de productos de infraestructura turística: Bicisendas. VanLife.	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	3.7 Mejora de la competitividad para experiencias turísticas	Nuevas Experiencias y Productos Turísticos
3 años	4.1 Elaboración y gestión del Plan DIGAM.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
3 años	4.4 Instituto de investigación y desarrollo gastronómico de Mendoza.	Desarrollo de la Identidad Gastronómica de Mendoza
3 años	5.2 Mejora de la calidad y formalización del sector turístico.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
3 años	5.3 Fortalecimiento de la gobernanza.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
3 años	5.5 Mantenimiento y optimización de la infraestructura para eventos y congresos.	Gestión Institucional y Gobernanza del Turismo
3 años	6.1 Ejecución del Plan Estratégico de Alta Montaña.	Desarrollo Territorial
3 años	6.2 Fomento a las Inversiones en Unidades de Integración Territorial. Ley 9.584.	Desarrollo Territorial
3 años	6.3 Desarrollo del Centro de Montaña Villa Los Penitentes.	Desarrollo Territorial

3 años	6.4 Plan de Desarrollo Turístico de la Villa Las Cuevas.	Desarrollo Territorial
3 años	6.5 Priorización de la Villa Puente del Inca en el banco de proyectos de la Provincia.	Desarrollo Territorial

GLOSARIO

Enoturismo

Turismo vinculado al mundo del vino, que comprende visitas a bodegas, viñedos y eventos relacionados, donde los visitantes participan de experiencias sensoriales de orden cultural, educativo y gastronómico vinculado a la producción vitivinícola, su historia y su entorno.

Oleoturismo

Tipo de turismo que gira en torno a la cultura del aceite de oliva virgen extra (AOVE), incluyendo visitas a olivares, almazaras, degustaciones, actividades gastronómicas y educativas, fomentando la valoración de la producción local, el patrimonio agrícola, la gastronomía y la dieta saludable.

Turismo aventura

Turismo basado en experiencias físicas, deportivas o de riesgo controlado en entornos naturales, que combinan desafío, exploración, contacto directo con la naturaleza y la participación activa del visitante.

Turismo cultural

Actividad turística que tiene como motivación principal conocer, descubrir y disfrutar el patrimonio material e inmaterial de un destino, incluyendo arte, arquitectura, historia, credos, tradiciones, festividades y estilos de vida que expresan la identidad cultural del destino.

Turismo deportivo

Modalidad turística motivada por la participación o asistencia a eventos deportivos, o por la práctica de deportes en entornos naturales o urbanos, generando oportunidades de desarrollo económico, integración social, promoción del destino y una vida saludable a través del deporte.

Turismo de bienestar

Actividad turística motivada por el cuidado personal, la salud y la búsqueda de equilibrio físico, mental y espiritual a través de servicios médicos, terapias alternativas, spas, termas u otras prácticas vinculadas al bienestar integral.

Turismo de naturaleza

Forma de turismo orientada a la apreciación y disfrute de entornos naturales, paisajes, flora y fauna, que promueve la conservación ambiental, la educación ambiental y el desarrollo sostenible de las comunidades locales a través de experiencias responsables.

Turismo de nieve

Tipo de turismo que se desarrolla en áreas de montaña con nieve, centrado en actividades recreativas como esquí, snowboard o paseos, integrando servicios complementarios y generando beneficios económicos y sociales para regiones con climas fríos o estaciones invernales.

Turismo educativo

Turismo cuya motivación principal es el aprendizaje, formal o informal, a través de experiencias en otros contextos geográficos o culturales, con fines académicos, lingüísticos, profesionales o personales, generando intercambio de conocimientos y enriquecimiento mutuo

Turismo gastronómico

Modalidad turística centrada en el descubrimiento, disfrute y conocimiento de la cultura alimentaria de un destino, incluyendo técnicas y productos locales, recetas tradicionales, festivales, mercados, talleres y experiencias sensoriales ligadas a la identidad culinaria del lugar.

Turismo MICE

Turismo que comprende reuniones, incentivos, congresos y exposiciones, dirigido principalmente a profesionales y empresas, generando movilidad por motivos laborales, comerciales o asociativos.

Turismo Rural

Actividad turística que se desarrolla en áreas rurales, pequeñas comunidades o zonas agropecuarias, donde los visitantes experimentan modos de vida tradicionales, actividades productivas, gastronomía local y paisajes y preservación cultural.