

edición u

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO



21

julio . 2017

SIN HIBERNAR, MENDOZA COSECHA EN INVIERNO

La provincia se presenta como un destino turístico propio de las bajas temperaturas. Las fortalezas y las debilidades de la tierra del sol y del buen vino.

- 3 HOJA DE RUTA
- 4 UN SECTOR QUE SE DIVERSIFICA
- 6 POR QUÉ MENDOZA ES TAN CARA
- 7 TURISMO DE CONGRESOS
- 8 ALGUNOS PRECIOS
- 10 SEGURIDAD VIAL
- 11 OFERTA CULTURAL
- 12 LA UNCUYO Y EL TURISMO
- 13 NOTICIAS UNCUYO



Esther Lucía Sánchez,
Decana de la Facultad de
Ciencias Económicas de la
Universidad Nacional de Cuyo

EL VALOR AGREGADO DEL TURISMO EN LA MATRIZ PRODUCTIVA

El cambio de la matriz productiva de Mendoza es un tema de relevancia para los actores públicos y privados y, aunque aún no se haya definido estratégicamente esa modificación, la dinámica de las actividades muestra, en los últimos años, una disminución en el Producto Bruto Geográfico (PBG) de la participación de las tradicionales en favor de otras nuevas. Así, la matriz productiva provincial revela un nivel creciente de concentración en servicios. Entre ellos se destacan los vinculados con el turismo.

Los principales atractivos turísticos de Mendoza están relacionados con la ciudad, el Aconcagua y los caminos del vino. Estas atracciones aportan un valor agregado que permite salir de los commodities, sobre todo porque suponen un turismo de alto poder adquisitivo. Los aportes en servicio impulsan el fuerte crecimiento del comercio, hacen que el sector crezca y que actúe para compensar la caída de los sectores tradicionales por la pérdida de competitividad.

En gran medida, la diversificación de la matriz está ligada a la actividad madre, la vitivinicultura. A ella le agregan valor tanto el enoturismo como la incorporación al paisaje de una nueva arquitectura de bodegas premiadas a nivel internacional por la belleza lograda en la combinación entre la estructura industrial, el paisaje y los servicios gastronómicos. Idéntico fenómeno ocurre con la olivicultura.

Especial consideración merecen las actividades turísticas desarrolladas durante el invierno en Mendoza. El paisaje, la nieve y el enoturismo son los atractivos más destacados, a los que se suman actividades culturales.

Según el Observatorio para el Turismo Sostenible de Mendoza, el gasto promedio diario durante julio de 2016 fue de \$ 946,40 para luego subir, en agosto del mismo año, a \$ 1019,70. En tanto, la estadía promedio fue de 5,6 días en julio de 2016 y de 5,4 días durante el mes siguiente.

La ocupación promedio para toda la provincia de Mendoza fue, en julio de 2015, del 62 %, mientras que al año siguiente trepó al 67,4 %. Si se hace foco sólo en el Gran Mendoza, los indicadores fueron del 65,6 % y el 69,5 %, respectivamente. Se observa un incremento en la ocupación en el último año, tanto para la provincia en su totalidad como para la zona metropolitana.

Los turistas quieren vivir experiencias extraordinarias y quizás sea hora de elaborar un plan estratégico que, entre otros lineamientos, promocióne y popularice los deportes de invierno, como el esquí, unan el enoturismo con la nieve u otras propuestas creativas que logren un cambio importante en la matriz productiva, con el consiguiente crecimiento en el nivel de empleo en la provincia.



¿Te gustó?
Compartilo



RECTOR
Ing. Agr. Daniel Pizzi

VICERRECTOR
Dr. Jorge Barón

COORD. GENERAL DEL CICUNC
Mauricio González

COORDINADOR DE MEDIOS
Nacho Castro

DIRECCIÓN EDITORIAL
Jorge Fernández Rojas

EDICIÓN
Valeria Caselles
Cecilia Amadeo

PRODUCCIÓN
Milagros Martín Varela

PERIODISTAS
Verónica Gordillo
Juan Stagnoli
Nicolás Nicollí
Milagros Martín Varela
Florencia Martínez del Río
Mariela Encina Lanús
Víctor Sangiorgio

CONTENIDOS
Prensa Rectorado · UNCUYO

CORRECCIÓN
Elizabeth Auster

DIAGRAMACIÓN
Diseño · CICUNC

FOTOGRAFÍA
Axel Lloret
Prensa Gobierno de Mendoza
Alberto Piazza
Prensa Rectorado UNCUYO

ILUSTRACIÓN
Pablo Pavezka

AGRADECIMIENTOS
Regina Ciotti (modelo de tapa)

Edición U es propiedad de la UNCUYO. RNPI en trámite. Se autoriza su reproducción en parte citando la fuente. El contenido de las notas firmadas no necesariamente refleja la opinión de la Universidad.

Centro de Información y Comunicación de la UNCUYO (CICUNC).
Centro Universitario, M5502JMA, Mendoza,
República Argentina. uncuyo@uncuyo.edu.ar

El gentil centinela

“Queremos que se puedan aprovechar los paseos para hacer senderismo alrededor del Aconcagua, que es un imán natural por sí mismo”

Alfredo Cornejo, gobernador de Mendoza



“Centinela de piedra” es la acepción etimológica más difundida del Aconcagua. De origen quechua, expresa una síntesis de la idea de frontera que se ha tenido de la cordillera de Los Andes en los tiempos modernos.

Sin embargo, las necesidades obligan y generan cambios y tendencias que pueden terminar transformando la realidad. Como una paradoja, de algún modo, se puede retornar de a poco al milenar concepto de la cordillera como ámbito de desarrollo de la vida humana, antepuesto al espacio de diferenciación con Chile y de tránsito hacia el Pacífico.

Este es uno de los puntos que trasciende en este despliegue de *Edición U* de invierno, que apunta a mirar a Mendoza con base en la imagen que el Gobernador esbozó el verano pasado con la intención de convertir a la región de alta montaña en un centro de producción turística.

De acuerdo con las estimaciones de Marcelo Reynoso, responsable de Calidad y Servicios Turísticos del Ente Mendoza Turismo (Emetur), son tres millones y medio de turistas los que llegan a la provincia anualmente y medio millón de esas personas eligen la montaña como destino. El funcionario asegura que el relevamiento de los actuales explotadores de servicios turísticos a lo largo del corredor andino ya se ha realizado y en octubre habrá un informe de situación. Será el paso previo para mostrar el plan para captar inversores y transformar el área en la Andorra de Sudamérica.

Esta arista en exploración es una de las apuestas más fuertes de Cornejo, quien busca diversificar la matriz productiva de Mendoza, urgido por hallar fuentes de producción y servicios. Como mendocino, terminó mirando

hacia el oeste para sacarle “agua a las piedras”, sin descuidar la esencia del valle viñatero-bodeguero y el crecimiento cosmopolita de la mancha urbana, que se muestra como una plaza de turismo específico. El ejemplo es la organización de congresos a gran escala, como la Cumbre del Mercosur.

En enero, científicos de la UNCUYO revelaron un descubrimiento en Villa Las Cuevas. Los huesos de un niño de unos cinco años, que había vivido hace 5700 años,

fueron hallados durante una excavación. Con ello se probó que la cordillera era desde aquel tiempo un ámbito de vivencia humana. Fue en la base de una roca milenaria caída por un desmoronamiento descomunal de hace 12 000 años donde yacía “el niño de La Cuevas”. Esa piedra, desde entonces, fue refugio natural de grupos de personas que adoptaron la montaña como su hábitat.

El hallazgo fundamental es complementado con el programa “Puesta en Valor de Villa Las Cuevas” de la Universidad. Una casa rescatada de la arquitectura alpina de los años 50 se ha destinado a apoyar las investigaciones que se realizan en la montaña y a promover actividades de extensión para que los científicos participen y se elaboren proyectos para los lugareños.

El propósito de convertir al custodio de piedra en gentil anfitrión para lograr atraer turistas quizá sea un plan económico, pero también responde a la natural valoración del entorno mendocino. El Aconcagua sonríe desde lo alto ante la novedad de explotar la montaña como si fuera una mina para extraer las imágenes que se llevarán los visitantes.

► por **JORGE FERNÁNDEZ ROJAS**



¿Te gustó?
Compartilo

El turismo crece al ritmo de su diversificación

Referentes del sector destacaron la competitividad de la plaza mendocina, en la que se mezclan propuestas clásicas, como la montaña y la nieve, con nuevos atractivos, como el turismo rural y una cada vez más amplia oferta del vino.

¿Por qué más de tres millones de personas eligieron Mendoza entre todos los destinos turísticos en 2016? La respuesta la arriesgan referentes oficiales y privados del sector: porque les ofrece un combo en el que se mezclan atractivos clásicos, como el sol, la montaña, la nieve y el vino, junto a otros que crecieron en los últimos años, como el turismo rural. En materia de enoturismo, se fue ampliando y sofisticando la oferta según el gusto y el bolsillo de los visitantes.

Para la presidenta del Ente Mendoza Turismo (Emetur), Gabriela Testa, la razón del buen posicionamiento de la provincia como destino turístico se relaciona con nuestra historia, con la tarea de un progresista como el gobernador Guillermo

Cano, y la creación de la primera dirección de turismo del país en 1936. Pero también, y especialmente, con seguir una línea de acción, una planificación, pese a los vaivenes de las distintas gestiones políticas. "Siempre hubo una administración que se preocupó por el tema y un sector privado organizado. A esto se suma que Mendoza tiene materia prima, tiene atractivos turísticos relevantes y buena conectividad, la atraviesan dos rutas fundamentales, como la 40 y la 7", explica la funcionaria.

Gabriel Fidel, quien fue subsecretario de Turismo y tiene experiencia en ámbitos públicos y privados en la industria del vino, coincide con Testa. Dice que la provincia desarrolló una política de Estado en

materia turística y que construyó la "marca Mendoza", que es su principal atractivo y lo que la posiciona en el país y en el mundo.

Para Testa, justamente ese recorrido histórico y esa decisión política permitieron a Mendoza avanzar en la diversificación de su oferta. Así, sumó a las estrellas tradicionales, como la montaña y la nieve, nuevas propuestas relacionadas con el turismo rural, el del vino, el de congresos, siempre dentro del paradigma del turismo sustentable.

El presidente de la Asociación Empresaria Hotelero, Gastronómica y Afines de Mendoza (AEHGA), Marcelo Quercetti, coincide en los cambios sustanciales que

tuvo la oferta turística local y asegura que hoy existe una gran cantidad de productos para todo tipo de pasajeros, de gustos y de bolsillos. Quercetti también destaca la mejora de los servicios hoteleros y gastronómicos, a los que califica como de buen nivel, pero advierte que el desafío del sector es responder a los requerimientos de los turistas, que saben lo que quieren y son exigentes.

El empresario valora lo que significó para el sector la apertura del remodelado aeropuerto, ya que se sumaron muchos vuelos internos y del exterior. Dice que ahora el desafío es aggiornarse a las exigencias de esa apertura.

La nueva estrella

La presidenta del Ente Mendoza Turismo marca tres hitos en el desarrollo del sector: la creación de la Fiesta Nacional de la Vendimia en 1936, la puesta en marcha de Caminos del Vino y el ingreso de Mendoza a la Red de Grandes Capitales del Vino en el 2000 junto con la realización en Mendoza, en 2017, de la segunda Conferencia Mundial de Enoturismo, que comanda la Organización Mundial del Turismo.

Testa explica que, con profesionales de esta organización, trabajan en el desarrollo del prototipo del turismo del vino, una asociación público-privada cuyo objetivo es que la bodega se convierta en un centro de interpretación de una zona y potencie las actividades conexas, como la gastronomía, el alojamiento y a los pequeños productores. Desde la organización, sostiene Testa, destacan un elemento diferencial de Mendoza: la asociación fuerte entre el vino y la cultura, que no existe en otros lugares.

Fidel, autor del libro "Turismo del Vino. La experiencia argentina", explica que el enoturista no viene a visitar sólo una bodega, sino a vivir un destino, a sumergirse en su cultura, a conocer a su gente, a disfrutar de su gastronomía y de todas las artes que rodean a la vitivinicultura.

Desde el sector privado, Quercetti, asegura que hoy la estrella es el vino, su calidad, y que en torno a ese producto se generaron muchos emprendimientos, especialmente en el Valle de Uco.

Desde las clásicas estrellas, como la montaña y la nieve, hasta el turismo rural y del vino, Mendoza ofrece un abanico de propuestas, variedad que en 2016 atrajo a más de 3 millones de visitantes.



¿Te gustó?
Compartilo



En números

3.297.309 personas

visitaron Mendoza en 2016, 2.687.024 argentinos, 267.271 chilenos y 343.014 del resto del mundo.

\$ 16.250.866.771

se gastaron en consumo turístico directo (sin contar los pasajes).

49,7 % de ocupación promedio diaria

lo cual significó una demanda de 2.881 habitaciones.

56% de turistas eligieron el Gran Mendoza

El resto se distribuyó así: San Rafael, el 26 %; Malargüe, el 4%; Valle de Uco, el 8 %; resto de la provincia, el 7 %.

40.500 empleados

tiene el turismo, repartidos en alojamiento, comidas y bebidas, transporte y otros servicios.

Fuente: Ente Mendoza Turismo.

Déficit de infraestructura

Así como desde el sector público y privado coincidieron en los avances, también lo hicieron en los déficits.

La infraestructura vial, que impide el desarrollo de la oferta en alta montaña, la señalización y la mejora de la terminal terrestre son algunos de los puntos débiles.

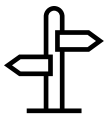
Gabriela Testa reconoció estos problemas. Dijo que trabajan en la mejora de las rutas y que ya tienen financiamiento para la señalización del Cañón del Atuel y de cien bodegas.

Otro de los inconvenientes es la oferta ilegal y la carga impositiva que enfrenta el sector privado.

Claves

Expandir la oferta

El Gran Mendoza concentró el turismo hasta la década del 80. Desde entonces se desarrolló el sur, especialmente San Rafael y Malargüe, que hoy concentran el 25 % del flujo. El nuevo polo de atracción es el Valle de Uco.



Sólo un mito

Desde los sectores público y privado aseguraron que Mendoza no es una plaza cara, sino competitiva, que tiene desde un camping a un cinco estrellas, con precios similares e incluso más bajos que los de otros destinos.



Generar empleo

Ese es el objetivo central que persigue la gestión de gobierno en materia turística.



Alta montaña

El Ejecutivo trabaja en un plan para potenciar el desarrollo de la alta montaña con investigadores del CCT Conicet Mendoza y con el aporte de una consultora de España. La intención es impulsar el turismo todo el año, ayudar a los pobladores a que formalicen sus emprendimientos y buscar nuevos inversores.



Romper la estacionalidad

Esa es otra apuesta oficial y privada. Aprovechar las épocas de baja para impulsar el turismo estudiantil, de congresos y nuevos destinos dentro de la provincia.

► por Verónica Gordillo y Juan Stagnoli



Nuestra provincia es uno de los lugares preferidos para vacacionar en invierno, pero también uno de los más costosos.

Llega julio y las familias quieren disfrutar de la nieve en las zonas cordilleranas. Sin embargo, los precios se disparan al comparar Mendoza con la Patagonia. Durante el receso invernal, de acuerdo con el portal especializado en turismo *booking.com*, la estadía por persona por una noche en un hotel de 3 estrellas en Las Leñas cuesta \$ 3.761, mientras que un hotel de la misma categoría en la ciudad de Bariloche cuesta \$ 2.145. En el centro de Ushuaia, un hotel de 3 estrellas ronda los \$ 1.013 la noche.

Otra alternativa es cruzar la cordillera. Puede optarse por ir hasta Santiago y, desde allí, trasladarse 30 kilómetros hasta Valle Nevado, uno de los centros de esquí más importantes. Los costos bajan todavía más: una noche de alojamiento en un hotel de 3 estrellas de la capital chilena, alcanza los \$1.172 por noche y por persona.

Queda claro, entonces, que Mendoza es más cara. Queda dilucidar por qué.

"Mendoza es un destino internacionalizado", afirma Marcelo Reynoso, director de Calidad y de Servicios Turísticos del Ente de Mendoza Turismo (Emetur). Es que nuestra provincia compite en una "liga" de destinos turísticos junto a Iguazú, Ciudad de Buenos Aires, Puerto Madryn, El Calafate y Ushuaia, en la que se manejan precios distintos a los de San Luis o Córdoba, por ejemplo.



Por qué Mendoza es más cara

Para José Vargas, titular de la consultora Evaluatecon, Las Leñas es más cara que Bariloche porque la oferta de servicios está concentrada en una zona más reducida, además de que está alejada del núcleo urbano de Malargüe. "El turista nacional busca precios, mientras que el internacional, calidad", asegura el economista.

Cuando se compara Mendoza con Bariloche o Iguazú, es más notable la diferencia de precios, ya que nuestra provincia es la cuarta más poblada del país y, por ende, maneja otro nivel socio-económico. Otro factor a considerar es que es la segunda jurisdicción del país con mayor cantidad de sucursales de supermerca-

dos por habitante, por delante de otras con mayor población, como Córdoba y Santa Fe. "La concentración incide directamente, ya que los supermercados son formadores de precios para el resto del mercado local", indica Vargas.

Para el economista y docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCUIYO Pablo Salvador, en Mendoza impactan el costo de los fletes y de transporte, y la presión de los impuestos. Incluso, las tarifas de servicios en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) siempre se mantuvieron más bajas. "En Argentina, el 38 % del PBI son impuestos, cifra que es comparable con países europeos", concluye Salvador.

► por Nicolás Nicolli



¿Te gustó? Compartilo



El fenómeno del turismo de congresos

No sólo el vino atrae a los turistas a Mendoza durante todo el año. En 2016, la provincia fue rankeada en segundo lugar en los principales destinos nacionales de turismo de congresos. Hay tres factores que parecen haberla posicionado: en primer lugar, es la provincia con más cantidad de plazas de cuatro y cinco estrellas del interior del país. Además, cuenta con un alto nivel de capacitación en recursos humanos y, por último –a lo largo del tiempo–, los funcionarios se han centrado en fortalecer la promoción dentro y fuera de la Argentina en materia de turismo de congresos.

La gran importancia de este "género" turístico radica en que es el que mantiene vivo el flujo de visitantes de la provincia aún en lo que se considera temporada baja, es decir entre los meses de septiembre y diciembre. En consecuencia, este tipo de turismo también contribuye a la generación de empleo permanente alrededor de la industria.

Según Marcelo Montenegro, director de Promoción Turística del Ente Mendoza Turismo (Emetur), el turista de congresos tiene una particularidad: generalmente, luego de que viene a la provincia por una reunión específica, vuelve al destino con su familia o con

amigos para vacacionar. En ese sentido, el referente destacó los atractivos naturales y los hospedajes que ofrece Mendoza.

Gabriel Fidel, docente de la UNCUIYO y exsubsecretario de Turismo, sumó a esos dos aspectos el vinculado a la gastronomía y consideró que la sociedad mendocina es "hospitalaria", característica que también suma a la hora de atraer turismo.

Para Montenegro, otro de los motivos que ha hecho que Mendoza sea un buen destino para el turismo de congresos es que hay espacios físicos destinados a ese tipo de eventos, como el Centro de Congresos y Exposiciones en el Auditorio Ángel Bustelo, las naves Cultural y Universitaria y los centros de congresos de San Rafael y de San Martín. El director de Promoción Turística subrayó también el papel de los hoteles de categoría. Por su parte, Fidel consideró que la provincia tiene calidad hotelera en todas sus categorías, incluidos los *hostels*.

► por Milagros Martín Varela



¿Te gustó? Compartilo

La cantidad de plazas de cuatro y cinco estrellas disponibles, la promoción del nicho dentro y fuera del país y el nivel de los recursos humanos explican por qué Mendoza es elegida para estos eventos.

La promoción

Montenegro explicó que el turismo de congresos se promociona, principalmente, a través de ferias de congresos que se realizan en distintos lugares del mundo. El funcionario también comentó que en Mendoza hay dos bureaux de congresos, uno en la ciudad de Mendoza y otro en San Rafael. En las ferias de promoción turística, el trabajo de esos grupos es armar una agenda de reuniones con personas interesadas en organizar congresos en la provincia de Mendoza y efectuar rondas de negocios y reuniones para concretarlos.

El evento del año

Hace unos días, a partir de la propuesta de Cancillería, Mendoza fue sede de la cumbre del Mercosur. Esto ayuda a seguir posicionando a la provincia y a que los visitantes inviertan en ella. Además, en septiembre de este año se realizará en Mendoza otra convención internacional importante: la Segunda Conferencia Internacional del Vino. Según revelaron desde el Emetur, en 2016 la provincia fue sede de aproximadamente 12 congresos.



Salidas ❄️ INVERNALES ❄️ mendocinas

Los precios fueron calculados para una familia tipo de cuatro personas: dos adultos y dos menores.

Los montos son estimativos. Se ha calculado un promedio por salida de acuerdo a la información oficial.

En la primera salida, se tomó el precio de un cine específico y el monto de las entradas no es equivalente al de ninguna promoción. En cuanto a los pochoclos y la comida rápida, los precios son de combos.

Los precios de la entrada al acuario fueron extraídos de la página web de la Municipalidad y los de Churricho, de la página web oficial de la empresa.

Ninguno de estos posee promoción.

Para el día de nieve en Vallecitos, el gasto de la nafta fue considerado para un auto tipo; por lo tanto, el precio puede variar según el vehículo y las distancias que se recorran. Lo mismo sucede con la comida que podríamos consumir.

Con respecto al enoturismo, no hay una regulación en el mercado de las bodegas. Se dificulta fijar un precio porque varía según la bodega, el vino que se va a degustar y las actividades que se desee realizar.

SALIDA 1

CINE

TOTAL: \$ 1446

Cine + Combo pochoclo familiar + Combo comida rápida
 Cuatro entradas: \$ 650
 Balde de pochoclo + cuatro bebidas chicas + golosina: \$ 306
 -Cuatro combos de hamburguesas + papas + gaseosas: \$ 490



SALIDA 2

ENOTURISMO

TOTAL: \$ 2720

Enoturismo
 - Degustación
 - Visita guiada
 - Picada



SALIDA 3

DÍA EN LA NIEVE

TOTAL: \$ 870

Día de nieve en Vallecitos
 - Nafta promedio, ida y vuelta: \$ 400
 - Alquiler culipatín: \$ 150
 - Comida:
 1 kg de pan: \$ 35
 1 kg de milanesas: \$ 90
 2 paquetes de galletas surtidas: \$ 50
 3 gaseosas: \$ 100
 Café de filtro (paquete chico): \$ 45



ESPECTÁCULOS

Local	Nacional	Internacional
- Entradas: \$ 20 a \$ 150 (promedio: \$ 100)	- Entradas: \$ 140 a \$ 460 (promedio: \$ 400)	- Entradas: \$ 300 a \$ 800 (promedio \$ 650)
- Merchandising: \$ 30	- Merchandising: \$ 150	- Merchandising: \$ 200
- Golosinas: \$ 40	- Golosinas: \$ 80	- Golosinas: \$ 80
- Estacionamiento medido: \$ 24	- Estacionamiento playa o cuida coches: \$ 50 a \$ 100	- Estacionamiento playa o cuida coches: \$ 50 a \$ 100
TOTAL: \$ 194	TOTAL: \$ 690	TOTAL: \$ 990

SALIDA 4



SALIDA 5

ACUARIO

TOTAL: \$ 404

Acuario + Chocolate con churros
 - Cuatro entradas: \$ 116
 - Cuatro chocolates + cuatro churros rellenos: \$ 288



Producción:
 Constanza Sánchez
 Coveperthwaite

Diseño:
 Chispa.com.ar

Seguridad vial, esa materia pendiente



► por Florencia Martínez del Río

Mendoza es una de las ciudades más elegidas para vacacionar en invierno y miles de mendocinos y turistas deciden recorrerla en vehículo o trasladarse a los centros invernales. Las rutas en ciertos sectores de la alta montaña son muy peligrosas y, si se le suma el exceso de velocidad, la situación puede convertirse en un combo fatal.

La Cámara de Turismo de Mendoza asegura que el mal estado de las rutas por falta de inversiones y ausencia de controles policiales son las causas más importantes de los siniestros viales. Ricardo Beccaceci, su vicepresidente, dijo a *Edición U* que las tragedias de los ómnibus en Horcones, en el que murieron 19 personas, y en La Cuesta de los Terneros, en San Rafael, que dejó un saldo de 15 fallecidos, "perjudican el trabajo de promoción del turismo que desarrollan el Estado y los privados. Se transmiten a todo el mundo y le hacen mucho daño a Mendoza como destino turístico ya que para su buen desarrollo hacen falta cuestiones básicas de infraestructura".

Para Beccaceci, el nuevo aeropuerto y los vuelos incorporados recientemente

al menú de las aerolíneas ayudan mucho turísticamente pero "parecen tapar falencias estructurales como la falta de inspección en las rutas, la inexistente decisión política de terminar con la informalidad (según sus datos, el 75 % de las unidades que trasladan a turistas no están registradas) y las demoras excesivas en los controles fronterizos que provocan que los ómnibus aceleren más de lo debido y que los pasajeros se impacienten. Estos aspectos deben corregirse para que el turismo pueda crecer aún más".

Cuestión de conducta

Sin embargo, Miguel Ángel Mendoza, profesor de la Universidad del Aconcagua de la carrera de Accidentología y Seguridad Vial, asegura que "las malas condiciones de las rutas generan un riesgo pero en esos casos el conductor tiene que bajar la velocidad y respetar las señales de tránsito. Es la gran solución porque no respetar estas dos cuestiones nos llevan a las principales causas de accidentes".

Con la intención de evitar siniestros en este invierno, en el que hay mayor circulación vehicular en alta montaña, el sur provincial y el Valle de Uco, la Policía Vial decidió no

realizar operativos especiales en zonas en las que ya han ocurrido graves accidentes sino controles particulares de esta época. Así se apostaron puestos fijos y móviles en la ruta 222, camino a Las Leñas, para prevenir los excesos de velocidad y controlar integralmente a los vehículos. En las rutas de acceso a la provincia si se reforzaron los operativos junto con el uso de radares y se colocaron puestos sorpresivos que los fines de semana realizaron controles de alcoholemia.

Gabriel Pereyra, jefe de la Policía Vial, explicó que "las tragedias viales hacen que se le preste más atención a esos lugares pero nada más. Los accidentes no tienen que ver con infraestructura. La ruta 144, en La Cuesta de los Terneros, por ejemplo, está en condiciones pero es muy peligrosa por su estrechez y pendientes pronunciadas".

Mendoza, en esta época es una hermosa foto: nieve, vino y alta montaña que los turistas siguen eligiendo. Sin embargo, parecen quedar aspectos por corregir para que la experiencia sea aún más positiva y el territorio mendocino deje de ser inseguro para transitar por tierra.

La Cámara de Turismo de Mendoza sostiene que las malas condiciones de las rutas derivan en tragedias viales que dañan la imagen turística de la provincia. Sin embargo, para los expertos, la principal causa es el exceso de velocidad.



¿Te gustó?
Compartilo

"La oferta teatral ha crecido más que la población"



Sus más de cinco décadas de oficio definen a Ernesto Suárez como un cronista de época invaluable. Por eso, cuando nos aventuramos a indagar en torno al consumo cultural de Mendoza, pensamos en el Flaco.

► por Mariela Encina Lanús



¿Te gustó?
Compartilo

Ernesto "El Flaco" Suárez no para. En un par de horas, como cada sábado, tiene función en el Teatro Bar La Comedia (tiene en cartel el unipersonal Hay cosas más dañinas que el tabaco) y el lunes arranca con Clásicos para niños y no tan niños, el ciclo de vacaciones de invierno en El Taller —la sala que levantó con sus propias manos—. Además, dirige los ensayos de la nueva creación colectiva del elenco De Sol a Sol y prepara una gira por los 30 años de Educando al nene, uno de los clásicos que comparte con Daniel Quiroga, su sobrino, su socio creativo, su amigo. El Flaco es historia viva. Sus más de cinco décadas de oficio lo definen como un cronista de época invaluable. Por eso, cuando nos aventuramos a indagar en torno al consumo cultural en Mendoza, pensamos en él. ¿Cómo se modificaron en los últimos años los índices de consumo de bienes culturales? ¿Consumimos más o menos teatro? ¿Qué lugar ocupa el consumo de bienes culturales dentro de lo que consideramos entretenimiento? El actor, director y maestro, referente del teatro popular en Latinoamérica, es un hombre memorioso. "En estos últimos 50 años, el teatro ha crecido en todo sentido:

en calidad y en cantidad. Cuando comencé este oficio, los elencos eran contados los dedos. Casi no existía una oferta teatral".

¿Y ahora, Ernesto?

Ahora es incomparable; la oferta teatral ha crecido mucho más que la población. La mayor publicidad que tenemos es la radio bamba (el boca a boca). Incluso, con la utilización de espacios no convencionales, como bares y cafés, y la creación de salas pequeñas, como La Casa Violeta, se ha abierto un abanico. El actor no solo puede vivir para el teatro, sino del teatro. Es cruel no poder hacerlo.

Si pensamos en la relación oferta/demanda, ¿ha crecido la cantidad de público que asiste a las salas?

Ha crecido, sí. La gente que va a mis espectáculos ya tiene hijos y nietos (ríe). Lo cierto es que es la variedad de la oferta ha hecho crecer la demanda. Con el advenimiento de la democracia, aumentó notablemente la cantidad de jóvenes interesados en el teatro. Cuando regresé del exilio seguían siendo un puñado; una obra no duraba mucho tiempo en cartelera, generalmente hacíamos tres

o cuatro funciones. Hoy, en cambio, hay varios elencos que mantienen una misma obra varias temporadas.

¿Por qué cree que el público busca los espectáculos de humor?

Porque las propuestas populares generalmente son de humor, pero también porque Mendoza no tiene una historia teatral todavía: la historia no se escribe en 50 años, sino en 100. Pensemos que Buenos Aires tiene más de ciento y pico de años de historia. Nuestra historia viene escribiéndose. En este devenir, tiene mucho que ver el incentivo que significa para los más jóvenes la Facultad de Teatro, además del Instituto Nacional del Teatro, que otorga líneas de financiamiento para producciones, equipamiento e infraestructura. Lo que sigue faltando, y faltará siempre, a riesgo de sonar pesimista, es un presupuesto fuerte para Cultura. Ante la falta de presupuesto, los funcionarios tienen las manos atadas. Hay más de 40 grupos y una decena de salas. La deuda pendiente es una ley provincial que acompañe este desarrollo.



El enoturismo en la lupa de la UNCUYO

La Universidad firmó un convenio con el Ministerio de Turismo de la Nación para desarrollar e impulsar el turismo del vino en toda la Argentina.

La UNCUYO y el Ministerio de Turismo de la Nación firmaron un acuerdo para promover el enoturismo en todo el país. Fernanda Bernabé, secretaria de Políticas Públicas y Planificación de la casa de estudios, aseguró que el objetivo es beneficiar a los pequeños productores, quienes obtendrán un ingreso extra al desarrollar competitividad y sostenibilidad.

Bernabé manifestó que este convenio permitirá que la Universidad trabaje y aporte desde el conocimiento, e incentivará el desarrollo local. Aseguró también que con esta política pública se beneficiarán quince provincias de todo el país.

La secretaria adelantó que en agosto de este año se realizarán las primeras medidas de implementación del acuerdo, y añadió que se pretende impulsar un trabajo con becarios de la licenciatura de Turismo de la UNCUYO para que estos estudiantes puedan realizar sus prácticas.

Desde la Secretaría de Políticas Públicas y Planificación también comentaron que Mendoza promueve una relación con los entes turísticos de las otras provincias participantes del convenio para desarrollar una mejor actividad. Un ejemplo es el programa "Camino del Vino", en el que se ha invertido 3,5 millones de pesos y que se articula entre la UNCUYO, el Ministerio de Turismo de la Nación, los entes turísticos de las provincias que abarca, el Instituto de Desarrollo Rural y Bodegas Argentinas.

12

Los programas

El acuerdo de la UNCUYO con la cartera nacional de Turismo implica tres programas.

El primero es el Plan Operativo del Turismo de Vino, que consiste en la concientización y la capacitación sobre la importancia de las políticas del sector enoturístico del país. El objetivo es acompañar a las provincias que no han implementado actividades relacionadas con el sector turístico ni con el vino. Así, esta iniciativa permitirá conocer cómo se pueden articular estos sectores a través de actividades culturales, deportivas y que involucren a los hoteles, entre otros aspectos.

En el segundo programa, que es la creación de un Observatorio Enoturístico, el actor estratégico involucrado es Bodegas Argentinas, organismo que producirá un relevamiento de datos y estadísticas. También generará algunos indicadores para la toma de decisiones, por ejemplo, la cantidad de visitantes que hay en cada provincia por el sector vitivinícola.

El tercer programa es el de creación del Sistema Georreferenciado. Se realizará junto al Instituto de Desarrollo Rural de Mendoza. Consiste en desarrollar un mapeo de las provincias donde se va a trabajar con los Caminos del Vino.

► por Víctor Sangiorgio

Propuestas turísticas de la Universidad

La UNCUYO ofrece dos opciones para disfrutar de la provincia: un refugio en Vallecitos y el camping Manquehue en El Carrizal.

El primero está ubicado en la alta montaña, a 2800 metros de altura sobre el nivel del mar, en el Parque Provincial Cordón del Plata. El lugar está pensado para realizar turismo de aventura, ecoturismo, entrenamiento, aclimatación y ascensiones a la montaña. Tiene capacidad para 36 personas.



En tanto, el camping ubicado en el Dique Embalse El Carrizal es ideal para pasar un día al aire libre, realizar actividades náuticas y recreativas. Cuenta con cabañas, churrasqueras, parcelas para carpas y pileta.



¿Te gustó?
Compartilo

NOTICIAS UNCUYO

IDIOMAS PARA APRENDER EN INVIERNO

Habrán cursos intensivos de inglés, portugués, alemán, francés y español para extranjeros, ofrecidos por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNCUYO. Durarán cinco semanas y serán presenciales.

Las inscripciones se harán los días 24, 26, 27 y 28 de julio de 9 a 13 y de 15 a 18. Los aspirantes deben tener 18 años cumplidos, por lo que al momento de anotarse tienen que presentar el DNI que acredite la edad.

Los interesados pueden acercarse a la Secretaría de Políticas Lingüísticas, ubicada en el 4º piso de la Facultad, y luego concretar el trámite en Contaduría.

Para más información, llamar al conmutador 413 5000, interno 2265, o escribir al correo politicasinguisticas@ffyl.uncu.edu.ar.



REVISTA CIENTÍFICA DE LA UNCUYO FUE RANKEADA INTERNACIONALMENTE

El Centro de Ediciones Académicas difundió que la revista científica de la Facultad de Ciencias Agrarias (FCA) de la UNCUYO (<http://revista.fca.uncu.edu.ar/>) alcanzó el puesto número 19 dentro del ranking mundial de 56 publicaciones reconocidas en el área de Agricultura Multidisciplinaria.

El reconocimiento lo otorgó Thomson Reuters, una de las instituciones internacionales más importantes dedicadas a la indexación de revistas científicas. En la base de datos de Reuters sólo participan 19 revistas argentinas y la de la FCA es la única en el campo de las Ciencias Agrarias.

La revista es una publicación semestral que divulga artículos originales e inéditos, escritos en inglés, cuya temática está relacionada con la Ingeniería Agronómica, Ciencias de los Alimentos y Recursos Naturales Renovables. Se creó en 1949 y se interrumpió por un breve período. Luego reinició sus actividades en la década del 80 y continúa hasta la actualidad.

El material que se presenta pertenece tanto a investigadores de la propia institución como a los de otras facultades y centros de investigación del país y del extranjero.

La inserción de los artículos está sometida a las normas internacionales vigentes, con referato por parte de especialistas en cada disciplina.



13

¡La salud NO SE toma vacaciones!

Continúan todas las actividades durante el receso invernal.

Tenés que inscribirte en Educación para la Salud de lunes a viernes de 8 a 13h en el SUM de DAMSU.

Estas son las próximas fechas de comienzo, ¡te esperamos!

Programa para Dejar de Fumar
27 de Junio

Programa de Oratoria para tu Voz
24 de Julio

Preparación para el Embarazo
24 de Julio

Programa de Orientación a la Universidad
28 de Julio

Programa para Bajar de Peso
4 de Agosto

Programa de Manejo del Estrés y la Ansiedad
12 de Agosto

Actividad Física en los horarios habituales.

DAMSU
Junto a la familia universitaria



LA UNCUYO TIENE SU PROPIO PROTOCOLO DE VIOLENCIA SEXISTA

El Consejo Superior de la Universidad aprobó la propuesta impulsada por el rector, Daniel Pizzi, de un protocolo de intervención institucional ante denuncias por violencia de género.

Cualquier persona que se considere víctima de violencia en el ámbito de la Universidad, en términos del artículo 4 de la Ley nº 26485, podrá formular la denuncia de la situación ante la autoridad de mayor proximidad por cualquier medio, quien se encargará de poner en conocimiento al funcionario designado por la Secretaría de Bienestar Universitario (SBU) en un plazo no mayor a 48 horas.

Por su parte, la SBU, en un plazo no mayor a 48 horas, coordinará una entrevista con la posible víctima. El funcionario que participe del encuentro deberá informar a la persona que tiene derecho a recibir asesoramiento integral en el ámbito de la SBU y/o acompañamiento –en caso de ser estudiante– de la Defensoría Estudiantil de la Universidad o ámbito y espacio afines.

Es importante aclarar que se considerarán de "gravedad y urgencia" aquellos casos en los que corra riesgo de vida o la integridad física de la denunciante o su grupo familiar.

Las autoridades designadas por la SBU deberán remitir sus actuaciones a la autoridad universitaria que detenta la potestad disciplinaria sobre el posible agresor en un plazo no mayor a las 48 horas de realizada la entrevista.

La denunciante podrá pedir que las sesiones sean reservadas o cerradas. En caso de que el denunciado tenga una situación directa de autoridad sobre quien realiza la denuncia, con el mismo acto administrativo con el que se disponga el inicio de la investigación administrativa pertinente, deberán dictarse las medidas preventivas que eviten el contacto entre ellos.

Según este protocolo y la Ley Nº26485, los funcionarios que intervienen en el proceso deberán proteger la identidad de la potencial víctima. Una vez resuelto el sumario administrativo, y junto con la sanción que procediere, el instructor en el informe previsto en el artículo 108 del Reglamento de Investigación Administrativa deberá expedirse sobre la posibilidad de medidas de reparación al daño y de no repetición del mismo.

Para concluir, la SBU monitoreará la aplicación del protocolo y realizará informes anuales sobre su avance, el cual comunicará al Consejo Superior.

CAMBIOS EN EL EMPADRONAMIENTO DE GRADUADOS

El Consejo Superior de la Universidad, a partir de una iniciativa que modificó el artículo 47 del Manual de Procedimientos Electorales, determinó que el padrón de electores del claustro de egresados quede abierto permanentemente hasta el 31 de marzo del año en que se realicen elecciones, y que se consolide cuando se cierran todos los padrones de la UNCUYO.

Otro cambio significativo es que estos graduados -recibidos antes del 31 de diciembre del 2003- podrán empadronarse personalmente completando una planilla o a través

de un tercero que la presente con copia del DNI actualizada. Esta documentación deberá presentarse en la oficina de Graduados de la facultad de la cual se egresó.

Así, todos los padrones para graduados quedan abiertos para que cualquier persona recibida antes del 2003 pueda inscribirse en cualquier momento del año, y en los años de elecciones puedan empadronarse antes del 31 de marzo. La inscripción es por única vez.

En tanto para quienes egresaron entre 2003 y el 2017, la incorporación al padrón es automática.



ESTUDIANTES DEL MARTÍN ZAPATA EXPERIMENTAN EN ROBÓTICA

Por segundo año consecutivo, esa escuela de la UNCuyo realiza el taller de Robótica y Programación para estudiantes de dos divisiones de cuarto año de la orientación en Informática. Así, unos cuarenta alumnos cursan en contraturno para aprender a programar e implementar prototipos que luego se vuelcan a modelos funcionales. El proyecto finaliza con el diseño de un robot que cumpla una misión determinada.

El taller cuenta con herramientas para programar en lo que se refiere a placas y software de desarrollo.

La intención es explorar el recurso y renovar las estrategias de enseñanza, reflexionar sobre los nuevos desafíos y oportunidades para enriquecer la experiencia educativa con robótica, teniendo en cuenta los contextos institucionales particulares.

ALUMNOS DE LAS ESCUELAS UNIVERSITARIAS DESARROLLAN PROYECTOS SOCIALES

Desde mayo y hasta diciembre, un grupo de estudiantes secundarios de la UNCUYO trabaja en las propuestas ganadoras de la segunda convocatoria del Programa de Inclusión Social.

Las iniciativas se financian por un monto de hasta \$ 15 000, las coordina un docente de las escuelas y articulan con organizaciones sociales.

En esta edición se presentaron ocho propuestas, de las cuales siete fueron aprobadas por un comité de evaluación integrado por docentes vinculados con organizaciones sociales. La Escuela de Comercio Martín Zapata obtuvo cuatro proyectos aprobados, mientras que la Escuela del Magisterio, el Liceo Agrícola y el Departamento de Aplicación Docente (DAD) trabajan en un proyecto cada uno.



Emiliano Cejas y Gabriel Rodríguez, dos de los emprendedores que impulsan el SIM-C.



LA UNCUYO SERÁ UN ESPACIO CARDIOASISTIDO

Con la adquisición de 40 desfibriladores externos automáticos (DEA), la Universidad busca ser un lugar cardioasistido y cumplir con la Ley Nº 27159. El rector Daniel Pizzi explicó que la incorporación de los equipos es parte del proceso de certificación de Universidad Saludable que inició en 2015.

Los aparatos tienen como destino los edificios de las dependencias universitarias en el campus y fuera de él.

Además, está prevista la capacitación de 150 empleados de la UNCUYO, personal policial del campus y de las empresas de seguridad de las distintas dependencias.

Para colaborar con las necesidades de su núcleo social más cercano, la UNCUYO donó un DEA a la Unidad Policial Parque y otro al Centro de Integración Comunitaria Nº2, que asiste a los barrios Flores, Olivares y Soberanía, de Ciudad.

AYUDAN A EMPRESAS A AHORRAR ENERGÍA

La Fundación Universidad Nacional de Cuyo y la Facultad de Ciencias Económicas trabajan en un Programa de Eficiencia Energética, que busca ayudar a las empresas locales a optimizar el costo y consumo de energía.

Un equipo de especialistas analiza los consumos históricos y futuros de electricidad y gas, y luego de realizar un relevamiento, propone las modificaciones que permitan la optimización.

Si el asesoramiento acepta la propuesta, se implementa el plan de mejora para luego evaluar los resultados alcanzados.

Los honorarios se establecen como un porcentaje de la efectiva disminución de los costos de la empresa.

Los interesados pueden escribir al correo info-func@uncu.edu.ar.



YA VENDEN UN MEDIDOR DE COMBUSTIBLE INTELIGENTE INCUBADO EN LA UNCUYO

Gabriel Rodríguez, Mauricio de Casas y Emiliano Cejas son tres emprendedores locales que desarrollaron y ya comercializan una herramienta que, a través del monitoreo inmediato, permite dar solución a las pérdidas generadas en las empresas por robo de combustible y el consumo inapropiado debido al deficiente funcionamiento de los vehículos.

Se trata del "Sistema Inteligente de Medición de Combustible SIM-C", una

innovadora solución para medición, monitoreo y control instantáneo de toda la información referida a cargas, descargas, nivel y consumo de combustible en los depósitos de vehículos de transporte, maquinaria en general, tanques fijos de despacho de combustible y tanques cisterna.

El proyecto ingresó a un programa del área de Desarrollo Emprendedor de la Universidad en 2015 y ahora ya son 12 las empresas de Argentina que lo utilizan. Incluso ya realizaron su primera exportación a Uruguay.

MATCH ♥

ESE DULCE ENCONTRONAZO
ENTRE MENTES INQUIETAS Y
PROGRAMAS PARA PENSAR.

96.5 FM

- ▲ 07:00 **DALE!**
- ▲ 10:00 **EL VUELTERO**
- ▲ 13:00 **ALTO VOLTAJE**
- ▲ 14:00 **SIEMPRE ES HOY**
- ▲ 16:00 **LA POSTA**
- ▲ 19:00 **EL SUPLEMENTARIO**



UNIVERSIDAD RADIO U 96.5

25 AÑOS DE UNA RADIO QUE TE HACE PENSAR.