



ANUARIO ESTADÍSTICO DE TURISMO

2024

DE LA PROVINCIA DE MENDOZA



AUTORIDADES

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

Lic. Alfredo Cornejo

PRESIDENTA ENTE MENDOZA TURISMO - EMETUR

Lic. Gabriela Testa

DIRECTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO

E INNOVACIÓN DEL EMETUR

Lic. Marcelo Reynoso

EQUIPO TÉCNICO DEL EMETUR

AUTORES

Lic. Martín Guerra

Téc. Santiago Funes

Téc. Lucas Burgos

COLABORADORES

Lic. Sebastián Herrera

**ANUARIO
ESTADÍSTICO
DE TURISMO**

DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

2024



INTRODUCCIÓN GENERAL DEL ANUARIO **11**

CAPÍTULO I

OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS **13**

Introducción	13
Distribución de la oferta de alojamientos turísticos por zonas de la provincia	14
Establecimientos, clasificación y plazas por zonas	16
Alojamientos – Provincia de Mendoza	16
Alojamientos zona Este	18
Alojamientos zona Norte	19
Alojamientos zona Sur	21
Alojamientos Valle de Uco	23
Alojamientos por Departamento	25
Mapa de Calor	27
Evolución por zona	29
Cierre del capítulo	31

CAPÍTULO II

OFERTA DE AGENCIAS **33**

Introducción	33
Clasificación de las Agencias de turismo	34
Evolución de las Agencias de turismo registradas por año	35
Distribución de las agencias de turismo por Departamento	37
Distribución de las Agencias de turismo por zona	40
Cierre del capítulo	40

CAPÍTULO III. PRODUCTOS

GASTRONOMÍA **43**

Introducción	43
--------------	----

Establecimientos gastronómicos en la provincia de Mendoza, por tipología	44
Distribución espacial de la oferta de establecimientos gastronómicos	46
Identificación de polos gastronómicos	48
Mapa de calor de la oferta gastronómica en la provincia de Mendoza	49
Síntesis	51
ENOTURISMO	52
Introducción	52
Distribución Geográfica de las Bodegas	53
Antigüedad de las bodegas abiertas al turismo	54
Tamaño de las bodegas abiertas al turismo	54
Cantidad de Visitas por Zona (2018-2024)	55
Origen de los Visitantes y Estacionalidad	55
Servicios e idiomas en las bodegas	56
Costo de visita y gasto promedio en bodegas	57
Síntesis	58
OLEOTURISMO	59
Introducción	59
Distribución geográfica de los prestadores oleoturísticos adheridos	60
Antigüedad de la actividad oleoturística	61
Distribución de visitantes por departamento	62
Origen de los visitantes	62
Servicios turísticos ofrecidos por los prestadores oleoturísticos	63
Síntesis	64
CAPÍTULO IV	
OCUPACIÓN	67
Introducción	67
Ocupación en Provincia, Gran Mendoza, Valle de Uco y zona Sur – Año 2024	68

Ocupación turística por categoría de alojamiento – Año 2024	71
Cierre del capítulo	73
CAPÍTULO V	
ESTADÍA	75
Introducción	75
Estadía promedio por residencia	76
Evolución interanual de la estadía promedio.	
Comparativo 2023 vs. 2024	77
Evolución de la estadía promedio por año y origen	78
Estacionalidad de la estadía promedio	79
Cierre del capítulo	80
CAPÍTULO VI	
GASTO PROMEDIO DIARIO	83
Introducción	83
Gasto promedio diario por lugar de residencia	84
Gasto total de la estadía por origen	85
Cierre del capítulo	86
CAPÍTULO VII	
INGRESO DE TURISTAS A LA PROVINCIA DE MENDOZA	89
Introducción	89
Cantidad de turistas por lugar de residencia	90
Evolución ingreso de turistas por lugar de residencia – Período 2018–2024	92
El turismo internacional en la provincia de Mendoza	93
Cierre del capítulo	94

CAPÍTULO VIII

CONECTIVIDAD AÉREA	97
Introducción	97
Vuelos de cabotaje por origen	98
Vuelos internacionales por origen	99
Vuelos de cabotaje por mes	100
Vuelos internacionales por mes	103
Participación por línea aérea	105
Evolución del movimiento de pasajeros.	
Aeropuertos de Mendoza y San Rafael	106
Participación de Mendoza en el movimiento de pasajeros del transporte aéreo nacional	107
Cierre del capítulo	108

CAPÍTULO IX

CONECTIVIDAD TERRESTRE	111
Introducción	111
Ingresos por pasos interprovinciales	112
Vehículos particulares por pasos interprovinciales	112
Pasajeros en vehículos particulares por pasos interprovinciales	114
Mapa de calor de pasos	115
Servicios interurbanos de micros de larga distancia	116
Servicios regulares	116
Servicios de turismo realizados a la provincia de Mendoza	117
Servicios de turismo realizados a la provincia de Mendoza por origen	118
Cierre del capítulo	120

CAPÍTULO X

CARACTERIZACIÓN DE TURISTAS POR LUGAR DE RESIDENCIA	123
Introducción	123
Alojamiento utilizado	124
Alojamientos seleccionados por turistas nacionales	125
Alojamientos seleccionados por turistas internacionales	126
Motivación de viaje	127
Motivación principal del viaje de los turistas nacionales	129
Motivación principal del viaje de los turistas internacionales	130
Cierre del capítulo	131

CAPÍTULO XI

MONEDA TIPO DE CAMBIO REAL	133
Introducción y marco metodológico	133
Análisis gráfico: Atractividad del TCR y su impacto en el turismo receptivo	134
Cierre capítulo	135

CIERRE FINAL DEL ANUARIO	137
---------------------------------	------------

METODOLOGÍA	138
Oferta de Alojamientos Turísticos y Agencias de Viajes	138
Ocupación de Alojamientos	138
Gasto y Estadía Promedio	138
Ingreso de Turistas	138
Conectividad Aérea	139
Conectividad Terrestre	139
Caracterización del Turista	139
Gastronomía	139

INTRODUCCIÓN

GENERAL DEL ANUARIO

El presente Anuario Estadístico de Turismo de la Provincia de Mendoza 2024 ha sido concebido como un instrumento técnico de consulta y análisis, mediante el cual se ha sistematizado y puesto en valor la información relevada y construida a lo largo del año por el Observatorio para el Turismo Sostenible (OpTS) del EMETUR.

La actividad turística ha sido evaluada en su integralidad, incluyendo tanto la oferta estructural (alojamientos, agencias, productos y servicios) como las características del consumo y la movilidad de los visitantes, lo que ha permitido delinear un panorama detallado del comportamiento de la demanda, sus motivaciones, su impacto económico y su distribución territorial. Esta mirada ha sido complementada por el análisis de la conectividad —aérea y terrestre—, la evolución de indicadores clave como la ocupación, el gasto promedio y la estadía, así como por el seguimiento del ingreso de turistas nacionales e internacionales.

La metodología utilizada se ha sustentado en registros administrativos, encuestas oficiales y sistemas colaborativos de monitoreo, permitiendo construir series comparables y confiables, en un marco de mejora continua de los sistemas de información turística. El enfoque adoptado ha buscado no solo describir lo acontecido en 2024, sino también aportar insumos estratégicos para la toma de decisiones, el diseño de políticas públicas y la planificación sectorial.

CAPÍTULO I

OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

INTRODUCCIÓN

La infraestructura de alojamiento constituye uno de los componentes estructurales del sistema turístico provincial, en tanto condiciona la capacidad de recepción y define, en gran medida, la calidad de la experiencia del visitante. La oferta de alojamientos turísticos de la provincia de Mendoza en el año 2024 se basa en registros administrativos del Ente Mendoza Turismo (EMETUR), contemplando los establecimientos formales habilitados, su distribución territorial y su clasificación por categorías.

Este capítulo ha sido estructurado para ofrecer una visión integral de dicha oferta, analizando su presencia en cada una de las zonas de la provincia de Mendoza, su evolución histórica y su contribución a la competitividad del destino.

DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS
TURÍSTICOS POR ZONAS DE LA PROVINCIA

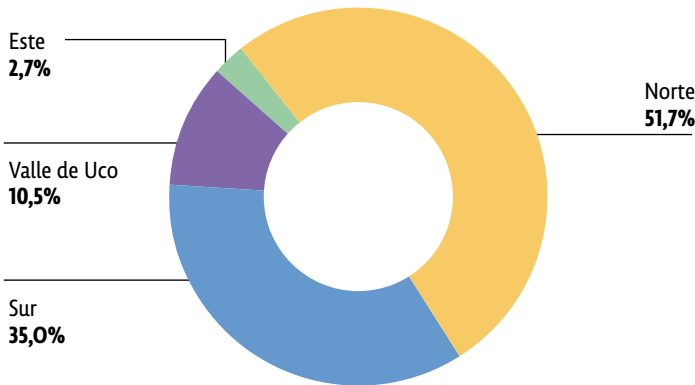
Durante el año 2024, la infraestructura turística formal de la provincia de Mendoza alcanzó 957 establecimientos turísticos registrados, de los cuales la mayor concentración se observó en la zona Norte, donde se identificaron 448 alojamientos. Le siguieron el Sur con 404, el Valle de Uco con 82 y el Este con 23 (como se observa en la tabla 1).

Tabla n°1. Establecimientos por zonas

Zonas	Norte	Sur	Valle de Uco	Este	Total gral.
Establecimientos	448	404	82	23	957
Habitaciones	6.472	3.427	552	289	10.740
Plazas Habitaciones	17.022	10.849	1.509	455	29.835
Unidades	1.152	1.413	271	31	2.867
Plazas Unidades	3.817	4.643	929	76	9.465
Parcelas	1.172	784	1.101	302	3.359
Plazas Parcelas	2.030	1.649	2.350	600	6.629
Plazas Totales	22.142	14.992	4.558	1.175	42.867

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

Plazas por zona



Fuente: elaboración propia opts

En total, durante 2024 las plazas habilitadas sumaron 42.867, distribuidas en todo el territorio. La mayor concentración se registró en la zona Norte, donde se dispuso del 51,6 % del total, con 22.142 plazas, evidenciando su rol protagónico como puerta de ingreso a la provincia y núcleo del Gran Mendoza. Le siguió la zona Sur con 14.992 plazas, lo que representó un 35 %, consolidándose como un importante polo turístico alternativo, con fuerte presencia de naturaleza y productos consolidados.

El Valle de Uco, con 4.558 plazas, reunió el 10,6 % de la oferta, destacándose por su atractivo enoturístico y su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales. Por su parte, la zona Este concentró 1.175 plazas, lo que equivale al 2,7 % del total provincial, cumpliendo un rol complementario dentro del sistema turístico de Mendoza y con gran potencial de crecimiento.



ESTABLECIMIENTOS, CLASIFICACIÓN Y PLAZAS POR ZONAS

ALOJAMIENTOS – PROVINCIA DE MENDOZA

Durante el año 2024, la provincia de Mendoza contó con 957 establecimientos turísticos registrados, cuya estructura evidenció una oferta diversa y funcional a distintos perfiles de visitantes, gracias a una combinación de alojamientos tradicionales, alternativos y rurales.

Tabla n°2. Clasificación de alojamientos y plazas

Clasificación	Establecimientos	Plazas Totales
Hotel	150	13.920
Camping	43	7.480
Cabañas	258	6.548
Hospedaje	173	5.815
PAT	171	3.637
Apart-Hotel	69	2.791
Hostel	39	1.180
Hostería	29	752
Otros Establecimientos	25	744
Total general	957	42.867

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

La hotelería formal, compuesta por 150 establecimientos, concentró la mayor proporción de plazas disponibles, con 13.920 plazas. Este segmento sigue posicionándose como la columna vertebral de la infraestructura turística urbana, especialmente en el Gran Mendoza y otros destinos consolidados. Su capacidad para ofrecer servicios estandarizados y de calidad lo mantuvo como la opción preferida para quienes priorizan el confort, la ubicación estratégica y el acceso a servicios complementarios.

En términos de presencia territorial, las cabañas dominaron en cantidad de unidades, con 258 establecimientos que ofrecieron 6.548 plazas, reafirmando su protagonismo en regiones de alto valor escénico como el Valle de Uco, San Rafael o Potrerillos. Esta tipología fue valorada por grupos familiares

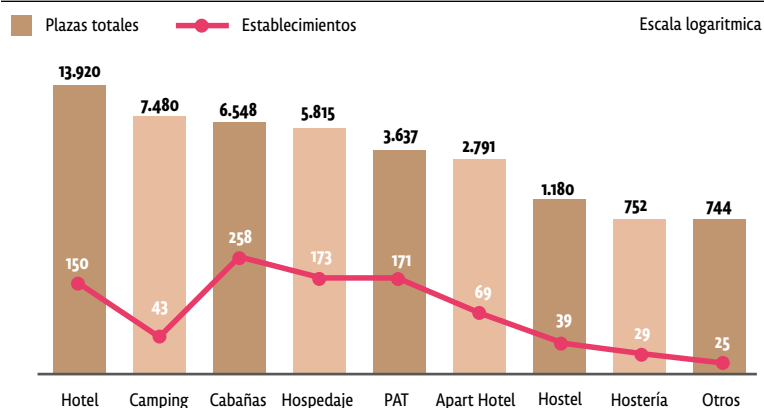
y visitantes que buscaron experiencias vinculadas al entorno natural, con mayor autonomía y privacidad.

Los campings, con 43 predios, ofrecieron 7.480 plazas, posicionándose como una de las categorías con mayor capacidad instalada. Esta modalidad refuerza el atractivo de los destinos de naturaleza.

También fue significativa la participación de las propiedades de alquiler temporario (PAT), con 171 establecimientos y 3.637 plazas, lo que revela una oferta amplia de los polos tradicionales. A ello se sumaron los hospedajes (173 establecimientos y 5.815 plazas).

En el segmento orientado a públicos específicos, los apart-hoteles (69 establecimientos, 2.791 plazas), hostels (39 unidades, 1.180 plazas) y hosterías (29 establecimientos, 752 plazas) ofrecen alternativas adecuadas para estancias prolongadas, viajeros jóvenes o escapadas de fin de semana, respectivamente. Finalmente, se registraron 25 establecimientos bajo la categoría «otros», que aportaron 744 plazas adicionales al sistema.

Alojamientos y plazas por categoría



Fuente: elaboración propia opts

Esta configuración reafirmó el carácter plural de la oferta mendocina, adaptada tanto a las dinámicas del turismo tradicional como a las nuevas formas de viajar. La información que sustenta este análisis fue elaborada a partir de los registros administrativos del EMETUR, con corte al año 2024.

ALOJAMIENTOS ZONA ESTE

En el año 2024, la zona Este de la provincia de Mendoza presentó una participación menor dentro del conjunto de la oferta turística formal, concentrando 23 establecimientos habilitados y una capacidad total de 1.175 plazas. Esta distribución, si bien representa apenas el 2,7 % del total provincial, cumple un rol complementario en el mapa turístico mendocino, con fuerte anclaje en el turismo regional, de cercanía y de paso.

Tabla n°3. Clasificación de alojamientos y plazas zona este

Clasificación	Establecimientos	Plazas Totales
Camping	3	600
Hotel	5	226
Hospedaje	9	212
Cabañas	3	72
PAT	2	45
Apart-Hotel	1	20
Total general	23	1.175

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

Tal como se detalla en la Tabla N° 3, la categoría con mayor cantidad de plazas correspondió a los campings, que aportaron 600 a través de tres predios.

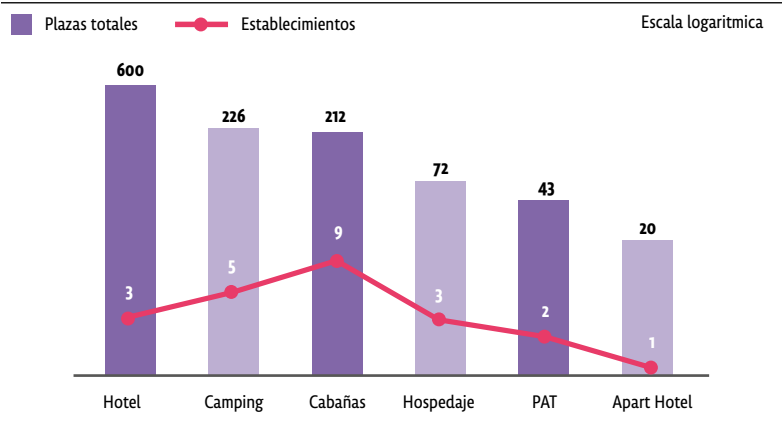
Los hoteles, aunque escasos en número —con 5 establecimientos—, contribuyeron con 226 plazas, consolidando una oferta básica en las principales cabeceras departamentales, orientada a turistas corporativos, viajeros de tránsito y participantes en eventos, actividades institucionales o deportivas.

El resto de la oferta se completó con 9 hospedajes (212 plazas), 3 cabañas (72 plazas), 2 unidades PAT (45 plazas) y un

único apart-hotel (20 plazas). Estas tipologías ofrecieron alternativas sencillas y funcionales, con fuerte impronta local, destinadas principalmente a un público que prioriza la cercanía, la tranquilidad y el acceso a servicios básicos sin necesidad de desplazarse hacia centros urbanos mayores.

Si bien la densidad de la infraestructura turística en la zona Este es baja, su presencia permitió diversificar territorialmente la oferta de alojamiento y generar oportunidades de desarrollo para localidades fuera de los circuitos turísticos tradicionales. Esta estructura sirve como base para futuras estrategias de valorización del patrimonio rural, cultural y agroindustrial que caracteriza a esta región.

Alojamientos y plazas por categoría. Zona Este



ALOJAMIENTOS ZONA NORTE

La zona Norte de Mendoza configura históricamente el núcleo de la actividad turística provincial. En esta región —que comprende el Gran Mendoza y sus alrededores— se concentra la mayor densidad de alojamientos formales. Según los registros administrativos relevados por el EMETUR, la oferta para el año 2024 alcanzaba los 448 establecimientos, con una capacidad de 22.142 plazas, lo que representa más de la mitad de la infraestructura total disponible en la provincia.

Tabla nº4. Clasificación de alojamientos y plazas Zona Norte

Clasificación	Establecimientos	Plazas Totales
Hotel	91	9.937
Camping	18	2.643
Hospedaje	74	2.196
Cabañas	90	2.120
PAT	81	1.988
Apart-Hotel	37	1.625
Hostel	27	832
Hostería	18	450
Otros Establecimientos	12	41
Total general	448	22.142

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

Tal como se observa en la Tabla Nº 4, los hoteles dominan la escena, con 91 unidades y 9.937 plazas, reflejando el carácter urbano de esta zona. Esta categoría se encuentra vinculada no solo al turismo de ocio y enoturismo, sino también a los viajes de negocios, congresos, eventos deportivos y educativos, así como a la cercanía con centros de salud, universidades y servicios públicos.

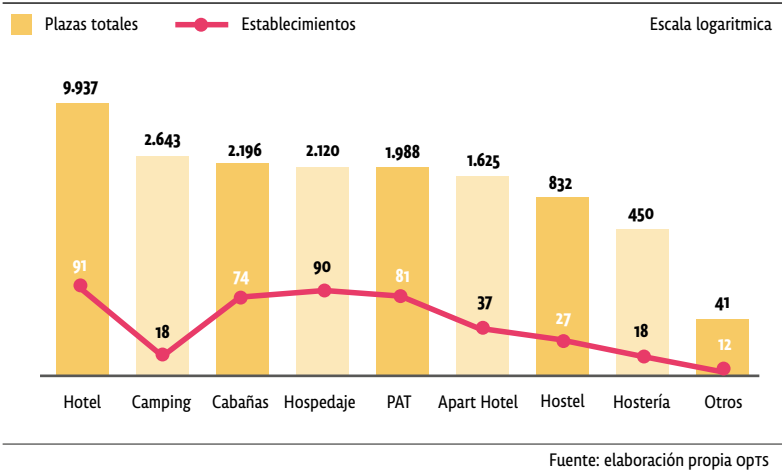
A esta estructura se le suma una notable oferta de apart-hoteles (37 establecimientos, 1.625 plazas), que responde a segmentos que demandan mayor autonomía en sus estadias, como familias, trabajadores temporales o turistas que combinan ocio y trabajo. Asimismo, los hostels, con 27 unidades y 832 plazas, permiten captar un público joven, internacional o de viaje independiente, que elige la ciudad como base para explorar la provincia.

El alojamiento en cabañas —90 establecimientos con 2.120 plazas— mantiene su protagonismo, incluso en entornos urbanos, como una alternativa buscada por quienes priorizan el contacto con la naturaleza sin alejarse de los servicios. Los campings complementan esta lógica, con 18 predios que ofrecen 2.643 plazas, muchas de ellas ubicadas en áreas periurbanas recreativas como El Challao, Cacheuta y zonas aledañas a áreas naturales.

Una característica distintiva de la zona Norte es su significativa concentración de propiedades de alquiler turístico (PAT) y

hospedajes. Los primeros suman 81 establecimientos con 1.988 plazas, mientras que los hospedajes alcanzan las 74 unidades con 2.196 plazas.

Alojamientos y plazas por categoría. Zona Norte



La diversidad funcional, la escala de la infraestructura y la conectividad terrestre y aérea convierten a la zona Norte en la principal plataforma de recepción de visitantes de la provincia. Desde allí, se articulan los desplazamientos hacia otras regiones, posicionando al Gran Mendoza como epicentro operativo y simbólico del turismo en Mendoza.

ALOJAMIENTOS ZONA SUR

La zona Sur de Mendoza se consolida como una de las regiones más relevantes dentro de la estructura de alojamiento turístico provincial. Durante el año 2024, fueron identificados 404 establecimientos habilitados, que en su conjunto ofrecen 14.992 plazas, lo que posiciona a esta región como la segunda en capacidad instalada, detrás del Gran Mendoza.

Tabla nº5. Clasificación de alojamientos y plazas Zona Sur

Clasificación	Establecimientos	Plazas Totales
Cabañas	141	3.661
Hotel	45	3.278
Hospedaje	71	2.987
Camping	14	1.806
PAT	79	1.384
Apart-Hotel	29	1.086
Hostel	12	348
Otros Establecimientos	9	325
Hostería	4	117
Total general	404	14.992

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

Tal como se detalla en la Tabla Nº 5, la tipología predominante fue la de cabañas, con 141 establecimientos y 3.661 plazas, reflejo de una tendencia histórica que asocia al sur mendocino con propuestas de contacto con la naturaleza, privacidad y estadías familiares. Esta modalidad, fuertemente arraigada en destinos como San Rafael, General Alvear y Malargüe, se presenta como una opción valorada por su flexibilidad y cercanía al entorno.

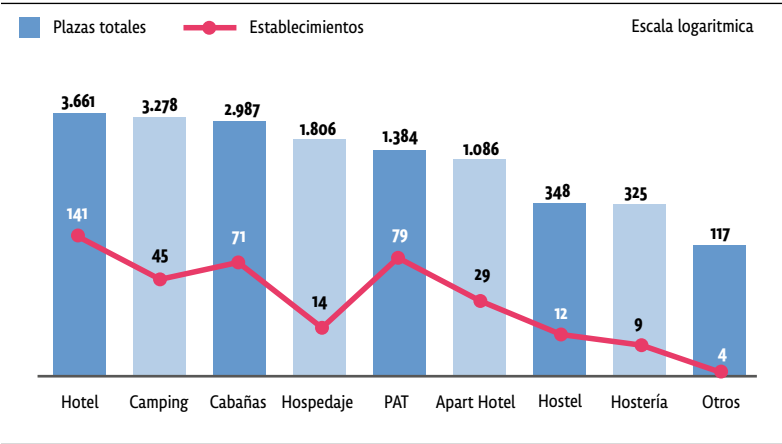
El segmento hotelero también muestra una presencia significativa, con 45 hoteles y 3.278 plazas, lo que confirma el atractivo del sur provincial para el turismo nacional principalmente que demanda servicios estandarizados, buena conectividad y acceso a productos turísticos de naturaleza y enoturismo.

El hospedaje rural, con 67 establecimientos y 2.904 plazas, presenta en esta zona una expresión particular del vínculo entre turismo y territorio. Esta categoría, que en otras regiones tiene escasa presencia, adquiere aquí un protagonismo notorio, en línea con un perfil de visitante que busca experiencias culturales, identidad local y contacto directo con los anfitriones.

El turismo alternativo, representado por los campings (1.806 plazas), los PAT (1.384 plazas) y los hostels (348 plazas), complementa la oferta con propuestas de bajo impacto, precios accesibles y modalidades de viaje independiente, muy vinculadas a públicos jóvenes y a visitantes motivados por la aventura o el ecoturismo.

Además, se registraron 29 apart-hoteles, que aportaron 1.086 plazas y permitieron atender la demanda de estadías prolongadas o familiares, así como 9 establecimientos en la categoría otros, que ofrecieron 325 plazas adicionales. La infraestructura se completa con pequeñas unidades de hosterías, que si bien tiene bajo peso relativo, diversifica las opciones de oferta orientada a nichos específicos.

Alojamientos y plazas por categoría. Zona Sur



Fuente: elaboración propia OPTS

ALOJAMIENTOS VALLE DE UCO

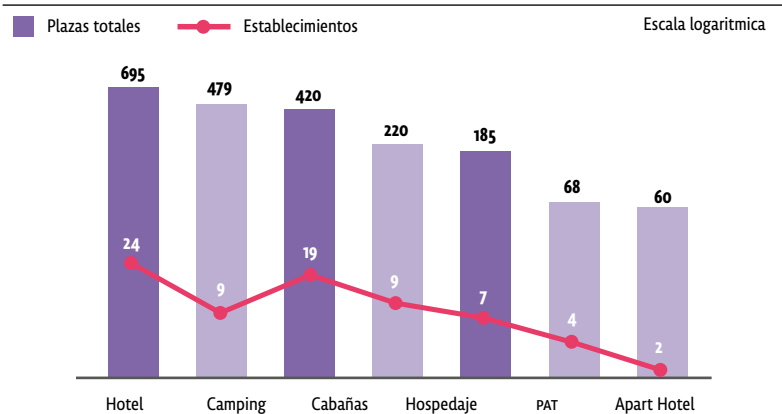
El Valle de Uco se posiciona como una de las regiones con mayor proyección dentro del sistema turístico provincial. Su reconocimiento como territorio vitivinícola de excelencia y su creciente visibilidad internacional han transformado su perfil de destino emergente a polo de atracción consolidado, especialmente entre quienes valoran la autenticidad del paisaje y la calidad de los servicios turísticos de cercanía.

Tabla n°5. Clasificación de alojamientos y plazas Valle de Uco

Clasificación	Establecimientos	Plazas Totales
Camping	8	2.431
Cabañas	24	695
Hotel	9	479
Hospedaje	19	420
PAT	9	220
Hostería	7	185
Otros Establecimientos	4	68
Apart-Hotel	2	60
Total general	82	4.558

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

Alojamientos y plazas por categoría. Valle de Uco



Fuente: elaboración propia opts

En el año 2024, la región registró 82 establecimientos habilitados, con una capacidad total de 4.558 plazas, lo que representa aproximadamente el 10,6 % del total provincial. Esta configuración fue dominada por la categoría camping, con 8 unidades que ofrecieron 2.431 plazas, lo cual pone en evidencia la preferencia de muchos visitantes por experiencias de inmersión en el entorno natural, en modalidades sostenibles y de bajo impacto. El fuerte peso de esta tipología también refleja la relación directa del Valle con la montaña y su rol como puerta de entrada a circuitos de turismo activo.

A esta oferta se sumaron las cabañas, con 24 establecimientos y 695 plazas, que se integran armónicamente al paisaje rural del valle, aportando opciones que priorizan la privacidad, la hospitalidad personalizada y el contacto con la naturaleza. Junto a ellas, los hoteles (9 unidades, 479 plazas) y apart-hoteles (2, con 60 plazas) ofrecieron servicios dirigidos a turistas que buscaban mayor confort, sin resignar identidad territorial ni experiencias gastronómicas y enoturísticas de calidad.

La infraestructura fue completada por 13 hospedajes (308 plazas), 9 alojamientos para turistas – PAT – (220 plazas), 7 hosterías (185 plazas), y una modesta pero significativa presencia de hospedajes (6 establecimientos, 112 plazas). Estas modalidades permitieron que localidades de menor escala pudieran integrarse a la dinámica turística del valle, a través de propuestas de cercanía, trato directo y enfoque comunitario.

Finalmente, la categoría de otros establecimientos aportó 68 plazas adicionales en 4 unidades, reafirmando la adaptabilidad de la región para recibir a distintos perfiles de viajeros. Tal como se expone en la Tabla N° 6, el sistema de alojamiento en el Valle de Uco destaca no por su volumen, sino por su carácter diferencial: una oferta más acotada pero con fuerte identidad, donde se prioriza la integración con el entorno y la calidad de la experiencia por sobre la masividad.

ALOJAMIENTOS POR DEPARTAMENTO

La distribución departamental de la infraestructura de alojamiento turístico formal en Mendoza exhibe marcadas asimetrías, que reflejan tanto la concentración del desarrollo turístico como las potencialidades de expansión en áreas emergentes. En el año 2024, fueron registrados 957 establecimientos turísticos habilitados, con una capacidad total de 42.867 plazas, según se precisa en la Tabla N° 6.

Tabla nº6. Establecimientos por departamento

Departamento	Establecimientos	Plazas Totales
Capital	166	10724
San Rafael	261	9685
Malargüe	112	4405
Luján de Cuyo	143	4106
Guaymallén	44	3354
Las Heras	65	2941
Tunuyán	42	2937
General Alvear	31	902
San Carlos	24	865
Tupungato	16	756
Maipú	18	705
Rivadavia	6	575
La Paz	5	316
Lavalle	5	175
Godoy Cruz	7	137
San Martín	6	137
Junín	4	81
Santa Rosa	2	66
Total general	957	42867

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

El departamento Capital lidera ampliamente en número de plazas, con más de 10.700 camas ofrecidas a través de 166 establecimientos. Este núcleo urbano se configura como el principal centro de servicios turísticos de la provincia, articulando funciones de alojamiento, conectividad, gastronomía y eventos, tanto para el turismo nacional como internacional.

El departamento de San Rafael, en la zona Sur, se posiciona como el segundo más importante en volumen de oferta, con 261 establecimientos y casi 9.700 plazas, consolidando su condición de destino integral, que combina naturaleza, gastronomía, enoturismo y actividades recreativas. Le sigue Malargüe, también en el sur provincial, que a través de 112 unidades pone a disposición más de 4.400 plazas, destacándose por su vinculación con el turismo de nieve, la montaña y valles.

En el centro-norte del territorio, Luján de Cuyo y Guaymallén presentan una oferta robusta, superior a las 3.000 plazas cada uno, en tanto que Las Heras refuerza este corredor con un total cercano a las 3.000 camas. Estos departamentos conforman junto a la Capital el eje turístico metropolitano, donde se combinan la proximidad urbana con el acceso a circuitos vitivinícolas, centros culturales y áreas de esparcimiento.

El Valle de Uco, representado por los departamentos de Tunuyán, San Carlos y Tupungato, concentra una oferta moderada pero con fuerte especialización. Allí, las más de 4.500 plazas distribuidas entre 82 establecimientos permiten dar respuesta a una demanda cada vez más orientada a experiencias enoturísticas, rurales y de cercanía.

En la zona Este, departamentos como Rivadavia, San Martín, Junín, La Paz y Santa Rosa mantienen una presencia reducida pero estratégica, particularmente en el caso de La Paz, donde el alojamiento cumple funciones esenciales como servicio de paso y pernocte para el turismo terrestre.

Finalmente, los departamentos de Maipú, Godoy Cruz y Lavalle aportan una cantidad limitada de plazas pero con potencial de crecimiento, especialmente en lo vinculado al turismo gastronómico, cultural y comunitario.

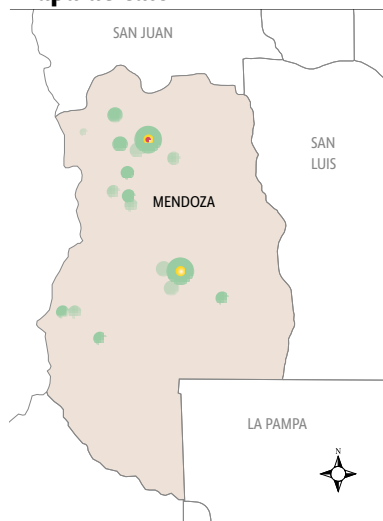
La distribución departamental, si bien evidencia concentración en torno a algunos polos, también permite visibilizar oportunidades para el fortalecimiento de destinos intermedios, la diversificación territorial de la oferta y el impulso de nuevas propuestas de valor en áreas rurales o menos exploradas.

MAPA DE CALOR

El mapa de calor presentado permite visualizar la concentración espacial de los establecimientos turísticos formales registrados en la provincia de Mendoza durante el año 2024. A través de una escala cromática que varía del verde al rojo, ha sido representada la densidad relativa de alojamientos en el territorio, siendo los puntos más cálidos indicativos de una mayor acumulación.

Como se observa en la imagen, los focos de mayor intensidad se localizan en el área metropolitana del Gran Mendoza, especialmente en torno a la Ciudad de Mendoza, Luján de Cuyo y Godoy Cruz. Esta región concentra más del 50 % de la infraestructura hotelera provincial, lo que la posiciona como epicentro de la recepción turística, tanto por su conectividad como por la diversidad de servicios que ofrece.

Mapa de calor



Otro núcleo de elevada densidad puede identificarse en el departamento de San Rafael, al sur provincial, donde se registra una amplia variedad de alojamientos, especialmente cabañas y establecimientos rurales, integrados al paisaje natural y a productos turísticos consolidados como el turismo de aventura y el enoturismo.

Se destacan también presencias más dispersas pero significativas en el Valle de Uco (especialmente Tunuyán), en Maltargüe, en Cacheuta y en otras áreas con desarrollo turístico de menor escala, lo que da cuenta de una oferta territorialmente extendida pero con altos niveles de concentración en determinados polos.

Esta herramienta de visualización resulta fundamental para la identificación de patrones de concentración y vacíos de

cobertura, contribuyendo al diseño de políticas de desarrollo equilibrado, promoción diferenciada y sostenibilidad territorial del turismo en Mendoza.

EVOLUCIÓN POR ZONA

La evolución de la capacidad de alojamiento turístico en la provincia de Mendoza, entre los años 2010 y 2024, mostró un crecimiento sostenido en todas las regiones, aunque con ritmos y magnitudes diferenciadas. Como se ve en la Tabla N.º 7, se observaron variaciones tanto en términos absolutos como en participación relativa.

Tabla n° 7. Evolución de plazas por zona

Año/Zona	Este	Norte	Sur	Valle de Uco
2010	521	15.969	8.579	2.443
2011	821	16.528	9.104	3.200
2012	821	16.767	9.350	3.200
2013	856	16.898	9.847	3.328
2014	856	17.378	10.100	3.523
2015	868	17.800	11.047	3.538
2016	1.028	18.223	11.391	3.635
2017	1.049	18.332	12.031	3.739
2018	1.069	18.855	12.262	3.875
2019	1.069	19.221	12.485	4.016
2020	1.133	19.592	13.110	4.188
2021	1.133	19.896	13.031	4.269
2022	1.145	22.048	14.373	4.446
2023	1.145	23.214	14.946	4.523
2024	1.175	22.142	14.992	4.558

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

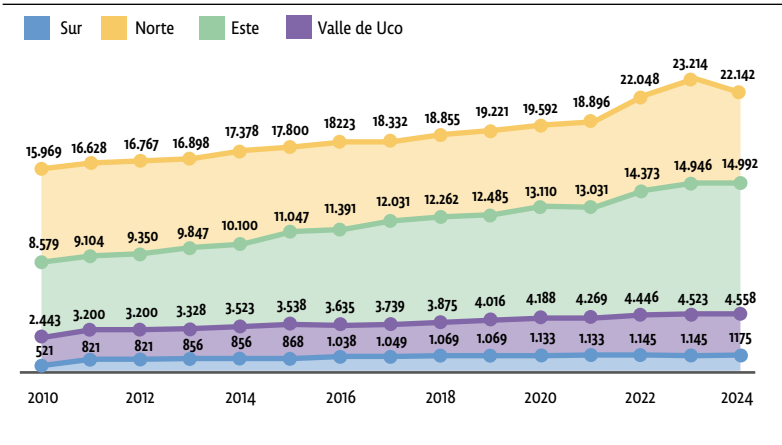
En la zona Norte, la cantidad de plazas pasó de 15.969 en 2010 a 22.142 en 2024, lo que implicó un incremento del 38,6 %, consolidando su liderazgo como principal núcleo receptor de turistas en la provincia.

La zona Sur experimentó un crecimiento aún más pronunciado, al pasar de 8.579 a 14.992 plazas, lo que representa una expansión del 74,7 %. Este aumento estuvo vinculado al desarrollo sostenido de destinos como San Rafael y Malargüe, con fuerte impronta en naturaleza y turismo familiar.

En el Valle de Uco, las plazas se incrementaron de 2.443 en 2010 a 4.558 en 2024, reflejando un crecimiento del 86,6 %, en línea con su consolidación como destino enoturístico de proyección internacional y espacio emergente de experiencias de calidad.

La zona Este, si bien partió de una base significativamente menor, logró duplicar su capacidad instalada, pasando de 521 a 1.175 plazas (+125,6 %), lo que indica un avance paulatino en su integración al sistema turístico formal de la provincia, principalmente en segmentos de paso, camping y turismo regional.

Evolución plazas por zona de la provincia



Fuente: elaboración propia opts

En conjunto, estos resultados evidencian un proceso continuo de ampliación y diversificación territorial de la infraestructura turística, acompañando el crecimiento de la demanda y la consolidación de nuevos productos en el mapa turístico mendocino.

CIERRE DEL CAPÍTULO

La caracterización de la oferta de alojamientos turísticos en Mendoza permite comprender la lógica territorial que estructura al turismo provincial. La fuerte concentración en el área metropolitana convive con núcleos consolidados en el sur y espacios en expansión en el Valle de Uco y la zona Este. Esta configuración evidencia tanto la madurez de los destinos tradicionales como la necesidad de continuar fomentando la diversificación, la formalización y el fortalecimiento de nuevas áreas emergentes. La infraestructura disponible constituye, así, un activo fundamental para el desarrollo sostenible del turismo en todo el territorio mendocino.



CAPÍTULO II

OFERTA DE AGENCIAS

INTRODUCCIÓN

Las agencias de turismo cumplen un rol esencial en la articulación entre la oferta y la demanda turística, operando como intermediarias en la comercialización de servicios, productos y experiencias de viaje. En la provincia de Mendoza, este segmento ha mostrado un crecimiento constante, con progresiva diversificación de funciones y especialización territorial.

Durante el año 2024, los registros contaban con 424 agencias de turismo activas, según datos elaborados por el Ente Mendoza Turismo (EMETUR). La caracterización del sector fue realizada a partir del relevamiento de registros administrativos y fuentes institucionales, considerando su clasificación operativa, su distribución por zonas y departamentos, y su evolución histórica. El análisis se vio atravesado, además, por un cambio normativo sustancial a nivel nacional, lo que produjo un cambio en el organismo provincial en cuanto a los marcos regulatorios para preservar la calidad y la formalidad en el ejercicio de la actividad.

Este capítulo ofrece una radiografía actualizada del sistema de agencias en Mendoza, identificando los principales núcleos de concentración, los cambios estructurales recientes y las políticas públicas que buscan acompañar el desarrollo profesional y sostenible del sector.

CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE TURISMO

En el año 2024, las agencias de turismo registradas en la provincia de Mendoza se clasifican en función del servicio. Esta categorización permitió identificar los distintos perfiles de operación comercial y su articulación con los flujos turísticos, tanto de entrada como de salida.

Tabla N° 8: Clasificación de agencias

Tipo de agencia	%
Emisivas	20,91%
Emisivas/Receptivas	25,10%
Receptivas	53,99%

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

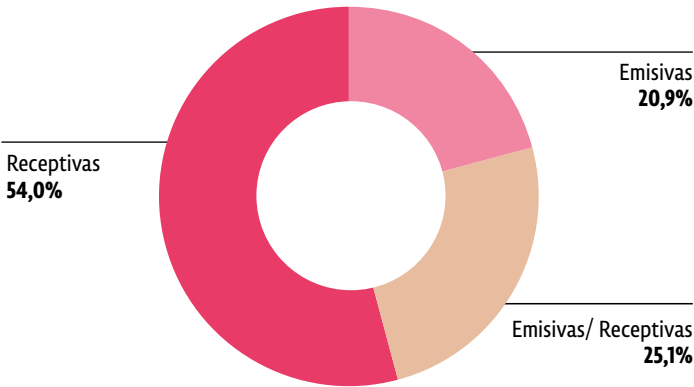
En la Tabla N° 8, las agencias receptivas representan el 53,99 % del total, consolidando su rol como principal canal de intermediación para quienes visitaron la provincia. Este tipo de agencia se especializa en diseñar y comercializar productos locales, operando en estrecha vinculación con prestadores del territorio e integrando la oferta de servicios turísticos de Mendoza al mercado nacional e internacional.

Por su parte, las agencias emisivas concentran el 20,91 % del total y se orientan a la organización de viajes desde Mendoza hacia otros destinos, dentro y fuera del país. Este segmento atendió la demanda turística de los residentes provinciales, desempeñando un papel clave en la planificación de viajes educativos, corporativos, familiares o vacacionales.

Finalmente, el 25,10 % correspondió a agencias mixtas, que ofrecieron simultáneamente servicios receptivos y emisivos, adaptándose con flexibilidad a los requerimientos del mercado.

Esta modalidad evidenció una tendencia creciente hacia la diversificación de servicios, como estrategia para mejorar la competitividad y la resiliencia del sector ante cambios en la demanda.

Tipos de agencia



Fuente: elaboración propia opts

La estructura observada da cuenta de un sistema comercial de intermediación turística diversificado y en permanente evolución, que cumple un rol fundamental en la dinamización del mercado turístico de la provincia.

EVOLUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE TURISMO REGISTRADAS POR AÑO

Entre los años 2011 y 2024, la cantidad de agencias de turismo registradas en la provincia de Mendoza experimentó una evolución sostenida, pasando de 249 a 424 unidades, lo que representa un incremento del 70,3 % en el período. Este crecimiento, tal como se observa en la Tabla N° 9, se mantuvo de forma gradual hasta el año 2023, cuando se contabilizaron 354 agencias activas.

Tabla N° 9. Evolución de agencias

Años	Cantidad agencias
2011	249
2012	249
2013	261
2014	270
2015	287
2016	287
2017	289
2018	297
2019	306
2020	316
2021	332
2022	339
2023	354
2024	424

Fuente: elaborado a partir de registros
administrativos del EMETUR

A partir de diciembre de 2023, el contexto institucional nacional se vio alterado por la derogación de la Ley N° 18.829 mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia 70/2023, que eliminó el Registro Nacional de Agencias de Viajes. Esta medida desreguló el sector, suprimiendo requisitos como la inscripción obligatoria, la designación de un director técnico o la contratación de seguros y garantías. Aunque la medida fue justificada por el Poder Ejecutivo Nacional como una estrategia para fomentar la competencia, distintas entidades del sector, como la FAEvyT, advirtieron sobre el riesgo que implicaba para la protección de los turistas y la formalidad del sistema.

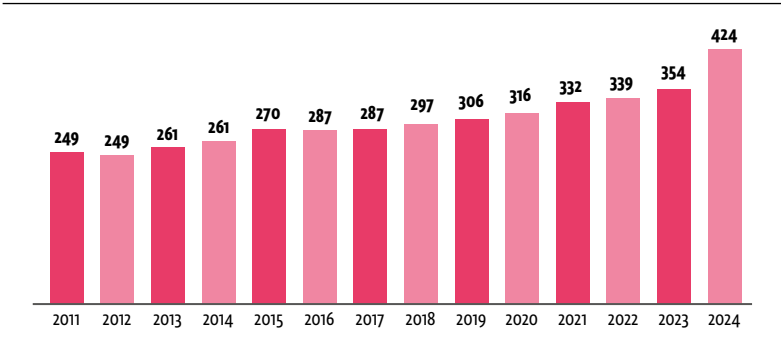
Frente a este escenario, la provincia de Mendoza actuó con celeridad para preservar los estándares del sector. En septiembre de 2024, fue creado el Registro Provincial de Agencias de Turismo, a través del Decreto 1725/24 y la Resolución 398/24 del EMETUR. Este instrumento, de carácter obligatorio, se aplica a todas las agencias que operen transporte turístico o participen en programas oficiales. El objetivo de esta normativa fue garantizar la calidad de los servicios, fomentar la formali-

dad y sostener la trazabilidad institucional de los prestadores turísticos.

El nuevo registro se implementó de manera gratuita y digital, y toma como referencia el sistema voluntario de la FAEvyT. Asimismo, establece la exigencia de contar con guías habilitados para la prestación de servicios receptivos, reforzando la profesionalización del sector. De este modo, la provincia logró recuperar un marco normativo autónomo y actualizado, que asegura condiciones mínimas de funcionamiento en ausencia de regulación nacional.

Este nuevo contexto explica el notable salto observado en 2024, con 70 nuevas inscripciones, producto no solo del crecimiento natural del sector, sino también del proceso de reempadronamiento y regularización impulsado por el EMETUR. La medida posiciona a Mendoza como una de las pocas jurisdicciones del país que ha logrado reconstituir un esquema normativo claro, adaptado a los nuevos desafíos del turismo y orientado a la protección de los derechos del consumidor.

Evolución en cantidad de agencias



Fuente: elaboración propia opts

DISTRIBUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE TURISMO POR DEPARTAMENTO

La distribución territorial de las agencias de turismo en la provincia de Mendoza evidencia una marcada concentración en el área metropolitana y en los principales polos turísticos de la provincia. En total, existen agencias registradas en 16 de los 18

departamentos, lo que indica una presencia generalizada, aunque heterogénea, del sistema comercial turístico en el territorio.

Tabla N° 10. Agencias por departamentos

Departamentos	Agencias
Capital	197
Guaymallén	44
San Rafael	41
Godoy Cruz	35
Luján de Cuyo	29
Las Heras	28
Maipú	18
Malargüe	6
General Alvear	5
San Martín	5
Tunuyán	5
Rivadavia	4
Tupungato	3
Junín	2
San Carlos	1
Santa Rosa	1
La Paz	0
Lavalle	0

Fuente: elaborado a partir de registros administrativos del EMETUR

Tal como se expone en la Tabla N° 10, el departamento Capital encabeza el listado con 197 agencias, lo que representa más de la mitad de la oferta provincial. Esta centralidad se explica por su rol como nodo administrativo, comercial y logístico del turismo receptivo y emisor.

Le siguieron Guaymallén (44), San Rafael (41), Godoy Cruz (35), Luján de Cuyo (29) y Las Heras (28), todos ellos departamentos que integran corredores turísticos consolidados, con fuerte dinamismo económico y creciente articulación público-privada en el desarrollo del turismo.

Departamentos como Maipú, Malargüe, General Alvear, San Martín, Tunuyán y Rivadavia mostraron una participación moderada, en línea con su peso relativo dentro de la oferta

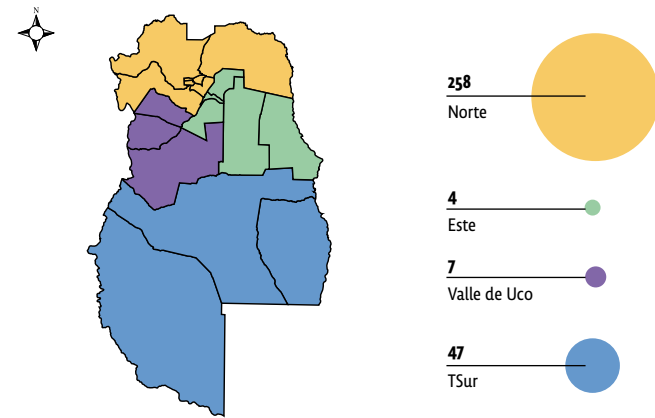
turística y su vinculación con productos específicos, como el enoturismo, la naturaleza o el turismo educativo.

En tanto, la presencia fue marginal en Tupungato, Junín, San Carlos y Santa Rosa, donde solo se identificaron entre una y tres agencias, lo que refleja la necesidad de fortalecer el tejido comercial turístico para acompañar la expansión de nuevos destinos.

Finalmente, Lavalle y La Paz no registraron agencias de turismo habilitadas en el registro, lo que constituye una oportunidad para la creación de nuevas unidades de intermediación que permitan canalizar la demanda emergente, especialmente en zonas con potencial para el turismo rural y de cercanía.

Esta distribución departamental pone de relieve la concentración del sistema en torno a los grandes centros urbanos, pero también evidencia la posibilidad de avanzar hacia una mayor territorialización del acceso a servicios turísticos, en línea con una visión más equilibrada y sostenible del desarrollo turístico provincial.

Distribución de las Agencias de turismo por zona



Fuente: elaboración propia opts

DISTRIBUCIÓN DE LAS AGENCIAS DE TURISMO POR ZONA

La distribución por zona de las agencias de turismo en Mendoza pone en evidencia un alto grado de concentración en la región Norte, donde se localiza el núcleo metropolitano de la provincia. De las agencias registradas en 2024, el 79,8 % se encontraba en la zona Norte, equivalente a 258 unidades, lo que refuerza su carácter de centro neurálgico del sistema de intermediación turística, tanto por su conectividad como por su peso demográfico y económico.

En segundo lugar, la zona Sur albergó 47 agencias, que representaron el 14,5 % del total provincial. Esta presencia estuvo vinculada a la consolidación de destinos como San Rafael y Malargüe, donde se ha desarrollado un entramado de operadores receptivos y emisivos con fuerte orientación regional y nacional.

Por su parte, el Valle de Uco registra 7 agencias, equivalentes al 2,2 % de la oferta, mientras que la zona Este concentró apenas 4 unidades, es decir, el 1,2 % del total.

Este panorama ratifica la centralidad operativa del Gran Mendoza en la comercialización de servicios turísticos, pero también señala el desafío de promover un desarrollo más equilibrado del sector, fortaleciendo las capacidades locales de intermediación en zonas con potencial creciente, como el Valle de Uco o el Este provincial.

CIERRE DEL CAPÍTULO

La información relevada permite concluir que el sistema de agencias de turismo en Mendoza atraviesa un proceso de expansión, reconfiguración y fortalecimiento institucional. La creación de un registro provincial en respuesta a la desregulación nacional ha permitido preservar estándares mínimos de funcionamiento, asegurando transparencia y profesionalización.

El crecimiento registrado en 2024 no solo refleja una recuperación del sector, sino también un renovado



compromiso por parte del Estado provincial para ordenar, jerarquizar y proyectar el rol de las agencias en el entramado turístico. Su consolidación como actores claves en la gestión de la experiencia turística será fundamental para sostener la competitividad y la confianza del visitante en un escenario cada vez más dinámico y complejo.

CAPÍTULO III. PRODUCTOS

GASTRONOMÍA

INTRODUCCIÓN

La oferta gastronómica ha sido reconocida como un componente clave en la configuración de la experiencia turística, actuando no solo como servicio básico, sino también como vehículo de identidad, creatividad y valorización del territorio. En la provincia de Mendoza, la gastronomía se ha integrado progresivamente a los productos turísticos estratégicos, destacándose por su diversidad, su vínculo con la producción local y su capacidad para acompañar el posicionamiento de Mendoza como destino enogastronómico de referencia.

Durante el año 2024, fueron identificados 4.856 establecimientos gastronómicos registrados, distribuidos en una amplia variedad de tipologías y presentes en todo el territorio provincial. A través del trabajo del Observatorio Gastronómico del EMETUR, ha sido posible caracterizar esta estructura en términos funcionales, espaciales y cualitativos, identificando patrones de concentración, dinámicas emergentes y oportunidades de desarrollo.

Este apartado presenta un análisis integral de dicha oferta, diferenciando por tipologías, zonas geográficas, departamentos y densidad territorial, con el objetivo de aportar insumos para la planificación turística, la promoción de circuitos gastronómicos y el fortalecimiento de políticas de calidad y sostenibilidad en el sector.

ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS EN LA PROVINCIA DE MENDOZA, POR TIPOLOGÍA

La oferta gastronómica de la provincia de Mendoza constituye un componente esencial del sistema turístico, no solo por su capacidad de brindar servicios de alimentación, sino también por su potencial para construir identidad, narrar el territorio y enriquecer la experiencia del visitante. En 2024, se contabilizaron 4.856 establecimientos gastronómicos¹, distribuidos en una amplia variedad de tipologías que reflejan tanto la diversidad de propuestas como los distintos niveles de especialización y demanda del sector.

Tabla nº 11. Tipos de establecimientos gastronómicos

Tipología	Establecimientos	%
Restaurante	1.879	38,7%
Bar	846	17,4%
Cafetería	741	15,3%
Sandwichería	517	10,6%
Pizzería	352	7,2%
Comidas Rápidas	142	2,9%
Heladería	123	2,5%
Parrilla	106	2,2%
Cervecería	77	1,6%
Panchería	73	1,5%
Total	4.856	100,0%

Fuente: elaborado a partir datos de Observatorio Gastronómico EMETUR

1. Se refiere a establecimientos que cuentan con cocina y servicio de atención al público en mesas.

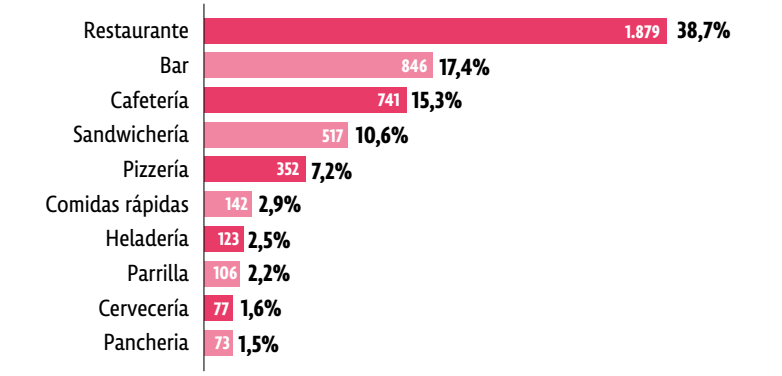
Tal como se detalla en la Tabla N° 11, los restaurantes representaron el principal formato, con 1.879 unidades, lo que equivale al 38,7 % del total. Esta predominancia responde a su versatilidad para adaptarse a diferentes públicos, momentos de consumo y estilos de cocina, abarcando desde la gastronomía tradicional hasta propuestas contemporáneas y de autor.

Los bares (17,4 %) y cafeterías (15,3 %) ocuparon el segundo y tercer lugar, consolidando un entramado urbano, el consumo cotidiano y la actividad cultural. Estas tipologías se encuentran mayormente concentradas en las áreas metropolitanas y polos comerciales, y cumplen una función clave en la configuración de los corredores gastronómicos de la provincia.

Las sandwicherías, pizzerías y locales de comidas rápidas representaron en conjunto más del 20 % de la oferta, orientándose a un consumo ágil, descontracturado y accesible, que suele ser demandado tanto por residentes como por turistas en tránsito o en búsqueda de alternativas económicas.

El resto del ecosistema gastronómico estuvo compuesto por heladerías, parrillas, cervecerías y pancherías, que si bien presentan menor peso relativo, cumplen un rol importante en la diversificación de propuestas y en la identidad culinaria de distintos territorios. En particular, las cervecerías artesanales han mostrado una expansión sostenida en los últimos años, asociadas al turismo joven, nocturno y de experiencias locales.

Establecimientos por tipología en la provincia



Fuente: elaborado a partir de datos de Observatorio Gastronómico EMETUR

DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LA OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

La localización de los establecimientos gastronómicos en la provincia de Mendoza se concentra en el área metropolitana, con presencia sostenida en otros polos urbanos y turísticos del territorio. En total, fueron registrados 4.856 establecimientos distribuidos en las cuatro zonas turísticas provinciales, según datos elaborados por el Observatorio Gastronómico del EME-TUR.

Tabla N° 12. Establecimientos por zonas

Zona	Cantidad establecimientos
Zona Norte	3.482
Zona Sur	550
Zona Este	459
Valle de Uco	365
Total general	4.856

Fuente: elaborado a partir datos de Observatorio Gastronómico EMETUR

Tal como se observa en la Tabla N° 12, la zona Norte concentró 3.482 establecimientos, lo que representa el 71,7 % del total provincial. Esta región, donde se encuentra el Gran Mendoza, reúne una altísima densidad poblacional, una infraestructura consolidada de servicios y los principales corredores turísticos, culturales y comerciales de la provincia.

Le siguieron la zona Sur con 550 establecimientos (11,3 %), la zona Este con 459 (9,5 %) y el Valle de Uco con 365 unidades (7,5 %). Estas regiones, si bien presentan menor volumen absoluto, poseen estructuras gastronómicas vinculadas a productos turísticos específicos: el enoturismo, la naturaleza, la ruralidad o las fiestas populares.

Tabla N° 13. Establecimientos por departamentos

Departamento	Cantidad
Capital	1.257
Luján de Cuyo	597
Godoy Cruz	579
Guaymallén	483
Maipú	351
San Rafael	333
San Martín	211
Tunuyán	174
Las Heras	157
Rivadavia	115
General Alvear	110
Malargüe	107
San Carlos	101
Tupungato	90
Junín	76
Lavalle	58
Santa Rosa	30
La Paz	27
Total	4.856

Fuente: elaborado a partir datos de Observatorio Gastronómico EMETUR

El desglose por departamento, Tabla N° 13, muestra que el Gran Mendoza —especialmente los departamentos de Capital (1.257 establecimientos), Luján de Cuyo (597), Godoy Cruz (579) y Guaymallén (483)— constituye el núcleo de mayor concentración gastronómica del territorio. Esta distribución responde tanto a la densidad poblacional como al dinamismo económico y turístico de estos distritos, donde se han desarrollado corredores gastronómicos consolidados y propuestas innovadoras.

Se destacan Maipú (351) y San Rafael (333) como los principales focos de oferta gastronómica fuera del núcleo metropolitano, en tanto que otros departamentos como San Martín (211), Tunuyán (174) y Las Heras (157) también presentan estructuras relevantes.

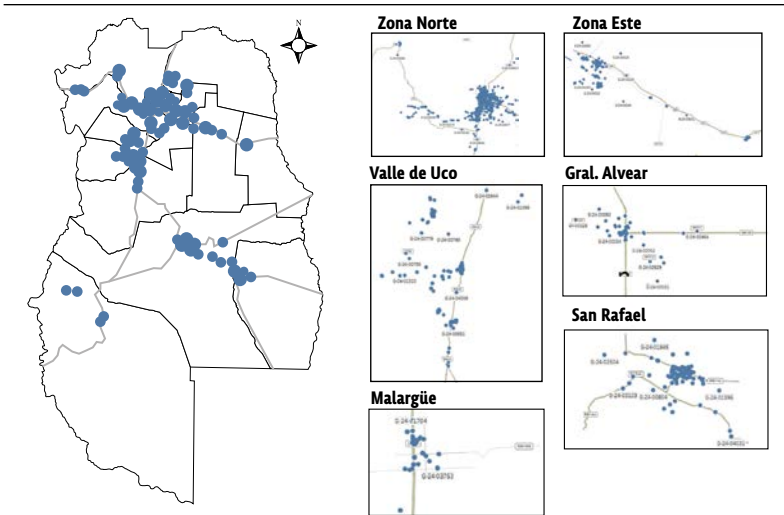
La presencia en departamentos rurales o de menor escala, como Rivadavia, General Alvear, San Carlos, Tupungato, Junín

y Lavalle, contribuye a una oferta más distribuida, aunque aún limitada en volumen. Finalmente, Santa Rosa (30) y La Paz (27) registraron la menor cantidad de establecimientos gastronómicos, situación que sugiere oportunidades de crecimiento para el desarrollo de servicios asociados al turismo regional y de cercanía.

IDENTIFICACIÓN DE POLOS GASTRONÓMICOS

La visualización georreferenciada permite identificar con claridad los principales polos gastronómicos de la provincia de Mendoza, entendidos como áreas de alta densidad de establecimientos que articulan servicios de alimentación, cultura, entretenimiento y experiencia turística. La imagen exhibe una concentración notable en torno al Gran Mendoza, donde se observa una alta densidad de puntos en los departamentos de Capital, Godoy Cruz, Luján de Cuyo y Guaymallén, conformando el núcleo metropolitano de mayor dinamismo del sistema gastronómico provincial.

Polos gastronómicos



Fuente: elaboración propia opts

Hacia el sur, se distinguen focos definidos en San Rafael, Malargüe y General Alvear, en donde la actividad gastronómica se organiza alrededor de las áreas céntricas y los corredores turísticos principales. Estas ciudades presentan una oferta robusta, en expansión, y fuertemente asociada a propuestas tradicionales, turismo familiar y enogastronomía.

El Valle de Uco exhibe una distribución más dispersa pero significativa, especialmente en los ejes viales que conectan Tunuyán, Tupungato y San Carlos. En esta región, la gastronomía se encuentra estrechamente vinculada al enoturismo, destacándose por la presencia de restaurantes en bodegas y emprendimientos de alta gama, integrados al paisaje rural y al producto «vino y terroir».

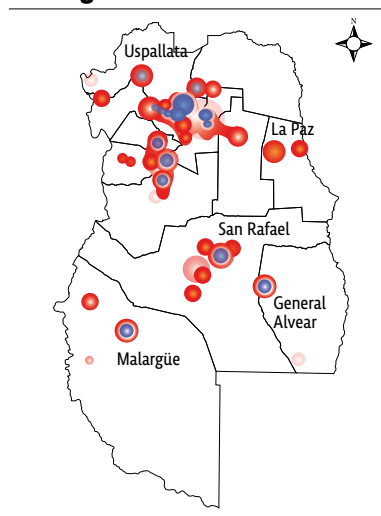
Por su parte, la zona Este muestra un patrón de menor densidad, aunque se observan agrupamientos en San Martín y Rivadavia, que cumplen funciones gastronómicas regionales.

La identificación de estos polos resulta fundamental para la planificación territorial del turismo gastronómico, ya que permite detectar zonas consolidadas, áreas en expansión y territorios con potencial de desarrollo. Esta herramienta también facilita la toma de decisiones en materia de promoción, inversiones, conectividad y profesionalización del sector, en línea con los objetivos de sostenibilidad y competitividad provincial.

MAPA DE CALOR DE LA OFERTA GASTRONÓMICA EN LA PROVINCIA DE MENDOZA

El mapa de calor permite observar con claridad la concentración espacial de los establecimientos gastronómicos en la provincia de Mendoza. La intensidad cromática, que varía de tonos suaves a núcleos rojos y azules, representa la densidad relativa de locales registrados, identificando tanto polos consolidados como focos emergentes.

Polos gastronómicos



La mayor concentración se localiza en el Gran Mendoza, especialmente en los departamentos de Capital, Godoy Cruz, Guaymallén y Luján de Cuyo, donde se conforma el principal eje metropolitano de servicios gastronómicos. Allí, la oferta se articula con circuitos urbanos, propuestas culturales, eventos y corredores turísticos consolidados.

Se destacan también focos intensos en el sur provincial, particularmente en San Rafael, General Alvear y Malargüe, que presentan núcleos bien definidos, asociados a la gastronomía tradicional, la recreación familiar y la complementariedad con productos de naturaleza y vino.

En el Valle de Uco, la distribución muestra densidades intermedias, con epicentros en las cabeceras de San Carlos, Tunuyán y Tupungato, vinculados principalmente a la gastronomía de bodegas y experiencias de alto valor enogastronómico.

Por último, el Este provincial evidencia una menor intensidad, aunque se visualizan agrupamientos puntuales en San Martín, Rivadavia y La Paz, que cumplen funciones regionales y pueden ser considerados espacios con potencial para el fortalecimiento del sector.

Este recurso visual resulta fundamental para diagnosticar la distribución actual de la gastronomía en el territorio, orientar

políticas de promoción y consolidar corredores gastronómicos que integren identidad local, calidad de servicio y sustentabilidad territorial.

SÍNTESIS

El panorama gastronómico de Mendoza refleja una estructura amplia, diversa y territorialmente distribuida, con fuerte concentración en el núcleo metropolitano, polos consolidados en el sur provincial y presencia creciente en regiones emergentes como el Valle de Uco y el Este. Esta configuración permite sostener una oferta que combina tradición e innovación, servicios básicos y propuestas de alta gama, consolidando a la provincia como un destino con identidad culinaria propia.

A esta estructura se suma la relevancia del consumo local como factor dinamizador. En muchas localidades donde la infraestructura turística aún es incipiente — con escasa presencia de agencias de viaje o alojamientos — la gastronomía aparece como un servicio activo y sostenido por la población residente. Esta condición no solo demuestra la importancia del arraigo cultural de la cocina mendocina, sino que también genera oportunidades para el desarrollo turístico desde lo local, articulando la demanda interna con la construcción de experiencias para visitantes.

La información presentada aporta una base técnica para diseñar políticas orientadas al fortalecimiento del turismo gastronómico, al acompañamiento de pequeños y medianos prestadores, y a la articulación de estrategias que vinculen producción, cultura y hospitalidad. La gastronomía mendocina, al integrarse con los paisajes, el vino y las comunidades, constituye uno de los pilares del modelo turístico provincial, con capacidad de generar valor agregado, empleo y desarrollo sostenible en todo el territorio.

ENOTURISMO

INTRODUCCIÓN

El enoturismo continúa consolidándose como una de las principales expresiones del turismo en Mendoza, articulando cultura vitivinícola, paisajes singulares y experiencias de calidad que atraen tanto al público nacional como internacional. En este marco, durante el año 2024 se llevó a cabo un estudio específico y exhaustivo sobre la actividad enoturística en la provincia, con el objetivo de caracterizar en profundidad su evolución, distribución territorial, tipologías de oferta y comportamiento de la demanda.

Este estudio se encuentra disponible de forma completa en la página del Observatorio Turístico de Mendoza, como insumo técnico y estratégico para la gestión pública y privada del sector. El presente anuario, en cambio, ofrece una síntesis de las principales variables y hallazgos derivados de ese trabajo, destacando los datos más significativos relacionados con la expansión de bodegas abiertas al turismo, su distribución geográfica, tamaño y antigüedad, así como la evolución en el número de visitas, perfil del visitante, servicios ofrecidos y niveles de gasto.

La información aquí contenida permite visualizar el crecimiento sostenido del enoturismo mendocino entre 2018 y 2024, el fortalecimiento de zonas tradicionales como Luján de Cuyo y Valle de Uco, y la incorporación paulatina de nuevas regiones a la oferta turística vitivinícola. Asimismo, refleja la coexistencia de propuestas consolidadas con nuevos emprendimientos, así como la diversificación de servicios que enriquecen la experiencia del visitante y posicionan a Mendoza como un destino enoturístico de referencia a nivel nacional e internacional.

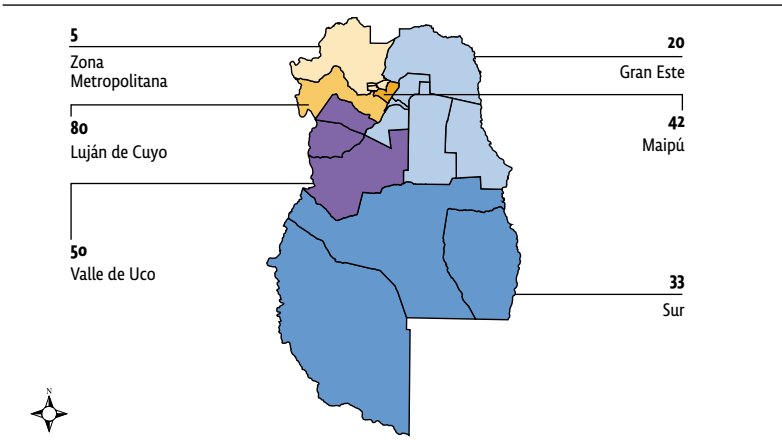
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS BODEGAS

En Mendoza, el enoturismo se ha consolidado como uno de los pilares del turismo provincial mediante una red de bodegas abiertas al público. Estas se distribuyen en seis zonas: Gran Este, Luján de Cuyo, Maipú, Valle de Uco, zona Metropolitana y zona Sur, cada una con identidad paisajística y vitivinícola propia.

Luján de Cuyo lidera con 80 bodegas turísticas (56 % del total local), gracias a su cercanía a la capital y al aeropuerto, su fuerte tradición vitivinícola, y paisajes destacados. Le sigue el Valle de Uco, con 50 bodegas, reconocido por su producción de alta gama, proyección internacional y experiencias integradas de gastronomía y naturaleza. Maipú, con 42 bodegas abiertas, ofrece una fusión entre historia y modernidad, siendo además una de las zonas más productivas.

El Gran Este, pese a ser la región con mayor superficie cultivada (72.516 ha) y volumen elaborado, apenas cuenta con 20 bodegas abiertas, reflejando su perfil más agroindustrial. La zona Sur (San Rafael y General Alvear) suma 33 bodegas y destaca por su diversidad de propuestas, combinando vinos, naturaleza y aventura. La zona Metropolitana, con solo cinco bodegas, funciona como puerta de entrada a la experiencia enoturística por su cercanía urbana.

Distribución geográfica de las bodegas



Fuente: elaboración propia opts

Entre 2018 y 2024, Mendoza pasó de tener 146 a 230 bodegas abiertas al turismo, un crecimiento del 57,5 %. Las regiones que más crecieron en términos absolutos fueron Valle de Uco (+26 bodegas) y Luján de Cuyo (+19), seguidas de Maipú y zona Sur. Este crecimiento sostenido reafirma a Mendoza como destino enoturístico líder en Argentina, gracias a una oferta diversa que une cultura vitivinícola, excelencia enológica y paisajes únicos.

ANTIGÜEDAD DE LAS BODEGAS ABIERTAS AL TURISMO

El análisis de la antigüedad de las bodegas abiertas al turismo en Mendoza revela una oferta equilibrada entre tradición e innovación. La mayoría de las bodegas (26,36 %) lleva entre 15 y 19 años ofreciendo servicios turísticos, consolidando al enoturismo como una actividad madura en la provincia. Le siguen aquellas con entre 4 y 9 años (21,07%) y las que tienen entre 10 y 14 años (20,7%), reflejando un crecimiento sostenido durante la última década. Un 20,17 % de los establecimientos supera los 20 años de apertura al turismo, destacando a las bodegas pioneras en esta actividad. Por otro lado, un 11,67% de las bodegas comenzó a recibir visitantes en los últimos tres años, lo que evidencia un renovado interés de nuevos emprendimientos por incorporarse al sector. Esta distribución muestra una coexistencia entre bodegas tradicionales adaptadas al turismo y nuevos proyectos en un mercado en constante expansión.

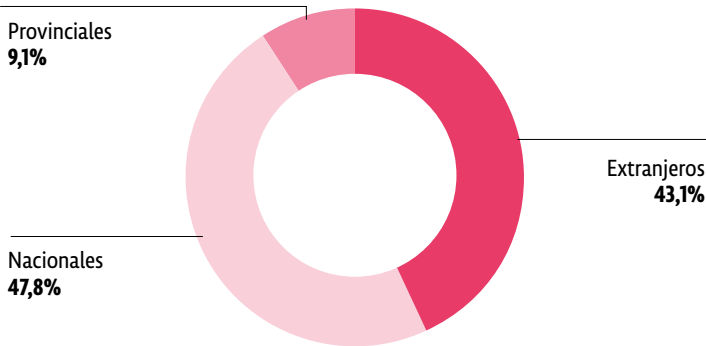
TAMAÑO DE LAS BODEGAS ABIERTAS AL TURISMO

El enoturismo en Mendoza se apoya mayoritariamente en bodegas de pequeño y micro tamaño. Las pequeñas, que producen entre 0,5 y 5 millones de litros anuales, representan el 45,72 % del total y ofrecen experiencias personalizadas. Las micro, con menos de 0,5 millones de litros, constituyen el 35,40 % y se destacan por su carácter artesanal y vínculo con el terroir. Las bodegas medianas (5 a 20 millones de litros) suman el 13,80 %, mientras que las grandes (más de 20 millones) apenas alcan-

zan el 5,08 %. Esta composición evidencia una oferta turística centrada en la calidad, la autenticidad y el protagonismo de emprendimientos locales, que aportan diversidad y valor diferencial a la experiencia enoturística mendocina.

CANTIDAD DE VISITAS POR ZONA (2018-2024)

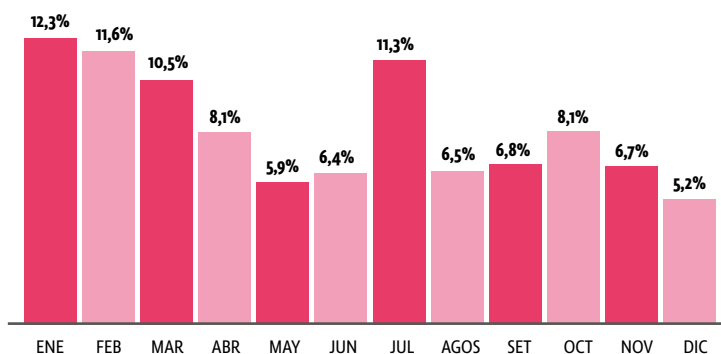
Entre 2018 y 2024, las visitas a bodegas en Mendoza crecieron un 27,78 %, alcanzando 1.590.567 en 2024. Luján de Cuyo se mantiene como la zona más visitada, con 495.014 visitas y un incremento del 35,48 %, consolidando su liderazgo por su tradición y oferta diversa. El Valle de Uco duplicó su flujo turístico, con un crecimiento del 51,45 %, gracias a su perfil premium y experiencias exclusivas. Maipú tuvo un crecimiento moderado del 5,91 %, pero continúa siendo relevante por su valor histórico. La zona Sur aumentó un 10,36 %, destacándose por su combinación de vino y turismo de aventura. El Gran Este, aunque con cifras más bajas, logró el mayor crecimiento porcentual (94,41 %), pasando de 1.652 a 29.578 visitas, mostrando su potencial en desarrollo. La zona Metropolitana también creció significativamente (53 %)



ORIGEN DE LOS VISITANTES Y ESTACIONALIDAD

El turismo enoturístico en Mendoza recibe visitantes tanto nacionales como extranjeros. Según los datos registrados, el

47,74 % de los visitantes proviene de otras provincias de Argentina, mientras que el 43,06 % corresponde a turistas internacionales. El resto, un 9,20 %, corresponde a turistas de la misma provincia de Mendoza.



En cuanto a la estacionalidad, los meses con mayor afluencia de turistas son enero y julio, que concentran un 12,33 % y 11,32 % de las visitas anuales respectivamente. Por otro lado, mayo y diciembre son los meses con menor cantidad de visitas, con un 5,98 % y 5,28 % respectivamente.

Este comportamiento estacional refleja una marcada preferencia por los períodos de vacaciones estivales e invernales, donde el turismo nacional e internacional converge en Mendoza para disfrutar de sus paisajes y su cultura vitivinícola.

SERVICIOS E IDIOMAS EN LAS BODEGAS

Las bodegas abiertas al turismo en Mendoza presentan una oferta de servicios amplia y diversificada, pensada para enriquecer la experiencia del visitante. El servicio más frecuente es la tienda de vinos, presente en el 92,70 % de los establecimientos, seguido por las visitas guiadas a la bodega (86,44 %) y a los viñedos (68,99 %), que permiten conocer de cerca el proceso productivo y el paisaje vitivinícola.

Más de la mitad de las bodegas (53,85%) ofrece propuestas gastronómicas, generalmente integradas con maridajes, mien-

tras que el 50,13 % organiza actividades adicionales como catas temáticas o experiencias de blending. Asimismo, un 45,15 % desarrolla eventos de turismo de reuniones (MICE), y más del 40 % ofrece bodas, eventos culturales o wine bars, evidenciando el carácter multifuncional de estos espacios.

Otros servicios, menos frecuentes pero distintivos, incluyen cosecha participativa (23,43 %), salas de arte (18,94 %), alojamiento (18,52 %), yoga entre viñedos (15,86 %), museos (9,42 %), auditorios (9,13 %), spas (5,68 %) y golf (0,78 %). Esta variedad refleja una propuesta enoturística versátil, capaz de atraer distintos perfiles de visitantes.

En cuanto a los idiomas ofrecidos en las visitas, el inglés es el más común, presente en el 87,77 % de las bodegas, lo que demuestra el enfoque hacia el turismo internacional. El portugués, ofrecido por el 46,62 %, destaca la relevancia del mercado brasileño. También se encuentran opciones en italiano (11,37 %), alemán (4,96 %) y francés (4,52 %), lo que refuerza la voluntad de las bodegas de adaptarse a una clientela global y diversa.

COSTO DE VISITA Y GASTO PROMEDIO EN BODEGAS

El gasto en las bodegas de Mendoza presenta importantes variaciones según la zona y los servicios incluidos. En gastronomía, el costo promedio provincial es de USD 66,6 por persona, con valores que oscilan entre USD 26,9 en el Gran Este y USD 96,6 en la zona Metropolitana. Luján de Cuyo (USD 67,7), Maipú (USD 44,5) y Valle de Uco (USD 91,2) reflejan propuestas que van desde menús tradicionales hasta experiencias gourmet de alta gama.

En cuanto al alojamiento, disponible en algunas bodegas, los valores también varían significativamente: Maipú presenta el costo más accesible (USD 61,14), seguido por Luján de Cuyo (USD 180,3) y Valle de Uco (USD 270,2), lo que refuerza el perfil exclusivo de esta última región.

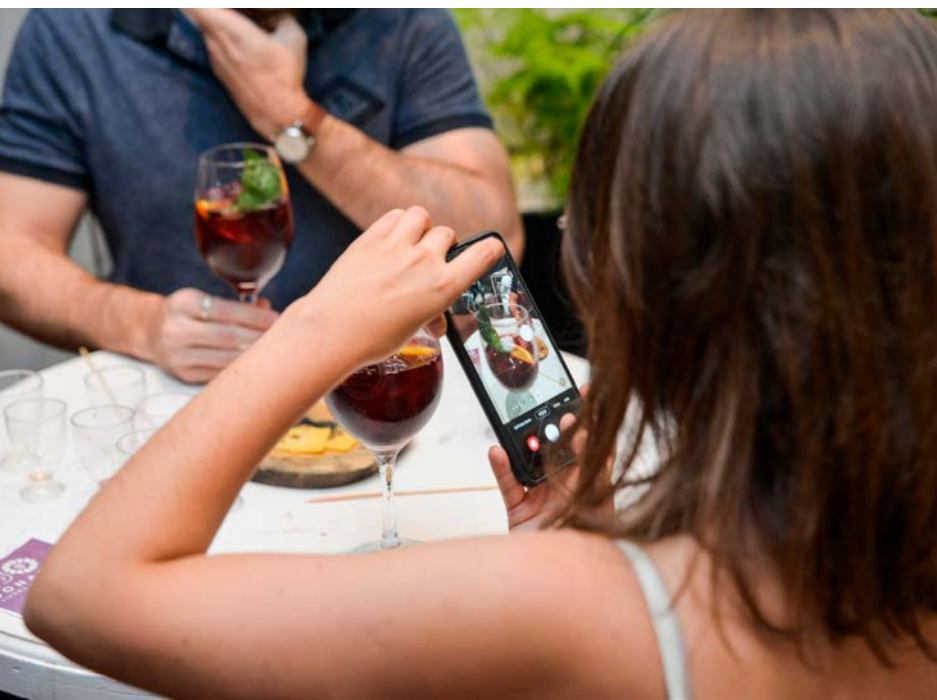
El gasto promedio general por visitante en las bodegas es de USD 36,98. Valle de Uco (USD 48,2) y Luján (USD 46,9) lideran en consumo, mientras que el Gran Este y la zona Sur registran los niveles más bajos, en torno a USD 20. Esta diversidad refleja distintos perfiles de oferta y demanda en cada región.

SÍNTESIS

El enoturismo en Mendoza se afirma como uno de los pilares del turismo provincial, integrando cultura vitivinícola, paisajes y servicios de calidad. Entre 2018 y 2024, las bodegas abiertas al turismo crecieron un 57,5 %, alcanzando 230 establecimientos, con fuerte presencia en Luján de Cuyo, Valle de Uco y Maipú. La mayoría son pequeñas y micro-bodegas, reflejando una propuesta centrada en lo artesanal y la autenticidad.

Las visitas aumentaron un 27,78 %, superando 1,5 millones anuales, con predominio de turistas nacionales (47,7 %) y extranjeros (43 %). El gasto promedio por visitante fue de USD 36,98, siendo Valle de Uco y Luján las zonas de mayor consumo. Las bodegas ofrecen una amplia gama de servicios —tiendas, visitas guiadas, gastronomía, eventos— y atención multilingüe, especialmente en inglés y portugués.

Este crecimiento revela una oferta diversa, en equilibrio entre tradición e innovación, que posiciona a Mendoza como un destino enoturístico de referencia internacional.



OLEOTURISMO

INTRODUCCIÓN

El oleoturismo en Mendoza constituye una forma particular de turismo rural que gira en torno al aceite de oliva virgen extra como producto identitario. Esta actividad combina experiencias ligadas al proceso productivo, saberes locales y paisajes olivícolas. En la provincia, cobra relevancia por la calidad del aceite, recientemente distinguido con la Indicación Geográfica (IG), y por su capacidad para diversificar, desestacionalizar y territorializar la oferta turística.

El aceite de oliva y la aceituna figuran entre los alimentos más representativos de Mendoza, según el Plan DIGAM, lo que refuerza su valor cultural. Actualmente, hay 40 almazaras activas en la provincia, que varían en escala productiva y muchas de ellas cuentan con tecnología moderna, infraestructura especializada y certificaciones de calidad. Entre 2022 y 2024, las empresas adheridas a la IG crecieron de 7 a 23, con un aumento paralelo en marcas certificadas.

Mendoza produce anualmente cerca de 50.000 toneladas de aceitunas y 4.800 toneladas de aceite, sobre una superficie cultivada de más de 11.000 hectáreas. El programa Mendoza Oliva Bien, parte de Vivencias Mendocinas², reúne a 21 prestadores olivícolas que desarrollan propuestas turísticas vinculadas al aceite y su cultura.

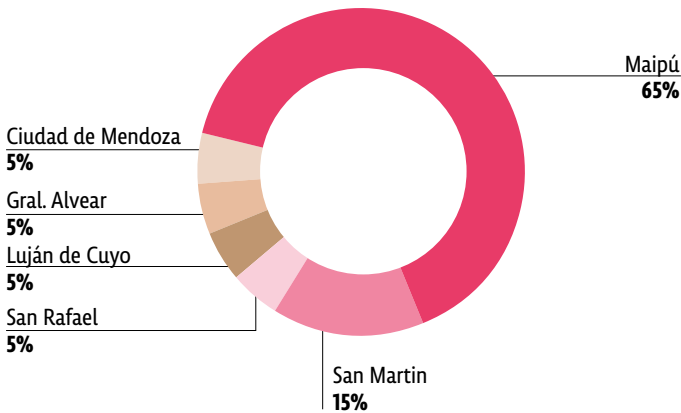
La iniciativa se estructura en cuatro componentes: fortalecimiento de la oferta, creación de un centro de interpretación, acciones de promoción y estrategias de comercialización. El Observatorio del Oleoturismo del EMETUR acompaña este proceso como espacio de articulación, análisis y planificación,

integrando al sector olivícola en el modelo turístico sostenible de Mendoza.

El informe completo se encuentra disponible en la página del Observatorio del Oleoturismo del EMETUR. El estudio fue realizado sobre la base de un relevamiento censal dirigido exclusivamente a las almazaras y prestadores olivícolas adheridos al programa Mendoza Oliva Bien, quienes conforman actualmente el núcleo activo del oleoturismo en la provincia de Mendoza.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRESTADORES OLEOTURÍSTICOS ADHERIDOS

De acuerdo con el relevamiento censal realizado entre los prestadores adheridos al Programa Mendoza Oliva Bien, se observa una concentración significativa de la oferta oleoturística en ciertos departamentos clave de la provincia.



Estos resultados destacan claramente a Maipú como el principal polo oleoturístico, concentrando casi dos tercios del total de las almazaras adheridas al programa. Este Departamento es también una zona histórica de producción olivícola, con una fuerte tradición en la elaboración de aceite de oliva de calidad. La relevancia de Maipú en el oleoturismo es comparable con su destacada presencia en el enoturismo, siendo uno de los depar-

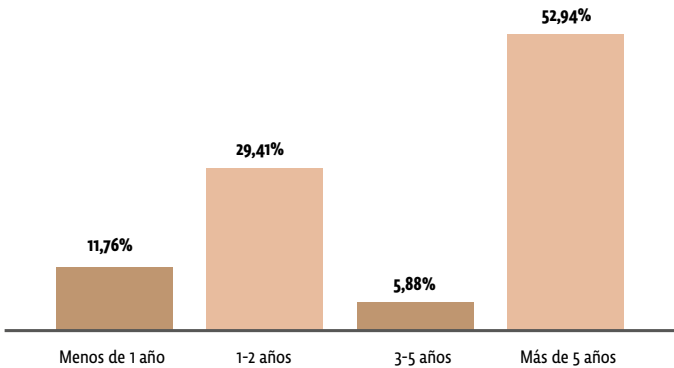
tamentos con mayor número de bodegas abiertas al turismo en Mendoza, solo por detrás de Luján de Cuyo.

Por su parte, San Martín, con un 15%, también se posiciona como un punto relevante para la actividad, representando una significativa presencia olivícola dentro del Este provincial. En tanto, departamentos como San Rafael, Luján de Cuyo, General Alvear y la Ciudad de Mendoza muestran una participación menor (5% cada uno), aunque reflejan una distribución más diversificada del oleoturismo hacia otras zonas productivas y turísticas de la provincia.

Cabe señalar que tanto San Rafael como General Alvear son reconocidos por su producción agrícola diversificada, incluyendo al sector olivícola, destacándose como zonas de gran potencial para el desarrollo del oleoturismo vinculado a experiencias rurales y gastronómicas en entornos naturales únicos.

ANTIGÜEDAD DE LA ACTIVIDAD OLEOTURÍSTICA

Se ha identificado una diversidad de niveles de desarrollo en la incorporación de propuestas turísticas vinculadas al aceite de oliva. Más de la mitad de los prestadores cuentan con una experiencia ya consolidada en este ámbito, lo que demuestra que una parte significativa del sector ha reconocido tempranamente su potencial. Por otro lado, un 29,41% ha comenzado recientemente, reflejando un interés creciente y un dinamismo que anticipa una posible expansión y diversificación de la oferta turística de la provincia de Mendoza.



Al establecer una comparación con el turismo del vino, se observa que este último presenta una trayectoria significativamente más extensa. La mayoría de las bodegas han estado abiertas al turismo por entre 15 y 19 años (26,36%) o incluso más de 20 años (20,17%), lo que evidencia un grado de madurez y consolidación notablemente mayor.

DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES POR DEPARTAMENTO

La distribución territorial de las visitas a establecimientos vinculados al turismo del aceite de oliva muestra una notable concentración en Maipú, donde se ha registrado más del 93% del flujo anual estimado, tomando como base un total aproximado de 121.848 visitantes. Este liderazgo ha sido atribuido a su densidad de almazaras, ubicación estratégica, tradición productiva y articulación con corredores turísticos consolidados. En contraste, departamentos como San Rafael y Capital apenas alcanzan el 2,46% cada uno, mientras que General Alvear, San Martín y Luján de Cuyo presentan participaciones aún menores. Esta concentración sugiere que fuera del núcleo maipucino, el desarrollo de esta modalidad turística permanece en etapa incipiente. Comparado con el turismo del vino, caracterizado por un volumen mucho mayor de visitas y una distribución más equilibrada entre regiones clave, el sector del aceite de oliva revela un amplio margen para su expansión. Se visualizan así oportunidades claras para diversificar territorialmente la oferta, especialmente en áreas con tradición olivícola aún poco explotadas.

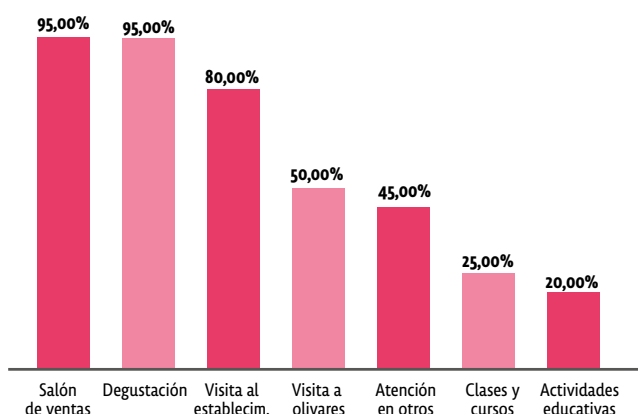
ORIGEN DE LOS VISITANTES

La mayor parte del público que participa en experiencias oleoturísticas proviene de otras provincias argentinas (75%), consolidando esta propuesta como una opción atractiva dentro del turismo interno. El turismo internacional representa un 20%, evidenciando un interés en alza por parte de visitantes

extranjeros, lo que refuerza el valor estratégico del producto en mercados externos. Solo un 5% corresponde a residentes locales, lo que señala una baja apropiación del público mendocino y una oportunidad para incentivar el turismo de cercanía. Esta composición refleja el potencial del oleoturismo como producto emergente con proyección nacional e internacional.

SERVICIOS TURÍSTICOS OFRECIDOS POR LOS PRESTADORES OLEOTURÍSTICOS

Los servicios turísticos más frecuentes entre las empresas adheridas al programa incluyen venta directa, degustaciones y recorridos por instalaciones productivas, lo que evidencia una fuerte orientación hacia experiencias sensoriales ligadas al aceite de oliva. Aproximadamente la mitad también ofrece visitas guiadas a olivares, destacando el valor agrícola y rural del producto. Asimismo, un porcentaje relevante brinda atención en idiomas extranjeros, lo que refleja una adaptación progresiva a las demandas del turismo internacional. En conjunto, estos servicios configuran una oferta en expansión, centrada en la autenticidad y en el fortalecimiento del vínculo entre producción, territorio y experiencia del visitante.



Fuente: elaboración propia opts

SÍNTESIS

El oleoturismo en Mendoza muestra un desarrollo incipiente pero promisorio, con avances importantes en infraestructura, servicios y profesionalización, aunque aún enfrenta desafíos estructurales. La actividad se concentra en Maipú, principal polo por su tradición olivícola y turística, lo que evidencia la necesidad de diversificar territorialmente la oferta, incorporando otros departamentos con potencial.

Se estima un flujo superior a los 120.000 visitantes anuales en 2024, mayormente turistas nacionales, seguidos por internacionales y en menor medida locales. La oferta se basa principalmente en ventas, degustaciones y visitas, con escasa presencia de servicios complementarios.

El programa Mendoza Oliva Bien se visualiza como un instrumento estratégico para fortalecer el sector, consolidando el aceite de oliva como componente distintivo de la identidad turística provincial.





CAPÍTULO IV

OCUPACIÓN

INTRODUCCIÓN

La ocupación turística es uno de los indicadores más sensibles para evaluar el desempeño del sector, ya que permite observar el uso efectivo de la infraestructura instalada, la estacionalidad de la demanda y la capacidad del destino para sostener flujos turísticos en distintos contextos. Durante el año 2024, la ocupación hotelera en la provincia de Mendoza se obtuvo mediante el sistema colaborativo opTS, tomando como unidad de análisis la ocupación de habitaciones en establecimientos habilitados.

Este capítulo presenta la evolución mensual de la ocupación a nivel provincial y por regiones (Gran Mendoza, Valle de Uco y zona Sur), así como su comportamiento por categoría de alojamiento. El análisis permite identificar tanto los períodos de mayor presión sobre la oferta como las ventanas de baja utilización, lo que constituye un insumo estratégico para la toma de decisiones.

OCUPACIÓN EN PROVINCIA, GRAN MENDOZA,
VALLE DE UCO Y ZONA SUR – AÑO 2024

Durante el año 2024, la ocupación turística en la provincia de Mendoza, medida a partir del porcentaje de habitaciones ocupadas en establecimientos formales, presentó una marcada variabilidad mensual y diferencias significativas entre regiones. Los datos procesados por el sistema optS reflejan tanto los patrones estacionales como la capacidad de atracción de cada zona turística.

Tabla nº 14. Ocupación turística 2024

Mes	Provincia	Gran Mendoza	Valle de Uco	Zona Sur
enero	58,84%	57,10%	48,60%	62,45%
febrero	55,39%	53,95%	53,02%	57,62%
marzo	49,57%	54,27%	59,46%	42,03%
abril	43,73%	46,51%	48,21%	39,44%
mayo	37,31%	53,07%	37,25%	16,16%
junio	36,39%	43,09%	32,59%	27,87%
julio	63,52%	65,90%	46,54%	62,44%
agosto	34,56%	33,89%	23,13%	36,89%
septiembre	39,32%	44,55%	36,83%	32,60%
octubre	51,57%	65,18%	38,67%	34,88%
noviembre	55,25%	65,30%	28,67%	45,05%
diciembre	32,89%	35,36%	45,98%	27,95%
Total 2024	46,53%	51,51%	41,58%	40,45%

Fuente: elaborado a partir sistema ocupación optS

A nivel provincial, la ocupación promedio anual se ubicó en 46,5 %, con picos notables en los meses de enero (58,8 %) y julio (63,5 %), correspondientes a los períodos de receso escolar y temporada alta. El registro más bajo fue observado en diciembre (32,9 %), coincidiendo con un contexto de menor demanda previa al inicio del verano.

El Gran Mendoza se mantuvo como la región con mayor nivel de ocupación promedio, alcanzando el 51,5 % en el año. Este desempeño respondió a su condición de nodo de conectividad, concentración de eventos y servicios urbanos, y continuidad de

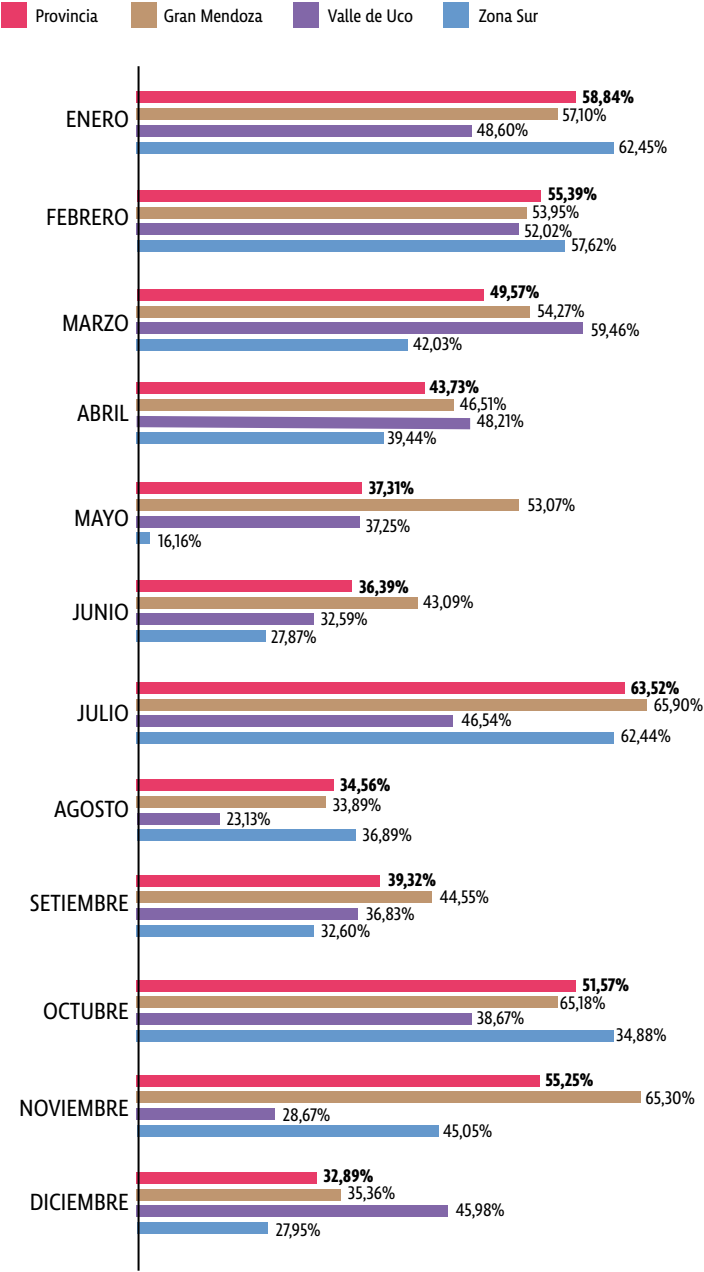


la actividad turística más allá de la estacionalidad tradicional. En meses como noviembre (65,3 %) y octubre (65,1 %), superó incluso a los períodos tradicionalmente considerados de alta afluencia.

El Valle de Uco, con un promedio anual del 41,6 %, mostró un comportamiento más estable en los primeros meses del año, destacándose en marzo (59,5 %) como su mejor registro. Si bien se identificaron descensos marcados en el segundo semestre, se observa una ocupación más equilibrada entre semanas y fines de semana, en línea con su perfil de destino de escapadas, enoturismo y turismo de alta gama.

En cuanto a la zona Sur, se registró una ocupación media del 40,5 %, con picos en enero (62,4 %) y julio (62,4 %), lo que confirma su perfil fuertemente estacional, ligado al turismo familiar, recreativo y vacacional. Durante el otoño e invierno —exceptuando el receso invernal—, la ocupación se mantuvo por debajo del 30 %, revelando desafíos para la desestacionalización de la demanda.

Ocupacion 2024



Fuente: elaborado a partir sistema ocupacion opts

OCUPACIÓN TURÍSTICA POR CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO – AÑO 2024

Durante el año 2024, el comportamiento de la ocupación turística en Mendoza, medido por tipo de alojamiento, evidenció diferencias marcadas entre categorías, tanto en los niveles promedio anuales como en la sensibilidad estacional. La información fue obtenida del sistema de ocupación del OPTS del EMETUR se refiere a la ocupación mensual de habitaciones en establecimientos habilitados.

Tabla nº 15. Ocupación turística por tipo categoría de alojamiento 2024

Mes	Apart-hotel	Cabañas	Hotel 1 y 2 est. y otros	Hotel 4 y 5 est. Alta Gama	Hotel 3 est.
enero	48,81%	65,05%	62,24%	47,84%	66,61%
febrero	50,19%	64,15%	50,54%	59,69%	58,04%
marzo	64,89%	35,93%	48,26%	59,68%	52,53%
abril	46,46%	34,36%	41,72%	54,05%	39,31%
mayo	48,52%	9,04%	30,34%	66,97%	41,60%
junio	40,37%	23,20%	34,05%	47,55%	35,64%
julio	61,83%	53,35%	68,36%	54,83%	76,48%
agosto	39,49%	26,94%	28,18%	45,45%	46,88%
septiembre	46,00%	14,77%	43,30%	56,10%	54,87%
octubre	57,93%	31,08%	49,10%	61,12%	53,24%
noviembre	46,59%	43,97%	42,43%	65,44%	62,30%
diciembre	30,14%	31,40%	25,68%	46,92%	40,05%
Total	48,44%	36,10%	43,68%	55,47%	52,30%

Fuente: elaborado a partir sistema ocupación OPTS

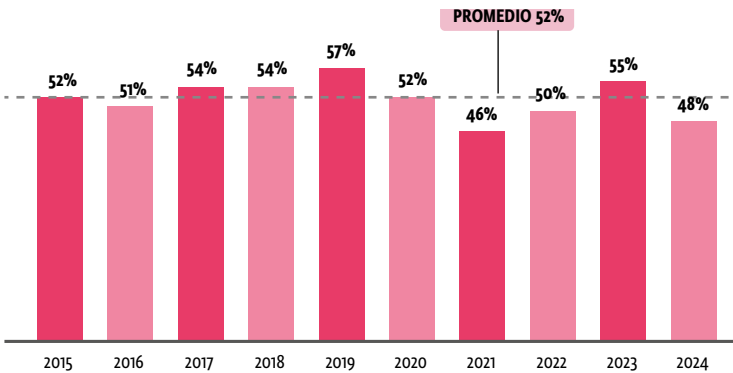
Los hoteles de 4 y 5 estrellas y alojamientos de alta gama presentaron la mayor ocupación promedio anual, alcanzando un 55,5 %, con picos en mayo (66,9 %), noviembre (65,4 %) y octubre (61,1 %). Estos resultados reflejan una menor estacionalidad y una alta demanda corporativa, receptiva internacional y de eventos, que sostiene la ocupación incluso fuera de la temporada vacacional clásica.

Los hoteles de 3 estrellas también mostraron un buen desempeño, con una ocupación media del 52,3 %, destacándose particularmente en julio (76,5 %) y en los meses de primavera. Esta categoría funcionó como opción intermedia, con buena recepción tanto de turistas nacionales como de viajeros en tránsito o en viajes de corta duración.

En el caso de los apart-hoteles, el promedio anual fue del 48,4 %, con mejor rendimiento en marzo (64,9 %), julio (61,8 %) y octubre (57,9 %). Su comportamiento sugiere una elección estratégica por parte de familias o públicos que priorizan estancias prolongadas y mayor autonomía en el alojamiento.

El grupo de hoteles de 1 y 2 estrellas y otros formatos, alcanzó una ocupación promedio del 43,7 %, evidenciando una fuerte estacionalidad, con registros altos en enero y julio, pero marcadas caídas durante el segundo semestre.

Por último, las cabañas fueron las que presentaron mayor oscilación mensual y la ocupación promedio más baja del año, con un 36,1 % general. No obstante, en enero (65,0 %) y febrero (64,1 %) alcanzaron valores similares a las categorías más demandadas, lo que confirma su orientación hacia el turismo familiar, estacional y de recreación en entornos naturales. Su bajo rendimiento en otoño e invierno —especialmente en mayo y septiembre— pone de manifiesto el desafío de diversificar su uso fuera de la temporada alta.



Fuente: elaboración a partir del sistema opts

CIERRE DEL CAPÍTULO

Los datos relevados para el año 2024 muestran una ocupación turística provincial moderada, con marcadas diferencias estacionales y territoriales. El Gran Mendoza mantuvo un rendimiento sostenido a lo largo del año, mientras que zonas como el Valle de Uco y el sur provincial evidenciaron una fuerte dependencia de la temporada alta. En cuanto a las categorías de alojamiento, los hoteles de mayor categoría presentaron una mejor performance promedio y menor estacionalidad, en contraste con segmentos como cabañas o alojamientos económicos, más expuestos a las variaciones de la demanda.

La comprensión detallada de estos patrones resulta fundamental para orientar el desarrollo de productos turísticos, optimizar la distribución de la demanda y fortalecer la sostenibilidad del destino. En este sentido, la ocupación deja de ser solo un dato operativo para convertirse en una herramienta de planificación turística a escala regional y provincial.



CAPÍTULO V

ESTADÍA

INTRODUCCIÓN

La duración promedio de la estadía constituye un indicador clave para el análisis del comportamiento turístico, al reflejar el tiempo de permanencia efectiva de los visitantes en el destino. Este parámetro influye directamente en el gasto total, la ocupación y la presión sobre los servicios, y permite estimar la profundidad del vínculo entre el turista y el territorio visitado.

Durante el año 2024, la estadía promedio en la provincia de Mendoza fue calculada en 5,7 días, a partir de los registros de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) y la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) del INDEC. El análisis se desarrolló según la residencia del visitante, su evolución interanual y la estacionalidad mensual, permitiendo identificar comportamientos diferenciados entre mercados y períodos.

ESTADÍA PROMEDIO POR RESIDENCIA

La duración de la estadía constituye un indicador clave para comprender el comportamiento de los distintos segmentos turísticos y su impacto económico en el destino. Durante el año 2024, la estadía promedio en la provincia de Mendoza fue estimada en 5,7 días, de acuerdo con datos relevados por la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVYTH) y la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) del INDEC.

Tabla n° 16. Estadía promedio por origen

Mes	Argentina	Brasil	Chile	Resto del Mundo	Promedio de Total
Enero	7,6	9,5	7,7	6,3	6,5
Febrero	6,5	6,4	6,7	5,8	5,9
Marzo	6,3	7,3	6,3	5,9	6,1
Abril	4,0	8,3	3,5	6,6	5,7
Mayo	3,7	7,9	3,3	5,2	4,5
Junio	3,8	7,5	3,3	6,6	5,7
Julio	6,5	8,2	6,4	7,0	5,7
Agosto	6,5	9,7	6,3	7,2	5,9
Septiembre	6,0	7,0	5,9	7,0	5,8
Octubre	4,2	7,1	3,9	6,0	6,0
Noviembre	4,3	7,3	4,0	5,7	5,6
Diciembre	4,5	6,9	4,2	5,6	5,5
Promedio 2024	5,3	7,8	5,1	6,2	5,7

Fuente: elaborado a partir EVYTH y ETI (INDEC)

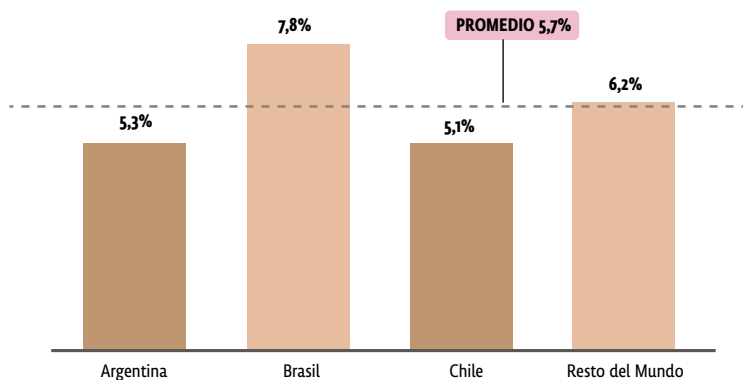
Tal como se observa en la Tabla n° 16, los turistas procedentes de Brasil registraron la estadía más prolongada, con un promedio anual de 7,8 días, superando ampliamente al resto de los mercados.

Los visitantes provenientes del Resto del Mundo —excluyendo Argentina, Chile y Brasil— tuvieron una estadía media de 6,2 días, también por encima del promedio general. En este grupo se incluye una diversidad de mercados emisores que, en muchos casos, planifican estancias más prolonga-

das en destinos como Mendoza, integrándose en circuitos regionales.

Por su parte, los turistas chilenos promediaron 5,1 días, con registros más altos durante el verano y el invierno, y caídas notorias en los meses intermedios. La cercanía geográfica y la frecuencia de visitas permiten estadías más breves, aunque repetidas a lo largo del año.

Los turistas argentinos, que constituyen el volumen más importante de visitantes, alcanzaron una estadía media de 5,3 días, con máximos en enero (7,6) y julio (6,5), coincidiendo con los períodos de vacaciones escolares y mayor movilidad interna. Durante el resto del año, se observaron descensos significativos, especialmente entre abril y junio.



Fuente: elaboración a partir EVYTH y ETI (INDEC)

EVOLUCIÓN INTERANUAL DE LA ESTADÍA PROMEDIO. COMPARATIVO 2023 VS. 2024

Durante el año 2024, la estadía promedio de los turistas en la provincia de Mendoza experimentó un incremento general del 12,6 %, al pasar de 5,1 días en 2023 a 5,7 días. El dato fue elaborado a partir de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVYTH) y la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) del INDEC, con desagregación por lugar de residencia.

Tabla nº 17. Estadía promedio por origen

País/año	2023	2024	Variación %
Argentina	4,9	5,3	8,67%
Brasil	6,2	7,8	25,13%
Chile	5,3	5,1	-3,30%
Resto del Mundo	7,8	6,2	-19,98%
Promedio de Total	5,1	5,7	12,58%

Fuente: elaborado a partir EvyTH y ETI (INDEC)

Los turistas brasileños registraron la mayor variación positiva, con un aumento del 25,1 %, pasando de 6,2 a 7,8 días. También se observó un crecimiento en la estadía promedio de los turistas argentinos, que pasó de 4,9 a 5,3 días (+8,7 %), y en el promedio general, que alcanzó 5,7 días.

Por el contrario, los visitantes procedentes de Chile redujeron su estadía promedio de 5,3 a 5,1 días (-3,3 %), mientras que el grupo correspondiente al Resto del Mundo mostró un descenso más marcado, pasando de 7,8 a 6,2 días, lo que representa una variación negativa del 20 %.

EVOLUCIÓN DE LA ESTADÍA PROMEDIO POR AÑO Y ORIGEN

El análisis de la estadía promedio por año y lugar de residencia permite observar la evolución de los patrones de permanencia turística en la provincia de Mendoza entre 2016 y 2024. Los datos fueron elaborados a partir de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EvyTH) y la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) del INDEC, integrando tanto turismo interno como receptivo.

Tabla nº 18. Evolución estadía

Año	2016	2017	2018	2019	2022	2023	2024
Argentina	5,2	5,2	4,9	4,9	4,6	4,9	5,3
Brasil	-	-	5,1	5,2	6,9	6,2	7,8
Chile	4,8	4,9	5	5	7,8	5,3	5,1
Resto del Mundo	7,2	7,2	9,9	10	11,2	7,8	6,2
Total	5,7	5,6	5,5	5,6	5,1	5,1	5,7

Fuente: elaborado a partir EvyTH y ETI (INDEC)

A nivel general, la estadía promedio se mantuvo estable entre 2016 y 2019, con valores cercanos a 5,6 días, antes de registrar un descenso en 2022 (5,1 días) y una recuperación progresiva en los años siguientes, alcanzando 5,7 noches en 2024, el valor más alto del período post pandemia.

En el caso de los turistas argentinos, se observó una estadía relativamente constante entre 2016 y 2019 (5,2 a 4,9 días), con una baja en 2022 (4,6) y una posterior suba sostenida hasta 5,3 noches en 2024, superando los niveles anteriores.

Los visitantes de Brasil, cuyos datos se registran a partir de 2018, pasaron de 5,1 días ese año a 7,8 noches en 2024, con incrementos anuales que se mantuvieron constantes a lo largo del período.

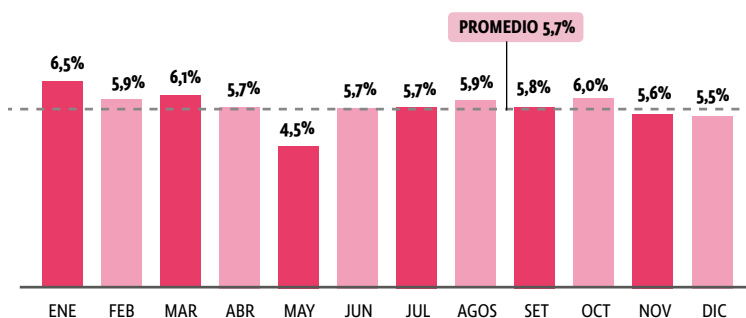
En cuanto a los turistas procedentes de Chile, la estadía promedio se mantuvo estable entre 2016 y 2019 (alrededor de 5 días), con un pico en 2022 (7,8 días) y una caída posterior a 5,1 en 2024, retornando a valores previos.

Por su parte, el grupo identificado como Resto del Mundo presentó los valores más elevados del período, alcanzando un máximo de 11,2 días en 2022, seguido de una reducción continua hasta llegar a 6,2 días en 2024. A pesar de la caída, esta cifra continúa siendo superior al promedio general.

Esta evolución permite visualizar diferencias estructurales en la duración de la estadía según el origen, así como los cambios producidos en la etapa post pandemia, con una recuperación generalizada en 2023 y 2024.

ESTACIONALIDAD DE LA ESTADÍA PROMEDIO

Durante el año 2024, la estadía promedio de los turistas en la provincia de Mendoza presentó una moderada variabilidad mensual, con valores que oscilaron entre 4,5 y 6,5 días, según los datos relevados por el sistema EVYTH y ETI. El promedio anual se ubicó en 5,7 días, con registros por encima de ese valor durante buena parte del primer cuatrimestre y en determinados meses del segundo semestre.



Como se ve en el gráfico N°14, los niveles más altos fueron observados en enero (6,5 días), seguido por marzo (6,1) y octubre (6,0). Estos períodos se caracterizaron por una permanencia más prolongada de los turistas, superando el promedio general.

Por el contrario, la estadía más breve fue registrada en mayo (4,5 días), mientras que diciembre (5,5) y noviembre (5,6) mostraron valores levemente inferiores a la media. El resto de los meses se mantuvo en una franja relativamente estable, entre 5,7 y 5,9 días, sin presentar oscilaciones marcadas.

Estos resultados permiten afirmar que, si bien existen diferencias mensuales, la estacionalidad de la estadía promedio ha sido baja, con un comportamiento relativamente equilibrado a lo largo del año. Este dato aporta elementos positivos desde el punto de vista de la distribución temporal del turismo, contribuyendo a un uso más continuo de los servicios turísticos y una mejor planificación operativa del sector.

CIERRE DEL CAPÍTULO

Los datos presentados para el año 2024 permiten observar una leve recuperación en la duración promedio de las estadías, con mejoras respecto a años anteriores en varios segmentos, particularmente en el mercado interno y en turistas procedentes de Brasil. Si bien se mantuvieron diferencias por origen, la



variación anual reflejó un comportamiento estable, sin picos extremos ni caídas abruptas.

La estacionalidad de la estadía mostró oscilaciones moderadas, lo que representa un signo positivo en términos de continuidad del flujo turístico y uso equilibrado de los recursos. El monitoreo sistemático de este indicador seguirá siendo esencial para evaluar la calidad del destino, orientar estrategias de permanencia y optimizar el rendimiento económico del turismo en todo el territorio provincial.

CAPÍTULO VI

GASTO PROMEDIO DIARIO

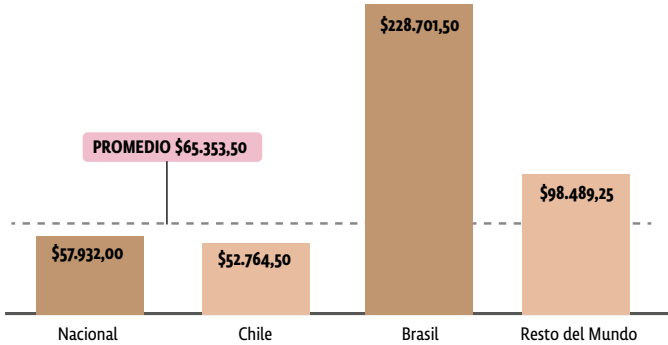
INTRODUCCIÓN

El análisis del gasto turístico constituye una herramienta clave para estimar el impacto económico de la actividad en el territorio, permitiendo caracterizar los patrones de consumo según el origen del visitante y la duración de su estadía. Durante el año 2024, los valores de gasto fueron relevados mediante el sistema OPTS y expresados en pesos equivalentes al cuarto trimestre, con el fin de garantizar la comparabilidad entre segmentos y períodos.

Este capítulo presenta la estimación del gasto promedio diario por persona según lugar de residencia, su conversión a dólares con base en el tipo de cambio MEP, y el cálculo del gasto total por estadía, incorporando además un promedio ponderado general. La información desagregada permite dimensionar con precisión el aporte relativo de cada mercado emisor al circuito económico del turismo en Mendoza.

GASTO PROMEDIO DIARIO POR LUGAR DE RESIDENCIA

Durante el año 2024, el gasto promedio diario por persona fue estimado en función del lugar de residencia del visitante. Los valores fueron expresados en pesos equivalentes al cuarto trimestre de 2024, a fin de garantizar la comparabilidad entre segmentos.



Fuente: elaboración propia opt's

Según lo presentado en el Gráfico N.º 15, el gasto promedio general alcanzó los \$65.353,50 diarios por persona. Este valor fue superado ampliamente por los turistas provenientes de Brasil, cuyo gasto diario ascendió a \$228.701,50, representando el monto más elevado entre todos los mercados emisores.

El grupo denominado Resto del Mundo registró un gasto de \$98.489,25, también por encima del promedio general. En cambio, los turistas nacionales y los procedentes de Chile mostraron niveles inferiores al promedio, con \$57.932,00 y \$52.764,50 respectivamente.

La información permite observar diferencias cuantificables entre mercados emisores, que son consideradas para el análisis del perfil del visitante y el cálculo del impacto económico vinculado al turismo receptivo.

El gasto promedio diario por persona también fue estimado en dólares estadounidenses, utilizando como referencia la coti-

zación promedio anual del dólar MEP, dólar de libre disponibilidad durante 2024, por eso se toma como referencia

Tabla N° 19. Gasto promedio en dólares por origen para 2024

Origen	Gasto promedio en dólares
Nacional	\$39,75
Chile	\$35,50
Brasil	\$153,00
Resto	\$66,25
Total	\$44,50

Fuente: elaboración propia OPTS

Tal como se detalla en la Tabla N° 19, el gasto promedio general en 2024 fue de USD 44,50 diarios por persona. El valor más elevado proviene de los turistas de Brasil, con un gasto promedio de USD 153,00, seguido por turistas del resto del mundo, con USD 66,25.

En el caso de los turistas nacionales, el gasto diario fue estimado en USD 39,75, mientras que el segmento de Chile presentó el nivel más bajo, con USD 35,50 diarios.

GASTO TOTAL DE LA ESTADÍA POR ORIGEN

Durante el año 2024, el gasto total de la estadía, para cada grupo de turistas según su lugar de residencia, considerando la duración promedio del viaje. Los montos fueron expresados en pesos equivalentes al cuarto trimestre de 2024, a fin de garantizar la consistencia comparativa entre segmentos.

**Tabla n° 20. Gasto promedio por estadía
y origen en pesos equivalentes a 4° Trimestre 2024**

Origen	Gasto estadía
Nacional	260.620
Chile	402.077
Brasil	1.364.023
Resto del mundo	1.405.716
Promedio ponderado	372.007
Fuente: elaboración propia OPTS	

La Tabla n° 20 presenta el gasto promedio por estadía más elevado fue registrado en el grupo Resto del Mundo, con un total de \$1.405.716, seguido por los turistas provenientes de Brasil, con \$1.364.023. Estos valores reflejan estadías más prolongadas y niveles de gasto diario significativamente superiores al promedio.

En cuanto al turismo regional, el gasto total por estadía entre los turistas chilenos fue estimado en \$402.077, mientras que el correspondiente a los turistas nacionales alcanzó los \$260.620.

El promedio ponderado para el total de visitantes se ubicó en \$372.007. Esta información complementa el análisis del gasto diario y permite dimensionar el impacto económico asociado.

CIERRE DEL CAPÍTULO

Los datos relevados durante el año 2024 permiten observar diferencias significativas en los niveles de gasto según la procedencia del visitante. Mientras los turistas nacionales y regionales presentan valores diarios más moderados, los visitantes provenientes de Brasil y del Resto del Mundo registran montos considerablemente más altos, tanto en términos diarios como en el total de la estadía, confirmando así la tendencia de crecimiento del mercado brasileño y evidenciando que el resto del mundo se está recuperando a niveles similares a los previos a la pandemia.

El gasto promedio por persona por día se estimó

en \$65.353,50, y el promedio ponderado por estadía fue de \$372.007, valores que permiten proyectar el impacto económico de los flujos turísticos en la provincia. La incorporación de indicadores expresados en dólares, ajustados por tipo de cambio financiero, brinda adicionalmente un marco de referencia para analizar la competitividad del destino en el contexto regional.



CAPÍTULO VII

INGRESO DE TURISTAS A LA PROVINCIA DE MENDOZA

INTRODUCCIÓN

El análisis del ingreso de turistas constituye uno de los ejes centrales para la evaluación del desempeño turístico de la provincia. Este indicador permite dimensionar el volumen de visitantes que acceden al destino a lo largo del año, identificar variaciones mensuales, desagregar por lugar de residencia y observar tendencias en la participación de mercados emisores.

Durante el año 2024, fueron registrados 3.621.542 turistas en la provincia de Mendoza, según datos elaborados por el sistema OptS. El 85 % del total correspondió a turistas residentes en Argentina, mientras que el 15 % restante estuvo compuesto por visitantes internacionales, con presencia destacada de Chile, Brasil y el Resto del Mundo.

En este capítulo se presenta la distribución mensual del ingreso, el comportamiento por lugar de procedencia y la evo-

lución interanual de cada segmento entre 2018 y 2024, permitiendo evaluar los cambios en la estructura del turismo receptivo provincial.

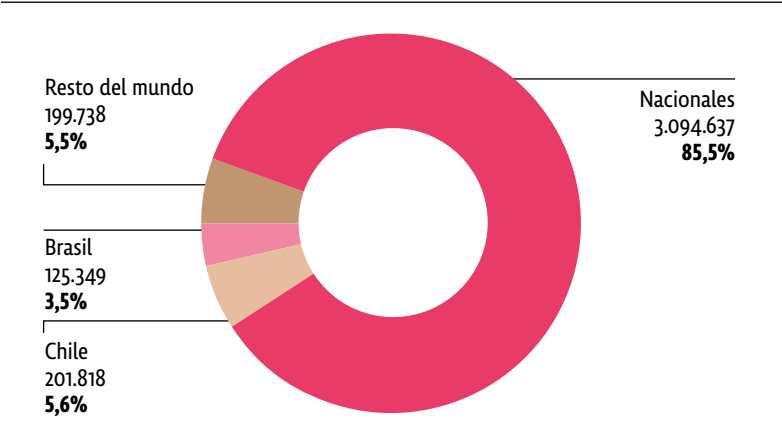
CANTIDAD DE TURISTAS POR LUGAR DE RESIDENCIA

Durante el año 2024, el turismo en la provincia de Mendoza continuó mostrando una marcada predominancia del mercado nacional. Según datos procesados por el sistema OPTS, fueron contabilizados un total de 3.638.542 turistas, de los cuales el 85,5 % correspondió a residentes en Argentina, es decir, 3.094.637 visitantes.

Entre los mercados internacionales, Chile ocupó el primer lugar, con 201.818 turistas, representando el 5,6 % del total. Le siguió el Resto del Mundo con 199.738 visitantes (5,5 %) y Brasil, con 125.349 ingresos turísticos, lo que equivale al 3,5 %.

Tal como se observa en el Gráfico N°16, la distribución del origen de los turistas refleja una clara dependencia del turismo nacional, con una participación menor pero relevante de países limítrofes y emisores internacionales.

Ingreso de turistas a Mendoza por origen. 2024



Fuente: elaboración propia OPTS

Durante el año 2024, el ingreso mensual de turistas a la provincia mostró variaciones de volumen a lo largo del año, mantenién-

dose la preponderancia del turismo nacional en todos los meses.

El mayor flujo turístico fue registrado en julio, con un total de 411.834 turistas, de los cuales 374.737 fueron residentes en Argentina, acompañados por 11.818 turistas chilenos, 14.241 brasileños y 11.038 provenientes del resto del mundo. También se destacó el mes de enero, con 381.352 turistas, y noviembre, con 358.652.

Durante el primer semestre, los valores mensuales oscilaron entre 236.075 y 381.352 turistas, mientras que en el segundo semestre se registraron cifras más elevadas en julio, octubre y noviembre. Los meses de menor ingreso fueron diciembre (213.375 turistas) y agosto (224.401).

El turismo chileno presentó picos en febrero (30.827 turistas) y diciembre (22.045), mientras que Brasil alcanzó su mayor volumen en julio (14.241 turistas). Por su parte, el grupo identificado como Resto del Mundo superó los 20.000 visitantes en marzo, febrero, noviembre y diciembre.

Tabla nº21. Turistas por origen

Mes	Nacionales	Chile	Brasil	Resto	Total turistas
Enero	330.673	21.446	10.869	18.364	381.352
Febrero	298.983	30.827	9.039	20.452	359.301
Marzo	266.426	20.713	9.466	25.079	321.684
Abril	238.858	15.266	9.327	19.968	283.419
Mayo	202.057	12.967	12.137	14.751	241.912
Junio	206.839	5.876	11.296	12.064	236.075
Julio	374.737	11.818	14.241	11.038	411.834
Agosto	193.120	8.910	11.357	11.014	224.401
Septiembre	214.970	14.140	12.225	13.548	254.883
Octubre	295.184	14.878	9.943	14.650	334.655
Noviembre	308.093	22.932	9.152	18.475	358.652
Diciembre	164.698	22.045	6.297	20.335	213.375
Total	3.094.637	201.818	125.349	199.738	3.621.542

Fuente: elaboración propia OPTS

La Tabla nº 21 permite observar la distribución mensual del ingreso de turistas según lugar de residencia, mostrando que el turismo nacional representó la mayor proporción en todos

los meses del año, acompañado por flujos internacionales de menor volumen, pero con presencia constante a lo largo del período.

EVOLUCIÓN INGRESO DE TURISTAS POR LUGAR DE RESIDENCIA – PERÍODO 2018–2024

Entre los años 2018 y 2024, el ingreso de turistas a la provincia de Mendoza registró variaciones significativas, con una caída abrupta durante el período de pandemia (2020–2021) y una recuperación parcial y desigual en los años posteriores. La información ha sido elaborada a partir de registros del sistema OptS.

En 2024, se contabilizaron 3.621.542 turistas, lo que representó una disminución del 5 % en relación con el año anterior. El turismo nacional continuó siendo el principal componente del flujo turístico, con 3.094.637 visitantes y una participación del 85 %, con una caída interanual también del 5 %.

El turismo internacional presentó comportamientos diferenciados según el país de origen. El ingreso de turistas chilenos fue de 201.818 personas, lo que significó una baja del 29 % respecto a 2023. Esta reducción estuvo asociada, en parte, a un tipo de cambio menos favorable para el turismo emisor chileno, que desincentivó los viajes de corto plazo vinculados al consumo, una motivación que había sido particularmente fuerte durante 2022 y 2023 en viajes de compra.

Por el contrario, el turismo brasileño mostró una evolución positiva, con 125.349 turistas registrados y una variación interanual del 14 %, alcanzando una participación del 3,5 %. De igual modo, el grupo clasificado como Resto del Mundo creció también un 14 %, con 199.738 turistas y una participación del 5,5 % sobre el total anual.

Tabla N°22. Ingreso de turistas a la provincia de Mendoza

Variación interanual y participación en el total, por lugar de residencia. Periodo 2018 a 2024

Año	Argentina			Chile			Brasil			Resto del mundo			Total	
	Cant.	Var. anual	% total	Cant.	Var. anual	% total	Cant.	Var. anual	% total	Cant.	Var. anual	% total	Cant.	Var. anual
2018	3.147.132		84%	270.097		7,20%	89.086		2,40%	252.005		6,70%	3.758.320	
2019	3.116.388	-1%	82%	306.258	13%	8,00%	107.893	21%	2,80%	284.896	13%	7,50%	3.815.435	2%
2020	921.506	-70%	82%	102.194	-67%	9,10%	22.255	-79%	2,00%	80.715	-72%	7,20%	1.126.670	-70%
2021	2.482.078	169%	99%	10.451	-90%	0,40%	3.049	-86%	0,10%	13.139	-84%	0,50%	2.508.717	123%
2022	3.116.948	26%	89%	193.015	1747%	5,50%	67.012	2098%	1,90%	139.933	965%	4,00%	3.516.908	40%
2023	3.252.875	4%	85%	283.836	47%	7,40%	110.362	65%	2,90%	175.167	25%	4,60%	3.822.240	9%
2024	3.094.637	-5%	85%	201.818	-29%	5,57%	125.349	14%	3,46%	199.738	14%	5,52%	3.621.542	-5%

Fuente: elaboración propia Opts

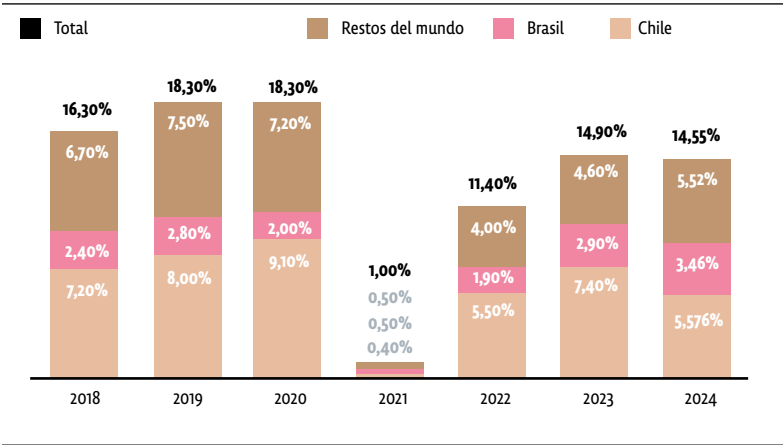
La Tabla N° 22 muestra que, si bien el volumen total de turistas en 2024 continuó siendo alto, la estructura del ingreso experimentó ajustes en la composición regional, especialmente con una retracción del mercado chileno y un crecimiento moderado en mercados de media y larga distancia.

Este seguimiento interanual permite observar cómo los factores macroeconómicos y cambiarios pueden incidir en los patrones de movilidad internacional, y ofrece información clave para anticipar escenarios de recuperación y definir estrategias específicas para cada mercado.

EL TURISMO INTERNACIONAL EN LA PROVINCIA DE MENDOZA

En la Gráfica 17 se observa la evolución en la participación de los turistas internacionales en la provincia de Mendoza, discriminando por lugar de residencia, para el periodo 2018 a 2024.

Evolucion turistas internacionales por origen



CIERRE DEL CAPÍTULO

Los datos analizados para el año 2024 reflejaron una leve disminución en el ingreso total de turistas respecto al año anterior, con una retracción del turismo nacional y una participación internacional que mantuvo niveles estables en términos agregados, pero con cambios internos significativos.

Se destaca el descenso en el flujo proveniente de Chile, en un contexto de menor competitividad cambiaria para ese mercado, frente al crecimiento moderado del turismo brasileño y del grupo identificado como Resto del Mundo.

La estructura general del ingreso turístico provincial se mantuvo centrada en el mercado interno, lo que refuerza la importancia de sostener estrategias de fidelización y diversificación de productos para ese segmento, al tiempo que se plantean oportunidades para la recuperación y expansión de los flujos internacionales.

Este seguimiento territorial y temporal del ingreso de turistas constituye una herramienta fundamental para la planificación, la promoción estratégica y la evaluación de políticas públicas en el sector turístico de Mendoza.



CAPÍTULO VIII

CONECTIVIDAD AÉREA

INTRODUCCIÓN

La conectividad aérea constituye un componente central en la estructura del turismo, al facilitar el acceso rápido y directo a los destinos, favorecer la integración territorial y ampliar la escala de los mercados emisores. En la provincia de Mendoza, el sistema de transporte aéreo es operado principalmente a través del Aeropuerto Internacional Gobernador Francisco Gabrielli (El Plumerillo) y, en menor medida, del Aeropuerto Suboficial Ayudante Santiago Germano, en San Rafael.

Durante el año 2024, la conectividad aérea hacia Mendoza incluyó 7.285 arribos de cabotaje y 2.210 arribos internacionales, que en conjunto representan el arribo de más de 1,17 millones de pasajeros, manteniéndose la provincia como uno de los principales destinos del interior del país en términos de movimiento de pasajeros.

Este capítulo presenta la caracterización mensual de los vuelos, los niveles de ocupación, la participación por línea

aérea, la evolución del tráfico en los aeropuertos provinciales y el posicionamiento de Mendoza dentro del sistema nacional de transporte aéreo.

VUELOS DE CABOTAJE POR ORIGEN

Durante el año 2024, el aeropuerto internacional de Mendoza recibió un total de 7.285 vuelos de cabotaje, que transportaron a 877.678 pasajeros provenientes de distintos destinos del país.

Tabla nº 23. Vuelos de cabotaje por origen

Origen	Vuelos	Pasajeros	Participación %
Aeroparque	4.513	589968	67,22%
Ezeiza	911	101785	11,60%
Córdoba	623	68180	7,77%
Bariloche	218	29000	3,30%
Salta	256	28214	3,21%
Neuquén	312	26080	2,97%
Rosario	153	12663	1,44%
Mar del Plata	102	8366	0,95%
Tucumán	88	7327	0,83%
Jujuy	66	5109	0,58%
El Portón	43	986	0,11%
Total 2024	7.285	877.678	100,00%

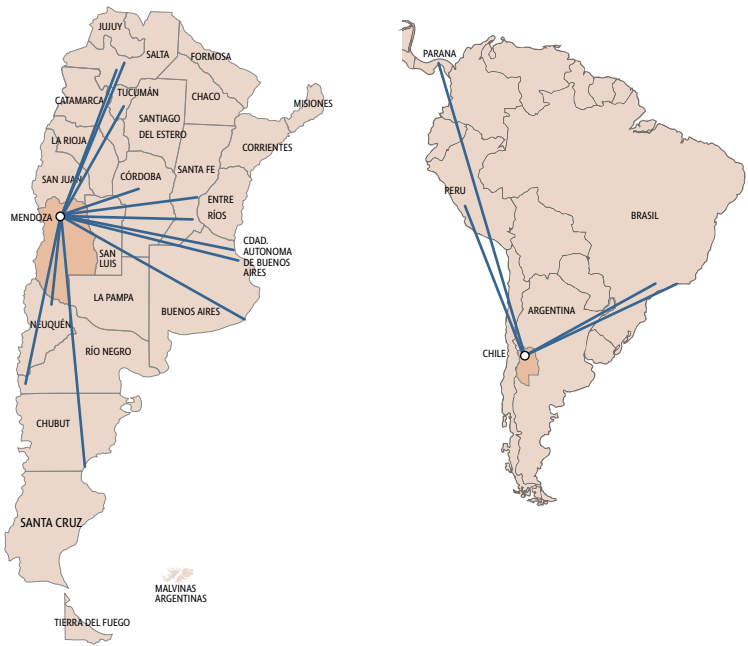
Fuente: elaboración propia OPTS

Según se detalla en la Tabla nº 23, el Aeroparque Jorge Newbery fue el origen del 67,2 % de los pasajeros de vuelos de cabotaje, con 4.513 vuelos y 589.968 pasajeros transportados. A ello se sumaron los 911 vuelos desde Ezeiza, que aportaron 101.785 pasajeros (11,6 %), lo que refuerza el predominio del corredor Buenos Aires–Mendoza como principal vía de conexión aérea.

Entre los restantes orígenes, se destacaron Córdoba con 68180 pasajeros (7,8 %), Bariloche con 29.000 (3,3 %) y Salta con 28.214 (3,2 %). También se registraron vuelos regulares

desde Neuquén, Rosario, Mar del Plata, Tucumán, Jujuy y El Portón, aunque con volúmenes significativamente menores.

Esta distribución evidencia una alta centralización de la conectividad aérea nacional en el AMBA, junto a una red secundaria que enlaza Mendoza con otros centros turísticos y ciudades del interior del país. La participación creciente de destinos regionales permite ampliar el acceso al destino desde mercados intermedios, diversificando los puntos de origen y fortaleciendo la articulación territorial del turismo en Argentina.



VUELOS INTERNACIONALES POR ORIGEN

En el año 2024, la provincia de Mendoza estuvo conectada de forma directa con cinco destinos internacionales, mediante un total de 2.210 vuelos, que transportaron a 295.865 pasajeros. Esta conectividad aérea internacional fue operada principalmente a través del Aeropuerto Internacional Gobernador Francisco Gabrielli, posicionando a Mendoza como uno de los principales nodos aéreos del interior argentino con proyección regional.

Tabla n° 24. Vuelos internacionales por origen

Origen	Vuelos	Pasajeros	Participación %
Santiago de Chile	1131	153674	51,18%
San Pablo -Guarulhos	499	69325	22,58%
Panamá-Tocumen	301	37899	13,62%
Lima	265	33027	11,99%
Río de Janeiro	14	1940	0,63%
Total 2024	2.210	295.865	100,00%

Fuente: elaboración propia opts

Tal como se presenta en la Tabla n° 24, la mayor cantidad de pasajeros internacionales tuvo origen en Santiago de Chile, con 1.131 vuelos y 153.674 pasajeros, lo que representó el 51,2 % del total. Esta ruta se consolidó nuevamente como el principal puente aéreo entre Mendoza y el exterior, tanto por su cercanía geográfica como por su frecuencia operativa.

En segundo lugar, se ubicó San Pablo (Guarulhos), con 499 vuelos y 69.325 pasajeros, equivalente al 22,6 % del total de pasajeros internacionales. Le siguió Panamá (Tocumen), con 301 vuelos y 37.899 pasajeros (13,6 %), ruta que funcionó como conexión con Centroamérica y el Caribe, así como con otros destinos intercontinentales.

Desde Lima, se registraron 265 vuelos y 33.027 pasajeros, representando el 12 % del total, mientras que Río de Janeiro aportó 1.940 pasajeros en 14 vuelos, con una participación marginal del 0,6 %.

VUELOS DE CABOTAJE POR MES

Durante el año 2024, la provincia de Mendoza recibió un total de 7.285 vuelos de cabotaje, con un promedio de 139 frecuencias semanales. En conjunto, se ofrecieron 1.045.986 asientos, de los cuales fueron utilizados 877.678, lo que arrojó un porcentaje de ocupación promedio del 84 %.

La distribución mensual de los vuelos mostró cierta regularidad a lo largo del año, con leves variaciones entre meses. En el mes de diciembre se registró el mayor número de vuelos,

con 749 operaciones, junto con la mayor cantidad de asientos ofrecidos (116.518) y de pasajeros transportados (93.453). Le siguieron noviembre (676 vuelos) y julio (618 vuelos), meses en los que también se observaron cifras elevadas de pasajeros.

En el primer trimestre del año, los valores se mantuvieron estables. En enero, se registraron 608 vuelos, con 83.809 asientos y 72.645 pasajeros, con una ocupación del 87 %. Febrero presentó 563 vuelos, 78.312 asientos y 67.369 pasajeros, con una ocupación del 86 %. Marzo, por su parte, alcanzó 630 vuelos, con 89.006 asientos y 76.979 pasajeros, manteniéndose la ocupación también en el 86 %.

Durante el segundo trimestre, los valores se redujeron levemente. Abril registró 589 vuelos, con 67.706 pasajeros y una ocupación del 81 %. En mayo, se contabilizaron 541 vuelos, con 63.350 pasajeros (82 % de ocupación), mientras que junio alcanzó los valores más bajos del período, con 529 vuelos, 75.147 asientos y 61.325 pasajeros, manteniendo la ocupación en el 82 %.

En el tercer trimestre, julio recuperó los niveles de alta demanda, con 85.366 asientos ofrecidos y 72.140 pasajeros transportados, lo que representó una ocupación del 85 %. Agosto contabilizó 588 vuelos, con una ocupación del 81 %, mientras que septiembre presentó una mejora relativa en la eficiencia, con 565 vuelos y una ocupación del 87 %.

Hacia el final del año, octubre y noviembre mostraron un repunte sostenido. En octubre, se registraron 629 vuelos y 81.364 pasajeros, con una ocupación del 86 %, mientras que noviembre se destacó por tener el mayor número de pasajeros transportados después de diciembre, con 86.753 personas y un total de 102.094 asientos ofrecidos.

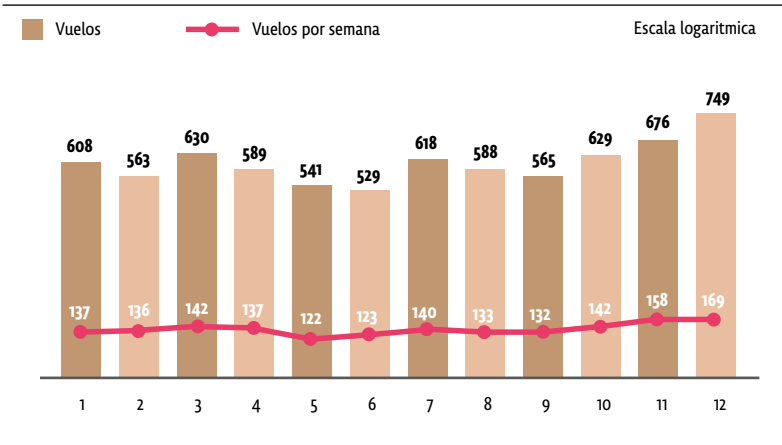
Tabla n° 25. Vuelos de cabotaje por mes

Mes	Vuelos	Vuelos por semana	Asientos	Pasajeros	% ocupación
1	608	137	83.809	72.645	87%
2	563	136	78.312	67.369	86%
3	630	142	89.006	76.979	86%
4	589	137	83.576	67.706	81%
5	541	122	77.669	63.350	82%
6	529	123	75.147	61.325	82%
7	618	140	85.366	72.140	85%
8	588	133	81.942	66.708	81%
9	565	132	78.117	67.886	87%
10	629	142	94.430	81.364	86%
11	676	158	102.094	86.753	85%
12	749	169	116.518	93.453	80%
T. 2024	7.285	139	1.045.986	877.678	84%

Fuente: elaboración propia opts

La Tabla n° 25 da cuenta de una operación aérea interna estable a lo largo de todo el año, con porcentajes de ocupación elevados en prácticamente todos los meses y un volumen de frecuencias que permitió sostener la conectividad regular entre Mendoza y los principales centros emisores del país.

Vuelos de cabotaje por mes y por semana



Fuente: elaboración propia opts

VUELOS INTERNACIONALES POR MES

Durante el año 2024, se registraron en la provincia de Mendoza 2.210 vuelos internacionales, con un promedio de 24 frecuencias semanales. En total, fueron ofrecidos 382.498 asientos, de los cuales fueron utilizados 295.864, lo que representó un promedio anual de ocupación del 77 %.

El mayor número de vuelos se concentró en el tercer trimestre del año, destacándose julio (221 vuelos), agosto (216) y septiembre (211). En estos meses también se observaron los valores más altos en cuanto a asientos ofrecidos, con 38.335, 37.143 y 36.408 respectivamente. La ocupación fue más baja en agosto (66 %) y septiembre (69 %), mientras que en julio alcanzó el 75 %.

Durante el primer trimestre, se registró una operación estable con entre 159 y 180 vuelos mensuales, y niveles de ocupación del 78 % en enero, 82 % en febrero y 71 % en marzo, este último el más bajo del año.

En el segundo trimestre, los vuelos oscilaron entre 164 y 174 mensuales, con mejoras progresivas en los porcentajes de ocupación: 79 % en abril, 80 % en mayo y 84 % en junio, uno de los niveles más altos del año.

En el último trimestre, la ocupación se mantuvo elevada. En octubre, se alcanzó nuevamente un 84 %, con 195 vuelos y 28.374 pasajeros transportados. En noviembre, la ocupación fue del 83 %, y en diciembre, del 82 %, con más de 25.000 pasajeros mensuales en ambos casos.



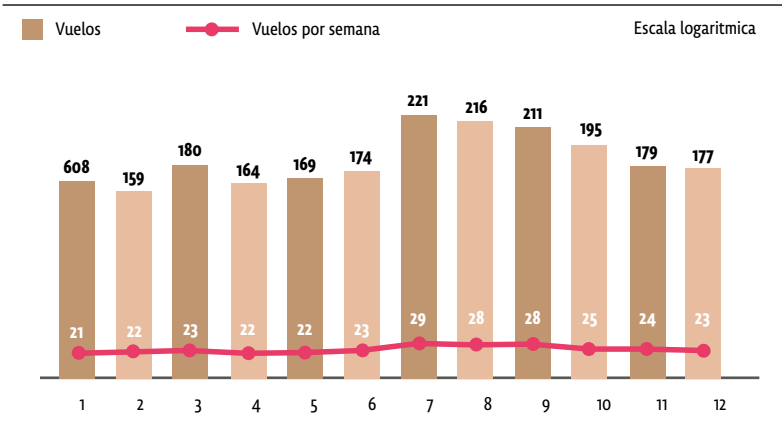
Tabla nº 26. Vuelos internacionales por mes

Mes	Vuelos	Vuelos por sem.	Asientos	Pasajeros	% ocupación
1	165	21	28130	21815	78%
2	159	22	27168	22411	82%
3	180	23	30626	21818	71%
4	164	22	27732	21776	79%
5	169	22	29508	23462	80%
6	174	23	30319	25356	84%
7	221	29	38335	28882	75%
8	216	28	37143	24531	66%
9	211	28	36408	24943	69%
10	195	25	33824	28374	84%
11	179	24	31829	26554	83%
12	177	23	31476	25942	82%
Total 2024	2210	24	382498	295864	77%

Fuente: elaboración propia opts

Tal como se presenta en la Tabla nº 26, la conectividad internacional aérea de Mendoza mostró una distribución sostenida durante todo el año, con variaciones mensuales moderadas y porcentajes de ocupación que, en general, se mantuvieron por encima del 75 %, lo que refleja una utilización eficiente de la capacidad aérea disponible en los servicios internacionales regulares.

Vuelos internacionales por mes y por semana

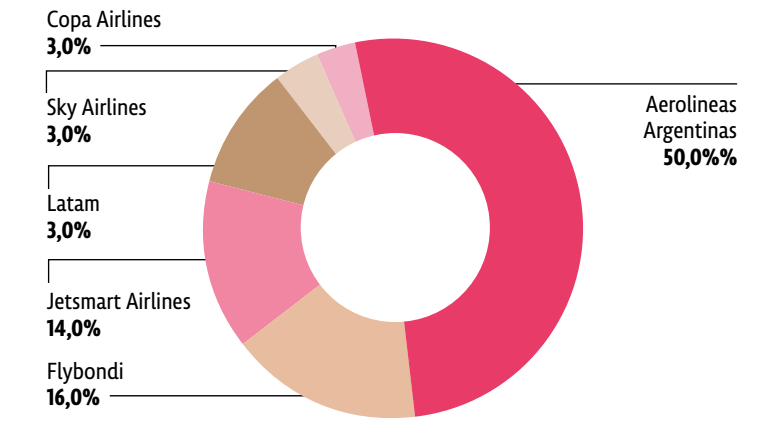


Fuente: elaboración propia opts

PARTICIPACIÓN POR LÍNEA AÉREA

Durante el año 2024, la operación aérea de pasajeros hacia y desde la provincia de Mendoza fue cubierta por diversas compañías, tanto nacionales como extranjeras. El gráfico N° 21 muestra que la mayor participación correspondió a Aerolíneas Argentinas, que concentró el 50 % del total, consolidándose como la principal operadora en vuelos de cabotaje e internacionales.

Pasajeros y asientos en vuelos internacionales por mes



Fuente: elaboración propia opts

Entre las líneas aéreas de bajo costo, Flybondi alcanzó una participación del 16 %, mientras que Jetsmart Airlines registró el 14 %. En conjunto, estas dos compañías representaron el 30 % del total de pasajeros transportados, con fuerte presencia en rutas nacionales.

En cuanto a las aerolíneas internacionales, Latam operó el 10 % del volumen total, seguida por Sky Airline (4 %), Copa Airlines (3 %) y Gol (2 %). El resto de las empresas, agrupadas bajo la categoría «otras», aportó en conjunto el 1 %.

La participación por línea aérea durante el año permitió identificar una alta concentración en un grupo reducido de operadores, encabezado por la aerolínea de bandera y acompañado por empresas de bajo costo, mientras que el resto del tráfico fue

distribuido entre compañías regionales e internacionales con menor volumen de operaciones.

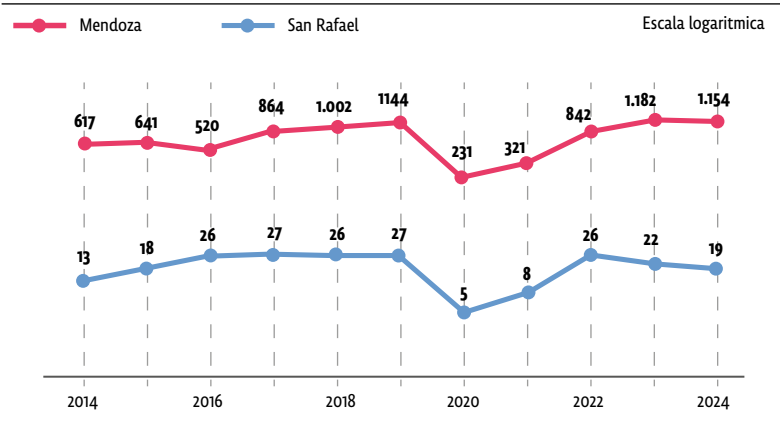
EVOLUCIÓN DEL MOVIMIENTO DE PASAJEROS – AEROPUERTOS DE MENDOZA Y SAN RAFAEL

Entre los años 2014 y 2024, fue registrada una evolución diferenciada en el movimiento de pasajeros en los dos aeropuertos que operan vuelos comerciales regulares en la provincia de Mendoza: el Aeropuerto Internacional Gobernador Francisco Gabrielli (El Plumerillo) y el Aeropuerto Suboficial Ayudante Santiago Germano, en San Rafael.

En el caso del aeropuerto de Mendoza, se observó un crecimiento sostenido entre 2014 y 2019, con un ascenso de 617 mil a 1.144 mil pasajeros. En 2020, como consecuencia de las restricciones derivadas de la pandemia, el tráfico cayó abruptamente a 231 mil pasajeros, iniciando una recuperación progresiva en los años siguientes. El mayor volumen del período se alcanzó en 2023, con 1.182 mil pasajeros registrados, mientras que en 2024 la cifra descendió levemente a 1.154 mil, manteniéndose en valores altos y estables.

En cuanto al aeropuerto de San Rafael, el volumen de pasajeros fue significativamente menor. Entre 2014 y 2019 se mantuvo entre 13 mil y 27 mil pasajeros anuales, con valores máximos en 2017, 2018 y 2019 (27 mil pasajeros). La caída en 2020 fue también pronunciada, con solo 5 mil pasajeros, y la recuperación posterior fue parcial. En 2024, se registraron 19 mil pasajeros, cifra inferior a los niveles observados antes de la pandemia.

Participacion de Mendoza en el pais en movimiento de pasajeros



Tal como se visualiza en el Gráfico N° 22, la infraestructura aérea provincial muestra una concentración clara del movimiento en el aeropuerto de Mendoza, mientras que San Rafael opera con volúmenes más acotados. La trayectoria reciente de ambos aeropuertos confirma el patrón general del sistema aéreo nacional: expansión sostenida hasta 2019, caída abrupta en 2020 y una recuperación paulatina, con picos post-pandemia en 2023.

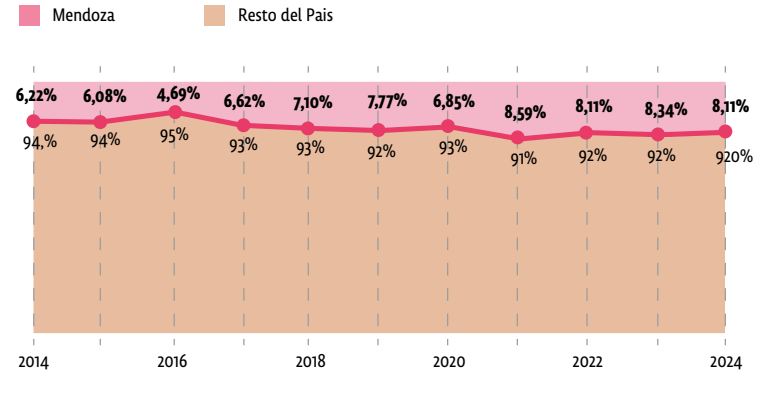
PARTICIPACIÓN DE MENDOZA EN EL MOVIMIENTO DE PASAJEROS DEL TRANSPORTE AÉREO NACIONAL

Durante el período 2014–2024, la provincia de Mendoza mantuvo una participación constante y en ascenso dentro del movimiento total de pasajeros del sistema aéreo nacional. Según datos elaborados por el sistema opts, fue registrada una participación promedio anual de entre 6,2 % y 8,6 %, con un incremento sostenido en los últimos cinco años del período.

En 2014, la participación fue del 6,22 %, y se mantuvo en torno al 6–7 % hasta el año 2019. A partir de 2020, pese a la caída generalizada del sector provocada por la pandemia, la participación de Mendoza dentro del total nacional aumentó al 6,85 %, iniciando una etapa de crecimiento sostenido.

En los años siguientes, el porcentaje provincial sobre el total del país continuó en ascenso: 8,59 % en 2021, 8,11 % en 2022, 8,34 % en 2023 y 8,11 % en 2024, consolidando a Mendoza como uno de los principales nodos del transporte aéreo en el interior del país.

Participacion de Mendoza en el pais en movimiento de pasajeros



Fuente: elaboración propia opts

Tal como se muestra en el Gráfico N° 23, esta evolución se dio en paralelo a una leve reducción en la participación relativa del resto del país, lo que permitió a Mendoza alcanzar una cuota sostenida del 8 % del tráfico nacional en los últimos tres años. Este crecimiento ha sido consistente con el aumento de frecuencias, destinos conectados y pasajeros transportados desde los aeropuertos de Mendoza y San Rafael.

CIERRE DEL CAPÍTULO

La información relevada para el año 2024 confirma que Mendoza sostiene una posición consolidada dentro del sistema aéreo nacional, con una participación cercana al 8 % del total de pasajeros transportados en el país, conectividad regular con los principales destinos del interior y del exterior, y una red operativa eficiente tanto en términos de frecuencias como de ocupación.



La recuperación de frecuencias, la diversificación de rutas y el mantenimiento de altos niveles de ocupación reflejan una infraestructura operativa madura, con capacidad para sostener y expandir la conectividad aérea en función de la demanda turística y de la estrategia provincial de posicionamiento como destino nacional e internacional.

CAPÍTULO IX

CONECTIVIDAD TERRESTRE

INTRODUCCIÓN

La conectividad terrestre representa un componente estructural del sistema turístico de Mendoza, no solo por su extensión territorial y ubicación estratégica en el corredor bioceánico, sino también por el volumen sostenido de turistas y residentes que acceden a la provincia mediante vehículos particulares, transporte regular y servicios turísticos organizados. Este capítulo reúne información proveniente de registros administrativos y fuentes oficiales, Instituto de Sanidad y Calidad Agropecuaria Mendoza (ISCAMEN) y la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT), abordando la dinámica de los ingresos interprovinciales por pasos viales, así como los flujos en micros de larga distancia, tanto regulares como turísticos. Se analizan volúmenes absolutos, participación relativa y evolución tem-

poral, permitiendo caracterizar los principales corredores de acceso terrestre y su peso en la estructura turística provincial.

INGRESOS POR PASOS INTERPROVINCIALES

VEHÍCULOS PARTICULARES POR PASOS
INTERPROVINCIALES

Durante el año 2024, el ingreso de vehículos particulares a la provincia de Mendoza fue registrado en los seis principales pasos interprovinciales, alcanzando un total de 1.167.130 unidades, según datos elaborados por el sistema OPTS. Esta cifra representa una leve disminución del 4,6 % respecto al año 2023, cuando fueron contabilizados 1.223.832 ingresos.

**Tabla N°27: Ingreso de vehículos particulares
a la provincia por paso de 2019 a 2024**

Puesto	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Canalejas	61.626	39.076	73.082	109.565	114.104	103.703
Cochicó	124.068	62.848	105.772	130.478	149.505	140.631
Desaguadero	362.617	156.976	329.146	454.617	437.484	447.099
El Puerto	37.013	11.491	27.429	38.072	44.590	38.944
La Horqueta	71.183	26.534	62.678	86.427	90.570	81.449
San José	387.894	101.599	213.126	331.445	387.579	355.304
Total	1.044.401	398.524	811.233	1.150.604	1.223.832	1.167.130

Fuente: elaboración propia OPTS

Según se detalla en la Tabla N.º 27, el Paso Desaguadero fue nuevamente el principal punto de acceso terrestre, con 447.099 vehículos particulares registrados, lo que representa el 38,3 % del total anual. Le siguieron los pasos San José (355.304 vehículos) y Cochicó (140.631 vehículos), ambos con volúmenes significativos dentro del sistema.

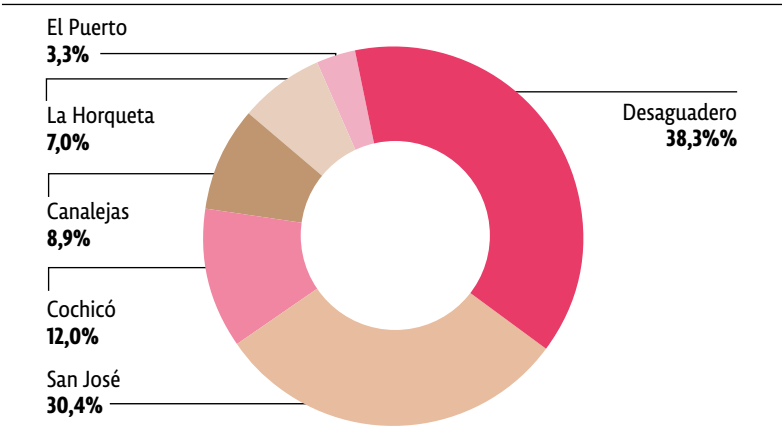
El paso Canalejas registró 103.703 ingresos, mientras que La Horqueta contabilizó 81.449, y El Puerto presentó el menor flujo del conjunto, con 38.944 vehículos.

En perspectiva histórica, el volumen registrado en 2024

se mantuvo por encima de los niveles pre pandemia (2019: 1.044.401), aunque por debajo del máximo alcanzado en 2023. El análisis de la serie 2019–2024 evidencia una recuperación sostenida del tránsito terrestre interprovincial tras la caída registrada en 2020, con estabilización en los últimos dos años.

La distribución relativa del ingreso de vehículos particulares por paso fronterizo durante el año 2024 se representa en el Gráfico N.º 24, donde se visualiza con claridad el peso específico de cada acceso dentro del total provincial.

Participación por paso 2024



Fuente: elaboración propia OPTS

El Paso Desaguadero concentró el 38,3 % del total de ingresos de vehículos particulares, lo que lo posicionó como la principal vía de entrada terrestre a la provincia. Esta participación lo ubica como el punto de conexión dominante entre Mendoza y la región centro del país, especialmente con San Luis y el corredor hacia Cuyo.

Le siguió el Paso San José, con una participación del 30,4 %, consolidando su rol como segundo eje de ingreso vehicular, especialmente relevante por su vinculación con la provincia de San Juan.

En tercer lugar se ubicó el Paso Cochicó, con el 12,0 %, seguido por Canalejas (8,9 %), La Horqueta (7,0 %) y El Puerto, que presentó la menor participación relativa del año, con 3,3 % del total de ingresos registrados.

La información permite visualizar una alta concentración en dos pasos principales, que en conjunto agrupan cerca del 69 % del flujo total de vehículos particulares, mientras que el resto del sistema fronterizo mantuvo participaciones complementarias. Esta estructura es consistente con lo observado en años anteriores.

**PASAJEROS EN VEHÍCULOS PARTICULARES
POR PASOS INTERPROVINCIALES**

Durante el año 2024, se registró el ingreso a la provincia de 3.501.390 pasajeros a bordo de vehículos particulares, según datos elaborados por el sistema OPTS. Esta cifra representó una disminución del 4,6 % respecto al año 2023, cuando se contabilizaron 3.671.496 pasajeros, aunque se mantuvo por encima de los niveles previos a la pandemia.

**Tabla nº28. Ingreso de pasajeros en vehículos
particulares a la provincia por paso de 2019 a 2024**

Puesto	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Canalejas	184.878	117.228	219.246	328.695	342.312	311.109
Cochicó	372.204	188.544	317.316	391.434	448.515	421.893
Desaguadero	1.087.851	470.928	987.438	1.363.851	1.312.452	1.341.297
El Puerto	111.039	34.473	82.287	114.216	133.770	116.832
La Horqueta	213.549	79.602	188.034	259.281	271.710	244.347
San José	1.163.682	304.797	639.378	994.335	1.162.737	1.065.912
Total	3.133.203	1.195.572	2.433.699	3.451.812	3.671.496	3.501.390

Fuente: elaboración propia OPTS

Tal como se presenta en la Tabla nº 28, el Paso Desaguadero concentró la mayor cantidad de personas transportadas, con 1.341.297 pasajeros, lo que representa el 38,3 % del total provincial. Le siguió el Paso San José, con 1.065.912 pasajeros (30,4 %), reafirmando su importancia como segundo punto de ingreso terrestre más transitado.

El Paso Cochicó ocupó el tercer lugar, con 421.893 pasajeros, seguido por Canalejas (311.109), La Horqueta (244.347)

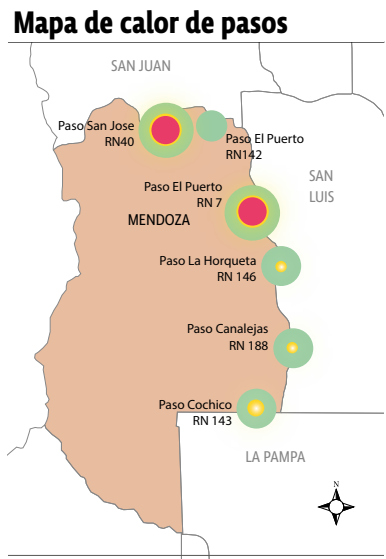
y El Puerto, que registró el menor número, con 116.832 personas.

En el análisis del período 2019–2024, puede observarse una fuerte caída en 2020 debido a las restricciones sanitarias, seguida de una recuperación gradual durante los años siguientes. En 2022 y 2023 se alcanzaron valores máximos históricos, mientras que en 2024 se observó una leve retracción en los seis pasos, sin modificar sustancialmente la estructura de distribución territorial.

El monitoreo de pasajeros en vehículos particulares constituye una variable clave para estimar el flujo real de personas hacia la provincia de Mendoza, complementando los registros de medios colectivos y permitiendo proyectar la demanda sobre servicios turísticos, viales y de control fronterizo.

MAPA DE CALOR DE PASOS

En el Mapa de calor se observa la cantidad de personas que ingresan a la provincia de Mendoza, en vehículos particulares, para el año 2024.



SERVICIOS INTERURBANOS
DE MICROS DE LARGA DISTANCIA

SERVICIOS REGULARES

La caracterización del transporte terrestre de larga distancia hacia y desde la provincia de Mendoza fue elaborada a partir de los datos censales provistos por la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT). En este apartado se analiza la evolución anual de los servicios regulares interurbanos, comprendiendo tanto frecuencias de ingreso como egreso de pasajeros en general tanto turistas como residentes de la provincia. Información correspondiente al período 2019–2024.

Tabla n°29. Servicio de micros regulares 2019 a 2024

Año	Servicios	Pasajeros	Asientos
2019	34.176	775.852	1.820.737
2020	8.437	230.935	452.167
2021	15.696	403.636	862.262
2022	25.414	724.136	1.383.724
2023	26.606	717.048	1.459.989
2024	26.344	679.243	1.453.486

Fuente: elaboración propia OPTS

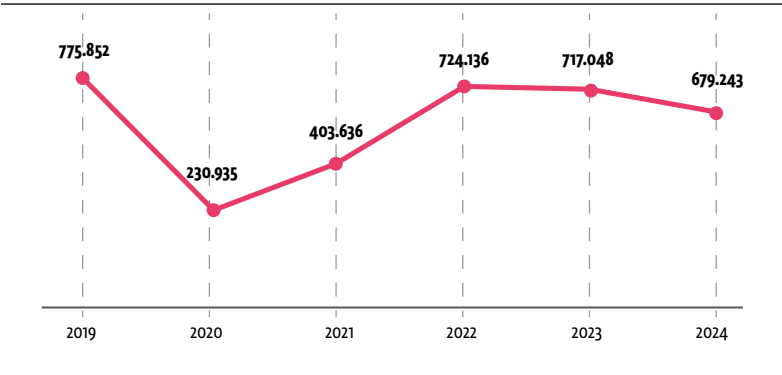
Según se detalla en la Tabla n° 29, durante el año 2024 fueron contabilizados 26.344 servicios regulares, que transportaron a 679.243 pasajeros, con un total de 1.453.486 asientos ofrecidos. Estas cifras reflejan una leve disminución respecto del año anterior (26.606 servicios y 717.048 pasajeros en 2023), aunque se mantuvieron en niveles similares a los observados en el proceso de recuperación post pandemia.

El punto más bajo del período fue registrado en 2020, con solo 8.437 servicios y 230.935 pasajeros, producto de las restricciones a la movilidad adoptadas en el contexto sanitario. A partir de 2021, se inició una recuperación paulatina, con 15.696 servicios ese año y un incremento sostenido en los siguientes ejercicios.

En comparación con 2019, año pre pandémico en el que se habían contabilizado 34.176 servicios y 775.852 pasajeros, los

niveles de 2024 se mantuvieron por debajo tanto en cantidad de viajes como en volumen transportado, aunque con una oferta de asientos prácticamente equiparable (1.453.486 en 2024 vs. 1.820.737 en 2019), lo que podría estar vinculado a una reorganización operativa de las empresas de transporte.

Evolución de pasajeros en servicios regulares con destino Mendoza



Fuente: elaboración propia opts

**SERVICIOS DE TURISMO REALIZADOS
A LA PROVINCIA DE MENDOZA**

La conectividad terrestre turística hacia la provincia de Mendoza a través de servicios de transporte turístico en colectivos fue analizada a partir de los registros proporcionados por la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT). Se consideraron únicamente aquellos servicios identificados como de transporte turístico nacional, excluyendo circuitos internos y excursiones locales.

Tabla nº30.1. Servicio de transporte turístico 2019 a 2024

Año	Servicios	Pasajeros	Asientos
2020	3108	106801	145921
2021	5773	199639	285154
2022	10652	459404	539721
2023	10833	452093	543164
2024	10371	444709	526992

Fuente: elaboración propia opts

Tal como se observa en la Tabla N° 30.1, durante el año 2024 fueron registrados 10.371 servicios turísticos con destino a Mendoza, que movilizaron a 444.709 pasajeros, en un total de 526.992 asientos ofrecidos. Si bien las cifras mostraron una leve disminución respecto al año anterior (10.833 servicios y 452.093 pasajeros en 2023), los niveles se mantuvieron estables en relación con el promedio del trienio 2021–2023, consolidando este modo de transporte como una vía sostenida de ingreso turístico.

El punto más bajo del período fue observado en 2020 (3.108 servicios y 106.801 pasajeros), en el marco de las restricciones sanitarias. A partir de 2021, se verificó una recuperación progresiva del volumen de servicios y pasajeros transportados, con valores que casi se cuadruplicaron entre 2020 y 2022.

Este análisis complementa los datos de transporte regular, permitiendo obtener una visión más completa de la movilidad terrestre vinculada al turismo, especialmente en segmentos organizados a través de agencias y prestadores habilitados.

SERVICIOS DE TURISMO REALIZADOS A LA PROVINCIA DE MENDOZA POR ORIGEN

Durante el año 2024, los servicios de turismo terrestre con destino a la provincia de Mendoza fueron operados desde distintas jurisdicciones del país, reflejando una amplia dispersión territorial del origen de la demanda. La información ha sido elaborada a partir de los registros de la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT) y contempla tanto la cantidad de servicios realizados como el número total de pasajeros transportados, expresados en valores absolutos y porcentuales.

Tabla nº30.2. Servicio de transporte turístico 2019 a 2024

Provincia origen	Servicios anuales		Pasajeros anuales	
	Servicios	Participación %	Pasajeros	Participación %
Buenos Aires	2.222	21,43%	110.621	24,87%
San Juan	1.313	12,66%	47.498	10,68%
Salta	1.209	11,66%	55.849	12,56%
Córdoba	876	8,45%	37.922	8,53%
Tucumán	677	6,53%	32.808	7,38%
Jujuy	651	6,28%	32.390	7,28%
CABA	574	5,53%	25.512	5,74%
San Luis	566	5,46%	25.031	5,63%
Neuquén	450	4,34%	8.590	1,93%
Santa Fe	446	4,30%	19.036	4,28%
La Pampa	378	3,64%	6.916	1,56%
Entre Ríos	323	3,11%	15.609	3,51%
Santiago del Estero	157	1,51%	6.543	1,47%
Río Negro	117	1,13%	3.609	0,81%
Corrientes	84	0,81%	4.064	0,91%
Misiones	67	0,65%	2.642	0,59%
Chaco	56	0,54%	2.306	0,52%
La Rioja	31	0,30%	1.200	0,27%
Chubut	25	0,24%	1.061	0,24%
Catamarca	21	0,20%	494	0,11%
Formosa	13	0,13%	627	0,14%
Santa Cruz	10	0,10%	485	0,11%
Total 2024	10.371	100,00%	444.709	99,12%

Fuente: elaboración propia opts

Según se presenta en la Tabla N° 30.2, la provincia de Buenos Aires concentró la mayor cantidad de servicios turísticos hacia Mendoza, con 2.222 frecuencias, lo que representó el 21,4 % del total, y 110.621 pasajeros, es decir, el 24,9 % del total de personas transportadas.

Le siguieron en importancia San Juan (1.313 servicios y 10,7 % de los pasajeros), Salta (1.209 servicios y 12,6 %), Córdoba (876 servicios y 8,5 %) y Tucumán (677 servicios y 7,4 %), consolidando a estas cinco jurisdicciones como los principales puntos emisores de turismo terrestre hacia la provincia.

También se destacaron Jujuy, CABA, San Luis, Neuquén, Santa Fe y La Pampa, cada una con una participación superior al 1 % en servicios o pasajeros. Las demás provincias presentaron volúmenes menores, aunque su inclusión refuerza la idea de una conectividad turística federal, con servicios organizados desde todas las regiones del país.

El total de 10.371 servicios turísticos permitió transportar a 444.709 personas. Esta información permite visualizar la capilaridad del sistema turístico terrestre y su relevancia como vía de acceso a Mendoza, especialmente desde provincias del norte y centro del país.

CIERRE DEL CAPÍTULO

Durante el año 2024, el ingreso de 1,17 millones de vehículos particulares y 3,5 millones de pasajeros por pasos interprovinciales evidenció la continuidad de la fuerte dependencia del turismo mendocino respecto del transporte terrestre. Los pasos Desaguadero y San José concentraron más del 68 % del tráfico de ingreso, confirmando su rol central en la conectividad regional.

Por su parte, el sistema de micros de larga distancia regulares movilizó a más de 679 mil pasajeros en 26 mil servicios, mientras que los servicios turísticos organizados aportaron 10.371 frecuencias adicionales, transportando a casi 445 mil personas desde todas las provincias del país, con preeminencia de Buenos Aires, San Juan y Salta.

La información relevada permite dimensionar con precisión los distintos modos de ingreso terrestre, sus variaciones interanuales y la estructura de origen geográfico de los flujos. Este conjunto de datos constituye un insumo clave para la planificación de infraestructura, servicios de transporte y estrategias de promoción turística segmentada.



CAPÍTULO X

CARACTERIZACIÓN DE TURISTAS POR LUGAR DE RESIDENCIA

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se presenta una caracterización detallada de los turistas que visitaron la provincia de Mendoza durante el año 2024, segmentados según su lugar de residencia: turistas nacionales e internacionales. La información ha sido relevada a través del sistema OPTS, permitiendo el análisis de variables clave vinculadas al comportamiento de la demanda.

Se exponen los datos relativos al tipo de alojamiento utilizado, la motivación principal del viaje, el grupo de viaje y otras variables complementarias, a fin de comprender los distintos perfiles de visitantes que arriban al destino. La desagregación por trimestre permite, además, observar patrones estacionales y diferenciales entre segmentos, lo cual resulta de especial valor para la formulación de políticas públicas, el diseño de productos turísticos específicos y la orientación de campañas promocionales.

ALOJAMIENTO UTILIZADO

Durante el año 2024, los turistas que visitaron la provincia de Mendoza manifestaron haber utilizado diversos tipos de alojamiento, con variaciones significativas entre trimestres. La información fue relevada a través del sistema optS y se presenta en la Tabla N° 31, desagregada por tipo de alojamiento y período.

Tabla N°31. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas que visitan la provincia. Año 2024

Trimestre	Casa de familiares y amigos	Hotel 1,2 y 3 estrellas	Hotel 4 y 5 estrellas	Otros
1	32,39%	26,07%	1,79%	39,22%
2	35,33%	24,06%	5,10%	8,20%
3	47,23%	14,62%	3,69%	18,71%
4	34,31%	21,55%	15,27%	14,60%

Fuente: elaboración propia optS

A lo largo del año, la casa de familiares y amigos fue el tipo de alojamiento más utilizado por los visitantes, especialmente en el tercer trimestre, donde alcanzó el 47,23 % del total de pernoctaciones declaradas. Este tipo de alojamiento también fue predominante en el primer trimestre (32,39 %), el segundo (35,33 %) y el cuarto (34,31 %), reflejando una preferencia sostenida por opciones no comerciales vinculadas a redes sociales y afectivas.

Los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas mostraron una participación que osciló entre el 14,62 % y el 26,07 %, con mayor presencia en el primer y segundo trimestre. En cambio, los hoteles de 4 y 5 estrellas tuvieron un uso más acotado, aunque con un repunte significativo en el cuarto trimestre, donde representaron el 15,27 %, el valor más alto del año para este segmento.

La categoría otros alojamientos —que incluye cabañas, viviendas temporarias, campings, hosterías y establecimientos rurales— presentó una participación elevada en el primer trimestre (39,22 %), y menor en los siguientes, con especial caída en el segundo trimestre (8,20 %).

La información permite identificar una estructura de alojamiento altamente diversificada, en la que coexisten opciones formales, informales y familiares, con predominancia de alternativas no hoteleras. Esta configuración tiene implicancias directas en la estimación del gasto turístico, la planificación de servicios y el seguimiento de la formalización del sector.

ALOJAMIENTOS SELECCIONADOS
POR TURISTAS NACIONALES

Durante el año 2024, el comportamiento de los turistas nacionales en relación con el tipo de alojamiento utilizado mostró una marcada preferencia por casas de familiares y amigos, con predominancia sostenida en todos los trimestres del año. Según se observa en la Tabla N° 32, esta modalidad representó el 60,54 % en el tercer trimestre, el valor más alto del período, y se mantuvo por encima del 40 % en los restantes.

Tabla N°32. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas nacionales que visitan la provincia. Año 2024

Trimestre	Casa de familiares y amigos	Hotel 1,2 y 3 estrellas	Hotel 4 y 5 estrellas	Otros
1	32,39%	26,07%	1,79%	39,22%
2	53,64%	37,41%	2,18%	7,92%
3	60,54%	17,82%	1,49%	20,15%
4	42,43%	27,52%	16,96%	13,10%

Fuente: elaboración propia opts

En cuanto a los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas, se registró una participación significativa, especialmente en el segundo trimestre, donde alcanzó el 37,41 %. También se observaron porcentajes relevantes en el cuarto (27,52 %) y primer trimestre (26,07 %), lo que confirma el rol de esta categoría como una de las principales alternativas comerciales utilizadas por el turismo interno.

Los hoteles de 4 y 5 estrellas tuvieron una utilización menor en los tres primeros trimestres, con valores inferiores al 2,2 %, aunque mostraron un aumento notable en el último trimestre

del año (16,96 %), posiblemente en coincidencia con viajes de fin de año, celebraciones o eventos especiales.

La categoría otros alojamientos presentó un comportamiento oscilante: se destacó en el primer (39,22 %) y tercer trimestre (20,15 %), mientras que descendió a su punto más bajo en el segundo trimestre (7,92 %). Esta categoría incluye viviendas temporarias, cabañas, campings, hospedajes rurales y otros formatos no convencionales.

La estructura de alojamiento seleccionada por los turistas nacionales evidencia un fuerte componente de turismo de cercanía y redes personales, con una porción considerable del flujo turístico utilizando opciones informales o no comerciales. Esta información resulta clave para proyectar el impacto económico del turismo interno, identificar oportunidades de formalización y orientar la planificación de servicios según las preferencias del mercado nacional.

ALOJAMIENTOS SELECCIONADOS
POR TURISTAS INTERNACIONALES

Durante el año 2024, los turistas internacionales que visitaron la provincia de Mendoza utilizaron una estructura de alojamiento diversa, con una mayor inclinación hacia opciones comerciales y de gama alta en comparación con los turistas nacionales. La información se presenta desagregada por trimestre en la Tabla N° 33.

Tabla N°33. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas internacionales que visitan la provincia. Año 2024

Trimestre	Casa de familiares y amigos	Hotel 1,2 y 3 estrellas	Hotel 4 y 5 estrellas	Otros
1	24,07%	16,62%	18,14%	41,17%
2	23,08%	10,75%	35,04%	31,12%
3	23,61%	13,98%	25,33%	37,07%
4	26,71%	11,96%	22,56%	38,77%

Fuente: elaboración propia OPTS

Los hoteles de 4 y 5 estrellas fueron utilizados en mayor proporción durante el segundo trimestre, donde alcanzaron el 35,04 %, consolidando esa categoría como la preferida en ese período. También se observaron niveles altos en el tercer (25,33 %) y primer trimestre (18,14 %), confirmando una presencia sostenida de este tipo de alojamiento a lo largo del año.

El uso de otros alojamientos, que incluye viviendas temporarias, cabañas, hospedajes rurales, hosterías y similares, también fue significativo en los cuatro trimestres. Esta categoría alcanzó el 41,17 % en el primer trimestre, el valor más alto del año, seguido por el cuarto (38,77 %) y el tercero (37,07 %). Estos datos indican una fuerte presencia de modalidades alternativas y no hoteleras en el turismo internacional.

La opción casa de familiares y amigos representó entre el 23 % y 27 % del total en todos los trimestres, con un leve incremento hacia el final del año (26,71 % en el cuarto trimestre). Este valor, si bien menor que entre turistas nacionales, revela una porción no despreciable de visitas internacionales vinculadas a redes personales o estancias prolongadas.

Los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas tuvieron menor participación relativa, con porcentajes que oscilaron entre el 10,75 % y el 16,62 %, siendo el primer trimestre el de mayor uso de esta categoría.

En conjunto, la estructura de alojamiento utilizada por turistas internacionales durante 2024 se caracterizó por una mayor distribución entre categorías, con una presencia destacada de hoteles de alta gama y alojamientos alternativos. Esta configuración permite inferir perfiles de visitantes más heterogéneos, con distintas motivaciones y niveles de gasto, lo cual debe ser considerado en la segmentación de productos y estrategias de promoción internacional.

MOTIVACIÓN DE VIAJE

Durante el año 2024, la principal motivación de los turistas que visitaron la provincia de Mendoza fue el segmento de vacaciones, ocio y recreación, con una participación promedio superior

al 59 % en el conjunto del año, y un valor máximo de 71,38 % en el cuarto trimestre, según se presenta en la Tabla N° 34.

Tabla n°34. Motivación principal de los turistas que visitan la provincia de Mendoza. Año 2024

Trim.	Negocios/congresos /conferencias	Otros	Vacaciones/ocio /recreación	Visita familia/amigos
1	6,88%	3,67%	56,69%	32,76%
2	4,49%	7,88%	57,98%	29,65%
3	5,55%	2,97%	51,90%	39,58%
4	1,77%	3,82%	71,38%	23,03%

Fuente: elaboración propia OPTS

La visita a familiares y amigos fue la segunda motivación en importancia, con una mayor presencia en el tercer trimestre (39,58 %) y el primero (32,76 %), lo que sugiere un vínculo estacional con períodos de receso escolar y vacaciones invernales o de verano.

El motivo negocios, congresos y conferencias mostró una incidencia acotada, con valores que oscilaron entre 1,77 % y 6,88 %, siendo el primer trimestre el de mayor participación relativa en este tipo de viaje, posiblemente en coincidencia con eventos y actividades institucionales programadas en el inicio del año.

La categoría otros motivos —que puede incluir tratamientos de salud, trámites personales, actividades educativas u otros propósitos no especificados— tuvo una participación marginal en todos los trimestres, con un pico del 7,88 % en el segundo trimestre.

La distribución observada a lo largo del año confirma la preeminencia del turismo recreativo como eje estructural de la demanda, acompañado por un volumen sostenido de viajes por vínculos personales y una participación menor del turismo de reuniones y motivos diversos. Esta información resulta clave para la planificación de acciones diferenciadas por temporada, y para el fortalecimiento de los productos turísticos asociados a cada segmento.

MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE
DE LOS TURISTAS NACIONALES

Durante el año 2024, el turismo interno en la provincia de Mendoza se caracterizó principalmente por desplazamientos motivados por vacaciones, ocio y recreación, los cuales representaron más del 50 % de los viajes nacionales en todos los trimestres. El pico máximo se observó en el cuarto trimestre, con un 73,30 % de los visitantes identificando esta como su motivación principal, según lo muestra la Tabla n° 35.

Tabla n°35. Motivación principal de los turistas nacionales que visitan la provincia. Año 2024

Trim.	Negocios/congresos /conferencias	Otros	Vacaciones/ocio /recreación	Visita familia/amigos
1	7,98%	3,49%	53,71%	34,82%
2	4,65%	8,05%	56,50%	30,79%
3	6,00%	2,20%	50,03%	41,77%
4	1,66%	2,66%	73,30%	22,37%

Fuente: elaboración propia opts

La visita a familiares y amigos ocupó el segundo lugar entre las motivaciones, con un comportamiento más acentuado en el tercer trimestre, donde alcanzó el 41,77 %. Esta tendencia se relaciona con períodos vacacionales y de encuentros familiares, típicos del receso invernal.

Los viajes por negocios, congresos o conferencias presentaron una participación acotada, pero sostenida. El valor más alto del año fue registrado en el primer trimestre (7,98 %), coincidiendo con la reactivación de actividades corporativas y académicas en el inicio del calendario anual. En el resto del año, los porcentajes oscilaron entre 1,66 % y 6,00 %, mostrando una tendencia descendente hacia el final del período.

Por su parte, la categoría otros motivos tuvo un comportamiento marginal, aunque fue más relevante en el segundo trimestre (8,05 %), posiblemente influida por causas personales, actividades educativas o motivos diversos no incluidos en las categorías principales.

MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE
DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES

La motivación predominante entre los turistas internacionales que visitaron la provincia de Mendoza durante el año 2024 fue el segmento de vacaciones, ocio y recreación, con una participación sostenida en todos los trimestres y un pico en el tercer trimestre, donde alcanzó el 77,29 %, según se presenta en la Tabla N° 36.

Tabla N°36: Motivación principal de los turistas internacionales que visitan la provincia. Año 2024

Trim.	Negocios/congresos /conferencias	Otros	Vacaciones/ocio /recreación	Visita familia/amigos
1	0,92%	7,20%	58,19%	33,84%
2	1,15%	10,70%	62,02%	26,13%
3	2,09%	6,99%	77,29%	13,63%
4	1,70%	8,46%	71,39%	18,44%

Fuente: elaboración propia opts

En los demás períodos, esta motivación también mantuvo niveles elevados: 62,02 % en el segundo trimestre, 71,39 % en el cuarto y 58,19 % en el primero. Estos valores reflejan una marcada orientación recreativa del turismo internacional, particularmente intensa durante la temporada invernal y de vendimia, cuando la provincia concentra su oferta de actividades culturales, paisajísticas y enoturísticas.

La visita a familiares y amigos tuvo una participación secundaria, con mayor presencia en el primer trimestre (33,84 %) y una marcada disminución en los trimestres siguientes, especialmente en el tercero (13,63 %), lo que confirma un perfil mayormente vacacional y no vinculado a redes personales.

Los viajes por negocios, congresos o conferencias representaron un porcentaje mínimo del total, con valores inferiores al 2,1 % en todo el año, lo cual indica una baja incidencia de este tipo de turismo dentro del flujo internacional.

Por último, la categoría otros motivos —que puede incluir tratamientos médicos, estudios, trámites u otras razones no

especificadas— presentó una participación más destacada entre los turistas internacionales que entre los nacionales, con un máximo de 10,70 % en el segundo trimestre y valores sostenidos por encima del 6 % en los demás períodos.

En conjunto, la información revela que el perfil del turista internacional que arriba a Mendoza es marcadamente recreativo, con alta demanda de experiencias turísticas y una menor proporción de viajes por vínculos personales o compromisos institucionales.

CIERRE DEL CAPÍTULO

A lo largo del año 2024, se observó una predominancia del turismo recreativo, tanto entre los turistas nacionales como entre los internacionales, con fuerte concentración de motivaciones vinculadas al ocio, descanso y disfrute. Las casas de familiares y amigos se posicionaron como la principal modalidad de alojamiento entre los visitantes nacionales, mientras que los turistas internacionales se inclinaron con mayor frecuencia por hoteles de alta gama y opciones alternativas no hoteleras.

Las diferencias entre segmentos también se manifestaron en la motivación del viaje: los turistas internacionales mostraron un perfil más orientado al consumo de experiencias, mientras que los nacionales combinaron razones recreativas con visitas personales y familiares.

Esta caracterización permite comprender con mayor profundidad los patrones de viaje, contribuyendo a un enfoque más preciso y eficaz en la planificación turística provincial, tanto en materia de oferta como de promoción y desarrollo territorial.

CAPÍTULO XI

MONEDA TIPO DE CAMBIO REAL

INTRODUCCIÓN Y MARCO METODOLÓGICO

El análisis del tipo de cambio real (TCR) resulta fundamental para comprender la competitividad internacional de Argentina como destino turístico. A diferencia del tipo de cambio nominal (TCN), el TCR incorpora las variaciones en el nivel general de precios tanto en Argentina como en el extranjero, ofreciendo una medida más precisa del poder de compra relativo entre países.

El TCR se calcula a partir de tres componentes principales:

Tipo de Cambio Nominal (TCN): relación entre la moneda local y una moneda extranjera.

Índice de Precios al Consumidor (IPC) Nacional: refleja el nivel de precios interno.

Índice de Precios al Consumidor (IPC) Extranjero: mide la inflación en el país de origen del visitante.

El TCR aumenta cuando el peso argentino se deprecia en términos reales, es decir, cuando los precios en Argentina resultan relativamente más bajos para los extranjeros. En estos escenarios, el país se vuelve más competitivo como destino turístico, al ofrecer mayor poder adquisitivo para el visitante.

El análisis incluye además un Tipo de Cambio Real Ajustado, que incorpora las distorsiones generadas por los mercados paralelos, particularmente relevantes en contextos de controles de cambio y tipos múltiples. Este indicador alternativo fue calculado utilizando referencias del dólar informal («blue») o financiero (MEP), más representativo del tipo de cambio efectivo percibido por turistas extranjeros.

ANÁLISIS GRÁFICO: ATRACTIVIDAD DEL TCR Y SU IMPACTO EN EL TURISMO RECEPTIVO

La Gráfica representa la evolución del TCR (línea azul) y del TCR ajustado (línea naranja) desde el año 2002 hasta 2024, con una línea divisoria horizontal que funciona como umbral para determinar escenarios de mayor o menor atraktividad turística internacional.

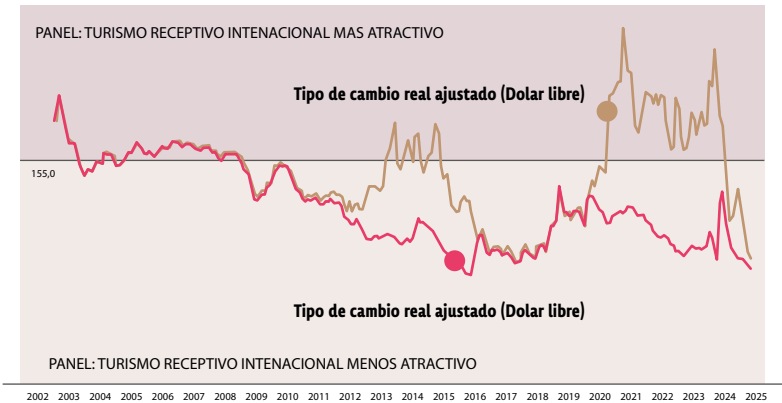
Cuando el valor del TCR (o del TCR ajustado) se ubica por encima de este umbral arbitrario, se interpreta que Argentina ofrece condiciones atractivas para el turismo receptivo internacional. Por el contrario, valores por debajo del umbral indican una pérdida de competitividad relativa frente a otros destinos.

Durante el período 2013–2015 y entre 2020 y 2024, el TCR (en ambas versiones) se mantuvo en la zona superior del gráfico, lo que sugiere una fase prolongada de alta competitividad para el turismo receptivo, con precios relativos convenientes para los visitantes extranjeros. Esto coincide con escenarios de depreciación del peso, acompañados por políticas de tipo de cambio administrado y restricciones al mercado oficial, que favorecieron el uso de mecanismos alternativos de acceso a divisas.

En particular, a lo largo del año 2023, el TCR ajustado se mantuvo de forma consistente por encima del umbral de atraktividad, consolidando un escenario favorable para el ingreso

de turistas internacionales. Esta situación se tradujo en un aumento sostenido del gasto turístico en moneda extranjera, especialmente en destinos consolidados como Mendoza, Buenos Aires y el sur argentino.

Atractividad del TCR y su impacto en el turismo receptivo



CIERRE CAPÍTULO

La evolución del tipo de cambio real, y especialmente del TCR ajustado, ha demostrado ser una variable clave para entender las fluctuaciones en la llegada de turistas internacionales a Argentina. La combinación de un tipo de cambio competitivo con niveles controlados de inflación relativa ha permitido sostener la atractividad del país como destino económico para el turismo receptivo.

El monitoreo de este indicador continuará siendo central para anticipar comportamientos de la demanda internacional, evaluar el impacto de las políticas cambiarias y ajustar las estrategias de promoción internacional del destino Mendoza y del país en su conjunto.



CIERRE FINAL DEL ANUARIO

A lo largo de las páginas de este anuario, ha sido caracterizado el sistema turístico mendocino en sus múltiples dimensiones, evidenciando fortalezas consolidadas, dinámicas emergentes y desafíos pendientes. La estructura de la oferta ha sido descrita con precisión territorial, identificando núcleos consolidados y zonas con potencial de desarrollo. La demanda turística ha sido analizada según su origen, motivaciones, gasto y comportamiento estacional, reflejando perfiles diferenciados que requieren estrategias segmentadas.

Se ha puesto de manifiesto la centralidad del turismo recreativo, el rol preponderante del mercado nacional y el aporte creciente de los visitantes internacionales, especialmente aquellos procedentes de Brasil y del resto del mundo. La conectividad aérea y terrestre ha sido destacada como condición estructural para el sostenimiento de los flujos turísticos, al tiempo que se ha advertido la necesidad de continuar trabajando en la diversificación territorial, la formalización de servicios y la mejora de la competitividad del destino.

Este documento, elaborado con rigurosidad técnica y mirada estratégica, constituye una herramienta fundamental para la toma de decisiones informadas, la articulación entre actores públicos y privados, y la proyección de Mendoza como un destino turístico sostenible, inteligente e inclusivo. Su continuidad en el tiempo permitirá consolidar una base de conocimiento compartida, que sirva de sustento para el crecimiento equilibrado del turismo en toda la provincia.

METODOLOGÍA

OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS Y AGENCIAS DE VIAJES

El procesamiento de datos se realizó a través del Observatorio para el Turismo Sostenible, basándose en los registros administrativos del Ente Mendoza Turismo.

OCUPACIÓN DE ALOJAMIENTOS

El relevamiento de la ocupación de habitaciones se llevó a cabo en 100 establecimientos, en colaboración con municipios y cámaras del sector privado. Se incluyeron hoteles de 1 a 5 estrellas, apart hoteles y alojamientos para-hoteleros.

GASTO Y ESTADÍA PROMEDIO

Los datos e informes fueron provistos por la Encuesta Provincial de Caracterización del Turista (DEIE), la Encuesta de Turismo Internacional (INDEC) y la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVYTH) de la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación. Los datos anuales son un promedio ponderado, basado en la distribución mensual del ingreso de turistas por lugar de residencia a la provincia de Mendoza.

INGRESO DE TURISTAS

El cálculo del ingreso de turistas se realizó utilizando datos del ingreso de pasajeros en vehículos particulares, aviones y ómnibus a la provincia de Mendoza. Estos datos fueron ponderados mediante muestreos de origen de patentes y coeficientes provenientes de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación) y la Encuesta de Turismo Internacional (INDEC).

CONECTIVIDAD AÉREA

El procesamiento de datos de conectividad aérea se realizó utilizando información de la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC) y Aeropuertos Argentina 2000.

CONECTIVIDAD TERRESTRE

El procesamiento de datos de conectividad terrestre se basó en la información proporcionada por el Instituto de Sanidad y Calidad Agropecuaria de Mendoza (ISCAMEN) y la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT).

CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA

La caracterización del turista se realizó mediante el procesamiento de datos de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación) y de la Encuesta de Turismo Internacional (INDEC).

GASTRONOMÍA

El estudio específico de la gastronomía incluyó un relevamiento de registros administrativos provinciales y municipales, así como un relevamiento en línea de establecimientos



EMETUR
ENTE MENDOZA
TURISMO



MENDOZA
ARGENTINA

