



Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

## PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE MALARGÜE

Febrero 1997y actualizaciones



## 1- INTRODUCCIÓN

La creciente apertura de los mercados, que tiene como resultado una mayor exigencia de competitividad de las empresas y agentes económicos y la propia reestructuración de distintos sectores productivos, significa un importante reto al desarrollo económico y social.

En este contexto, el papel del sector público ha de centrarse en la creación de un entorno que facilite la aparición de nuevas actividades económicas y la mejora de las existentes.

En particular, existen en Malargüe condiciones de partida muy favorables para el desarrollo del sector turismo, como son la existencia de unos excelentes recursos naturales y la disponibilidad de una extensa planta hotelera y de restauración.

La cifra anual de visitantes de Malargüe puede estimarse del orden de magnitud de los 35.000, que aportan entre 6 y 10 millones de pesos anuales al departamento.

Si a esto se le añade la experiencia empresarial adquirida en los últimos años, y en particular la explotación del complejo invernal de Las Leñas, de alcance internacional, cabe concluir que este es un sector cuya promoción resulta prometedora.

La importancia del turismo viene dada no solamente por los ingresos directos que proporciona, sino también por su elevada interrelación con otros sectores de la economía, como el transporte, la alimentación / agroindustria, la construcción y servicios (comercio, salud,...), teniendo su desarrollo un importante efecto multiplicador sobre el conjunto.

Además la evolución del turismo en todo el mundo muestra una tendencia continuada al crecimiento, tanto si se consideran los movimientos internacionales de turistas como los ingresos correspondientes para las áreas receptoras.

La tendencia futura, de acuerdo con las estimaciones del World Travel & Tourism Council, no hace sino confirmar las tendencias experimentadas en el pasado reciente.

A partir de estas premisas, el Gobierno de Mendoza y la Municipalidad de Malargüe han tomado la iniciativa de formular una Estrategia y un Plan de Desarrollo Turístico de Malargüe.

Participan en forma conjunta en el proyecto la Unidad de Coordinación y Promoción Empresarial del Ministerio de Economía y Finanzas del Gobierno de Mendoza y la Dirección de Turismo y Medio Ambiente de la Municipalidad de Malargüe, con la colaboración de la Comunidad Autónoma de Madrid y del Centro Tecnológico de Madrid (CETEMA) en el marco de un Convenio de Cooperación entre España y la República Argentina.

▲ -----

## 1. DIAGNÓSTICO COMPETITIVO DEL TURISMO EN MALARGÜE

**Con formato:** Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

▲ -----

El desarrollo del sector turístico en Malargüe pasa por la capacidad de competir fundamentalmente en dos terrenos:

**Con formato:** Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

- como destino turístico, en relación con otros lugares alternativos con oferta de tipo similar,
- desde una oferta turística empresarial de calidad

A continuación se incluyen unas tablas DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) en las que se recogen, a partir del análisis que ha sido efectuado:

- un listado de los Factores Clave de Exito en el sector turismo, con las correspondientes Fortalezas y Debilidades para el departamento de Malargüe orientadas a la elaboración de los objetivos estratégicos para el desarrollo del turismo.
- las Oportunidades y Amenazas o riesgos más relevantes para el turismo en Malargüe.

**ANALISIS DEL TURISMO DE MALARGÜE. (I)**

FACTORES CLAVE DE EXITO	PUNTOS FUERTES	F
Disponibilidad de recursos naturales	Valle de Las Leñas, nivel internacional en turismo de nieve Diversidad de recursos muy poco explotados: Caverna de las Brujas, única en su tipo en Latinoamérica Reservas Llanquanelo y Payunia, con fauna y flora excepcionales	L a C
Amplitud de la oferta de actividades al turista	Variedad de oferta en la línea de turismo naturaleza	
Climatología	Muy adecuada para turismo de temporada de verano e invierno	
Planta de hotelería y equipamientos	Amplia número de plazas hoteleras disponible Excelente planta hotelera en Las Leñas	A E
Calidad de los servicios		N F I
Personal formado		N a I

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

ANALISIS DAFO DEL TURISMO DE MALARGÜE. (II)

FACTORES CLAVE DE EXITO	PUNTOS FUERTES	PUNTOES
Identidad del destino turístico	Buena imagen de Las Leñas	Insuficiencia Dicotomía Fuertes
Proximidad a los mercados de origen		Distancia (Buenos)
Información comercial	Oficina de Promoción Turística en Mendoza	Limitada • Relación • Falta
Accesibilidad		Ejes de comunicación Escasos
Infraestructura de comunicaciones	Disponibilidad de aeropuerto	Vías de comunicación
Calidad del entorno ambiental	Virginidad del paisaje, con mínimas aglomeraciones de visitantes Medioambiente bien conservado	Regulación organización
Servicios de acogida e información	Disponibilidad de Oficina de Turismo del Municipio	Señalización Conciencia turismo

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

ANÁLISIS DAFO DEL TURISMO DE MALARGÜE. (III)

OPORTUNIDADES	AMENAZAS / RIESGOS
Tendencia al aumento del movimiento turístico Incremento del nivel de vida y exigencia del viajero de entornos poco explotados. Tendencia a aumentar la demanda de los tipos de turismo ofrecidos por Malargüe: contacto con la naturaleza, biodiversidad, actividades de aire libre	El endurecimiento de la cc Deterioro sensible / irrever
Fraccionamiento de las vacaciones, de menor duración y con mayor número de destinos	Potenciación de otros des de verano
Aumento del parque de vehículos	Apoyo prioritario de la Na (Patagonia)
Creciente segmentación de la demanda: jóvenes, estudiantes, gremios, jubilados	Las políticas de los grande
Crecimiento del turismo de fin de semana	Incertidumbre climatológica de nieve
Aparición de nuevos mercados de demanda en Latinoamérica. Integración creciente de los países de Mercosur	Incertidumbre e inestabilidad
Política de promoción turística de la Nación y de la Provincia	Sensibilidad del entorno n:
Inversiones públicas previstas para la mejora de las rutas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enlace N-S: Mendoza - Neuquén</li> <li>• Accesibilidad de / a Chile por Paso Pehuenche</li> </ul>	Desarrollo de la oferta de mismo producto (Bariloche

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt



## 2. ESTRATEGIA TURISTICA

Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

La finalidad que persigue la estrategia turística de Malargüe consiste en impulsar las actividades turísticas, en un marco de desarrollo sustentable, a fin de promover un desarrollo equilibrado con los otros sectores económicos del departamento .

Ello significa lograr el crecimiento en los próximos años del número de turistas recibidos -- y de los ingresos monetarios correspondientes -- mediante acciones de creación y adecuación de la infraestructura malargüina y de promoción del destino Malargüe fuera del departamento, atendiendo a no superar los límites de la capacidad de recepción turística del departamento y sus diversos puntos de atracción, de modo que el futuro no resulte comprometido.

Para alcanzar dicho aumento de turistas e ingresos, el conjunto de medidas derivadas de la estrategia turística han de producir un aumento del atractivo de Malargüe, así como la mejora de la accesibilidad y de los costes para el visitante.

Para el cumplimiento de la finalidad estratégica mencionada se hace necesario partir de los productos que en el momento actual constituyen el activo turístico de Malargüe:

1. NATURALEZA
2. AVENTURA
3. NIEVE
4. CULTURAL
5. PESCA
6. TERMALISMO

y de los mercados de los que proviene el flujo esencial del turismo.

En cada uno de ellos, productos y mercados, se seguirá una estrategia de desarrollo orientada a impulsar los productos en los diferentes mercados, sobre la base de la mejora de la calidad y el incremento de la actuación comercial.

### *Estrategia de Producto*

- ⇒ En turismo de Naturaleza, apoyarse en su elevado atractivo para aplicar una decidida actuación en el terreno comercial, especialmente, en el corto plazo, en aquellos mercados importantes por su proximidad (Cuyo) o por su volumen (Buenos Aires), manteniendo una atención especial a la conservación medioambiental.
- ⇒ Para Turismo Aventura, la estrategia ha de ser paralela y asociada a la descrita en el caso de turismo Naturaleza, con la atención inicial en el desarrollo de la oferta y cualificación de actividades de aventura con el fin de aumentar el atractivo del producto Aventura de Malargüe.
- ⇒ En el caso del turismo de Nieve, apostar decididamente por su potenciación, manteniendo o aumentando su competitividad con las inversiones precisas, tanto en planta turística (alojamiento e instalaciones para ski) como en actuación comercial. Búsqueda de utilización de infraestructuras fuera de temporada de invierno para reducir la estacionalidad de uso.
- ⇒ El turismo Cultural, más heterogéneo que los anteriores, la estrategia pasa por aumentar el atractivo del producto, orientando las acciones a los diversos subproductos que lo componen: las distintas fiestas, elementos histórico-culturales de la ciudad, desarrollo del Centro de Convenciones y Exposiciones, inicio del Turismo Científico, etc.
- ⇒ En turismo de Pesca, la orientación ha de discurrir hacia las acciones de mejora de competitividad a través de la comercialización y mejora de servicios.
- ⇒ Finalmente, en turismo de Termas, el planteamiento ha de dirigirse a una potenciación selectiva de algunos de los recursos disponibles, en la medida en sean vinculables a las estrategias de acción en turismo Naturaleza y que existan iniciativas empresariales.

### *Estrategia de Mercados*

- ⇒ El mercado de Cuyo, tiene sus elementos más relevantes desde el punto de vista de la accesibilidad y de la menor estacionalidad, a los que ha de añadirse el mayor conocimiento y el importante número de visitantes.
- ⇒ Buenos Aires, Capital Federal y Provincia conjuntamente, es el más importante mercado para Malargüe, siendo a su vez el que requiere una mayor acción de promoción.
- ⇒ La importancia relativa del resto de la Nación, en especial Córdoba y el Litoral, es muy secundaria, pero ofrece interesantes posibilidades en la medida en que vayan mejorando las condiciones de accesibilidad.
- ⇒ Los mercados de países limítrofes, en especial Chile, con una posición mucho menos relevante requieren a su vez una importante actuación de promoción con carácter muy selectivo.
- ⇒ La coordinación con las políticas turísticas, los planes de desarrollo turístico (TurPlan 2000-2005), y planes de marketing de la Provincia de Mendoza es imprescindible para conseguir la mayor eficacia de la comercialización turística de Malargüe, desde el punto de vista de la propia definición de productos y rutas, pero también de las campañas publicitarias y muy especialmente la utilización de infraestructuras comerciales.
- ⇒ Otro tanto ocurre con las políticas de la Nación, aún cuando el distinto nivel de importancia para Malargüe de los mercados exteriores reduce la posibilidad de disponer de interfaces de coordinación continuada.

### 3. PLAN DE TURISMO DE MALARGÜE

Las características generales que se persiguen para el Plan de Turismo de Malargüe son:

**Con formato:** Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

1. Se pretende un turismo que contribuya al desarrollo sostenible, compatibilizando los intereses económicos de las empresas con el desarrollo social y el respeto al medioambiente
2. Se basa en la participación de la autoridad pública, las empresas y la propia comunidad de Malargüe
3. Dirigido a la inclusión de nuevos proyectos empresariales de servicios turísticos, a la mejora del sector y a la preparación del mismo para la adaptación a los cambios
4. Tiene una duración prevista de cuatro años, desde 1997 a 2000 y del 2000 al 2005, incorporándose también al TurPlan Provincial 2000-2005 y al marco de la Políticas de Desarrollo Turístico propuestas por la Secretaría de Turismo de la Nación.-
5. Ha de ser abierto, flexible y operativo desde el mismo momento de su aprobación

El Plan de Turismo está compuesto por un conjunto de siete Programas que se corresponden con los Objetivos derivados de la Estrategia elegida.

Se establece una priorización para aquellas Actuaciones del Plan cuyas elevadas Importancia y Capacidad de Realización permiten esperar que tendrán una elevada incidencia en el logro de los Objetivos Estratégicos establecidos.

**PROGRAMA 1 - PRODUCTO Y OFERTA TURISTICA**

Objetivos	Actuaciones		
<p>A. <i>Logro de una posición de oferta turística de Malargüe con la fortaleza adecuada para acceder a los mercados turísticos externos.</i></p>	<p>1.1 Fomento y asistencia a la realización por el sector p nuevos proyectos turísticos de calidad                      1.2 Preparación de Jornadas anuales sobre Ecoturismo (Eco 1999 y siguientes)                      1.3 Creación de actividades de ocio complementarias de los principales                      1.4 Incorporar la gastronomía local como atractivo turístico ( A casos de El Dique y Castillos de Pincheira).</p> <p>2.1 Estudio detallado de nuevos circuitos y rutas turísticas (E del sabor y la aventura- Turismo Rural y Aventura ).                      2.2 Establecimiento de puestos de observación faunística                      2.3 Creación de rutas con servicios para pesca                      2.4 Establecimiento de zonas de acampada (Ver el caso del de Agua Escondida y otros establecimientos en Zona Ruri</p>		
<p>B. <i>Diferenciación de productos y servicios turísticos dirigidos a segmentos concretos de mercado</i></p>	<p>3.1 Preparación de oferta complementaria de verano en Las de invierno en Malargüe- Complementar con la oferta d primavera del Centro de Convenciones y Exposiciones The                      3.2 Recorridos turísticos específicos de cada estación, co superior al del departamento (Ej. Turismo Científico por Pierre Auger).</p> <p>4.1 Fomentar la introducción de nuevos deportes de aver aumento de la oferta de turismo activo en el Departamento d                      4.2 Incorporación del Prouucto pesca dentro de la oferta Departamental ( Del 01 de Nov. Al 01 de Mayo de cada año)                      4.2 Incorporación del termalismo de montaña en la oferta para j</p>		

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

**PROGRAMA 2 - CALIDAD DEL TURISMO**

Objetivos	Actuaciones		
<i>C. Facilitar a emprendedores locales la puesta en marcha de sus proyectos y atraer recursos financieros para inversión en el departamento</i>	1.1 Acciones de formación de emprendedores turísticos 1.2 Estudio de empresas y modelos de iniciativa y organización vecinas con recursos turísticos similares 1.3 Preparación de una guía para inversores en turismo, tanto del exterior		
<i>D. Aumento de cualificación del empleo en las diversas actividades del sector y aparición de nuevas perspectivas profesionales .</i>	2.1 Adecuación del Centro secundario de estudios de turismo a las necesidades del municipio 2.2 Organización de Seminarios de gestión empresarial ( Se ha realizado en forma continua desde 1997 hasta la fecha y continúa en forma abundante para el Segundo Semestre del 2001 y todo el 2002) 2.3 Realización periódica de cursos de formación en las especialidades básicas (recepción, restauración, cocina y otras especialidades) "Colegio de Cocineros " que comenzará a funcionar desde agosto del 2001		
<i>E. Logro de una posición empresarial competitiva en servicios, calidad y precios a través de la innovación, la aplicación de planes de mejora y la modernización de los negocios y empresas turísticas</i>	3.1 Preparación de un Plan de Calidad de hoteles 3.2 Ampliación del Plan de Calidad a empresas de servicios turísticos 3.3 Informatización y mejora de comunicaciones de las empresas (datos, reservas, gestión, etc.) 3.4 Fomento de la utilización de la información por las empresas (movimientos turísticos, consultas, oferta existente) 3.5 Fomento de las innovaciones y acciones de mejora en los establecimientos turísticos y comerciales. 3.6 Introducción de innovaciones y mejora de las instalaciones		
<i>F. Cooperación entre empresas complementarias en servicios o en dimensiones (alojamiento, agencias, operadores..)</i>	4.1 Complementación de las acciones promocionales y comunicacionales de la Cámara de Empresarios de Turismo de Malargüe 4.2 Creación de ofertas conjuntas de proveedores de servicios turísticos (dinamismo de sectores productivos complementarios sucediendo con el "Camino del sabor y la aventura" que involucra a varios prestadores de servicios turísticos del Departamento). 4.3 Negociación conjunta de paquetes con operadores turísticos		

Eliminado: 1

**PROGRAMA 3 - IDENTIDAD TURISTICA**

Objetivos	Actuaciones		
<p>G. Mayor apertura de Malargüe al exterior.</p>	<p>1.1 Aprobación de un lema y diseño de un logotipo de Malargüe se realizó en 1997 y se renovó en el año 2000)</p> <p>1.2 Elaboración de los componentes de comunicación (folletos, de Malargüe y creación de un banco de información turística imágenes, publicaciones, carteles publicitarios (Se elaboró promocional turístico en 1997, otro en 1999-2000 y se presentó tiempo más el video promocional 2001-</p> <p>1.3 El Centro de Convenciones y Exposiciones tiene su material promocional y se complementa con material promocional en</p> <p>1.3 Preparación de una guía turística de Malargüe, con patrocinio (Se abren los pliegos de la licitación completa de folletería Carpeta para Operadores Turísticos- el día 27-06-01 a las</p> <p>2.1 Intercambio de experiencias con otras áreas turísticas de con fines de formación y también como una acción de situar a Malargüe en el mercado de oferta turística propia</p>		

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

**PROGRAMA 4 - PROMOCION Y COMERCIALIZACION**

Objetivos	Actuaciones		
<p>H. <i>Presencia de Malargüe en los mercados de origen de la Provincia, de la Nación e internacionales, como un destino competitivo.</i></p>	<p>1.1 Preparación de un Plan de alcance anual                      1.2 Mejora de los sistemas de información cuantitativa y estadística. Con el apoyo de Profesionales de la UNC se inició un trabajo de aplicación de técnicas estadísticas aplicadas al Sector Turismo en el Segundo Semestre continúa durante todo el año 2001.                      1.3 Análisis de mercados                      1.4 Banco de información detallada y actualizada de restaurantes, hoteles, bares, restaurantes y otros servicios, en la Dirección de Turismo                      1.5 Definición de los acontecimientos de especial interés y realización de campañas específicas (Fiesta Provincial de la Nieve y el Nacional del Chivo, ...)</p>		
	<p>2.1 Establecimiento de un sistema de información regular a través de los canales adecuados (operadores, agencia, etc.) en la Dirección de Turismo                      2.2 Empleo de medios telemáticos para info/reservas                      2.3 Asistencia a ferias o encuentros y preparación de materiales para empresarios                      2.4 Reforzamiento de la capacidad operativa de la Casa de Malargüe en Mendoza.                      2.5 Participación activa en la Casa de Mendoza en Buenos Aires                      2.6 Participación en las iniciativas promocionales de la Provincia de Malargüe.</p>		

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

**PROGRAMA 5 - MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS**

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 10 pt

Objetivos	Actuaciones		
<p>I. Mejora de las infraestructuras (en especial las Redes Viales) de forma que cumplan su papel dinamizador del desarrollo.</p>	1.1 Adecuación del Corredor Norte-Sur (R.N. N° 40)		
	1.2 Adecuación Corredor Transversal y paso a Chile		
	1.3 Línea aérea regular con Buenos Aires		
	2.1 Mejora del acceso a Caverna de las Brujas y Laguna de Llar		
	2.2 Mejora de servicios de transporte regular		
	2.3 Regulación circulación viaria		
	3.1 Extensión del Plan de Ordenación Territorial al conjunto del departamento		
	3.2 Regulación de zonas de interés turístico, protegidas y cultural		
	4.1 Red de atención sanitaria fuera de la Capital		
	4.2 Electrificación de puestos (energía solar)		
	4.3 Infraestructuras de saneamiento y recogida de residuos sólidos		
	4.4 Servicios de telecomunicación: acceso a redes de datos y comunicación móvil		
	4.5 Dotación de instalaciones deportivas que complementen la privada		

**PROGRAMA 6 - MEDIO AMBIENTE**

Objetivos	Actuaciones	
<p>J. <i>Conservación ambiental de los espacios de utilización turística, compatibilizando su aprovechamiento para estos fines con el mantenimiento de sus características naturales.</i></p>	<p>1.1 Preparación de un Plan de Ordenación de los Recursos Naturales del departamento (Se concretó el Plan de Manejo de Brujas en 1999 y siguen en marcha los demás)</p> <p>1.2 Informes de evaluación del impacto ambiental previstos sobre proyectos de importancia.</p> <p>1.3 Aplicación de las regulaciones medioambientales vigentes.</p> <p>1.4 Participación activa de las organizaciones conservacionistas en la gestión del Plan</p>	
	<p>2.1 Preparación de Planes de Manejo de los principales recursos naturales.</p> <p>2.2 Preparación de Acciones correctoras de los posibles efectos negativos de las actividades (*)</p> <p>2.3 Establecimiento de sistemas de control de contaminación y de incremento de residuos sólidos</p> <p>2.4 Campaña de concienciación ciudadana sobre conservación de zonas rurales y urbanas</p> <p>2.5 Distintivos especiales conferidos por la Dirección de Turismo a establecimientos o empresas de servicios que presten servicios a la conservación del medioambiente</p>	

**FECTOS MEDIOAMBIENTALES POTENCIALMENTE NEGATIVO**

<b>FACTOR</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>ENTORNOS</b>	
<b>Afluencia excesiva</b>	Deterioro medioambiental generalizado Cambio conducta animales	Cueva de las Brujas	
<b>Desarrollo no controlado</b>	Construcciones irregulares Impacto paisajístico		
<b>Presencia comercial</b>	Publicidad inoportuna. Impacto en el paisaje		
<b>Acampada libre</b>	Residuos no controlados Incidencia en la fauna		
<b>Consumo excesivo recursos hídricos</b>	Agotamiento de humedales Cambios en flora / vegetación y de hábitos de la fauna	Río Malargüe	
<b>Emisiones líquidas</b>	Contaminación aguas	Las Leñas	
<b>Residuos sólidos</b>	Deterioro medio natural y urbano	Malargüe Ciudad	
<b>Ruidos (automóviles, aparatos...)</b>	Silencio / sonidos naturales Irritación de la fauna	Valle Hermoso	
<b>Velocidad excesiva</b>	Mortalidad fauna Cambios ecológicos, polvo		
<b>Conducción fuera ruta / nocturna</b>	Degradación suelo y vegetación Perturbación fauna	Espacios protegidos	
<b>Pesca / Caza</b>	Desaparición recursos faunísticos (*)	Valle Hermoso, Llanquanelo, Payur ....	
<b>Rutas a pie / bicicleta</b>	Incidencia en la fauna Deterioro de parajes		
<b>Degradación / Recogida de objetos</b>	Deterioro de las atracciones turísticas	Bosque petrificado de Llano Blanc Petroglifos de Cohueco Sur	

**PROGRAMA 7 - INFORMACION (1 de 2)**

Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

Objetivos	Actuaciones	
<p><i>K. Disponibilidad de información sobre Malargüe, tanto en los puntos de origen del flujo turístico como en el propio departamento.</i></p>	<p>1.1 Preparación adecuada de guías turísticos, con conocimiento de los atractivos turísticos del departamento.                      1.2 Formación del personal de la Municipalidad.                      1.3 Creación de puntos de información al turista en establecimientos.                      1.4 Pequeña tienda sobre artesanía y artículos del departamento.                       2.1 Establecimiento de un sistema de señalización turística desde 1997 y continúa un trabajo coordinado con la Municipalidad para realizar la Señalización Turística en toda la zona, se colocó señalizaciones turísticas en 1997 con el fin de atraer a las Turistas Privadas y ha presentado proyectos para finalizar el Plan Departamental en la Micro-región).                      2.2 Señalización de los distintos atractivos y rutas turísticas.</p>	
<p><i>L. Aumento del interés de la comunidad local en atención a los visitantes y sobre las implicaciones del fenómeno turístico</i></p>	<p>3.1 Campaña de concienciación sobre la relación de la actividad turística con el desarrollo del departamento, con utilización permanente de publicaciones y utilización de los medios de comunicación.                      3.2 Difusión de la política turística y del presente Plan de Turismo del TurPlan Provincial entre la población, explicando el turismo desde el punto de vista económico, social y cultural de la vida del departamento.                      3.3 Asociar a la población en áreas dispersas, por medio de medidas movilizadoras que les faciliten instrumentos renovables....)                      3.4 Reconocimiento público de los proyectos turísticos del departamento de Malargüe, con el fin de contribuir a crear una imagen turística.</p>	

**PROGRAMA 7 - INFORMACION (2 de 2)**

Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial

Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

Objetivos	Actuaciones
<p>M. <i>Coordinación de los esfuerzos de promoción del turismo en Malargüe.</i></p>	<p>4.1 Creación de la Comisión de Turismo de Malargüe</p> <p>4.2 Coordinación con la Secretaría de Turismo de la Secretaría de Turismo de la Nación, con el fin de comunicación para optimizar los recursos públicos turismo y la defensa de propuestas que favorezca turístico de Malargüe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración en el diseño de la normativa y turismo</li> <li>• Captación de recursos financieros para la proyectos turísticos en Malargüe</li> <li>• Incorporación de información turística sobre los sistemas de información turística y comercializ la N.: info al turista y sobre el turismo.</li> <li>• Creación de productos turísticos amplios y interdepartamentales en los que se incluya Ma</li> <li>• Participación en proyectos de intercambio turística con otros departamentos o empresas</li> </ul> <p>4.3 Información al sector turístico de todas las actuaciones preparadas por las autoridades nacionales, provinciales</p> <p>4.4 Potenciación de la Dirección de Turismo de Malargüe.</p>

#### 4. SEGUIMIENTO Y CONTROL

▲ La implantación del Plan de Desarrollo Turístico de Malargüe y de las distintas Actuaciones incluidas en el mismo precisan la creación de un organismo que tenga como funciones el Seguimiento y Control del mismo.

Con formato: Fuente:  
(Predeterminado) Arial, 10 pt

A este fin se constituirá la Comisión de Turismo de Malargüe, en la que tendrán representación:

1. las Autoridades de la Municipalidad (Intendencia, Concejales) y del Gobierno de la Provincia (Ministerios de Medioambiente y Economía, Subsecretaría de Turismo)
2. el sector privado, a través de empresarios representativos (la Cámara de Turismo eligió nuevas autoridades el 10 de febrero, 1997 y el 21 del mismo mes realizó su primera reunión de trabajo, definiendo la primera acción promocional conjuntamente con el Municipio)
3. la comunidad de Malargüe, por medio de las organizaciones ciudadanas correspondientes (capítulo local de la Fundación Vida Silvestre Argentina, p.e.)

La Presidencia de la Comisión de Turismo de Malargüe recaerá en el Intendente del Departamento, y asimismo se invitará al Gobernador de la Provincia a ocupar la Presidencia de Honor de la Comisión.

Las funciones principales de la Comisión consistirán en:

- la aprobación de nuevas Actuaciones y de proyectos o planes importantes que han de ser incluidas en el Plan Turístico, y de modificaciones del mismo propuestas por cualquiera de sus miembros.
- la mediación y coordinación entre las distintas posiciones e intereses representados en ella: Autoridades, empresas y comunidad ciudadana.
- la supervisión y el seguimiento de las Actuaciones incluidas en el Plan de Turismo, adoptando las decisiones operativas y criterios a seguir por la Secretaría Técnica que permitan la adecuada implantación.

▼ Eliminado: ---Salto de página---