

Facultad

TURISMO Y HOSPITALIDAD

Carrera

LICENCIATURA EN TURISMO

CHAPELCO

Estudio de mercado para la inversión
En nuevas plazas hoteleras

Autor

ELVIO BRICHS

Matrícula

23209

U.A.I.

Buenos Aires, noviembre 2008

INDICE

	<u>PAGINA</u>
PRIMERA PARTE.....	5
INTRODUCCION AL TEMA	5
JUSTIFICACION DEL TEMA	7
ALCANCES Y APORTES DE LA INVESTIGACION.....	9
PROBLEMAS DE LA INVESTIGACION.....	10
<i>Principales.....</i>	<i>10</i>
<i>Secundarias.....</i>	<i>10</i>
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	12
<i>Objetivo General:.....</i>	<i>12</i>
<i>Objetivos Particulares:.....</i>	<i>12</i>
ASPECTOS METODOLOGICOS	13
<i>TIPO DE INVESTIGACION.....</i>	<i>13</i>
UNIDADES DE ANÁLISIS	15
INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	18
<i>ENCUESTA PERSONAL.....</i>	<i>18</i>
Diseño de Encuesta Personal.....	19
<i>ENTREVISTA A INFORMANTES CLAVES.....</i>	<i>21</i>
Diseño de Entrevista a Informantes Claves.....	21
OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	22
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y EXTRA HOTELEROS EN EL CERRO CHAPELCO.....	22
DEMANDA TURÍSTICA QUE VISITA CERRO CHAPELCO.....	23
COMPETENCIA DE OTROS CENTROS INVERNALES CON CERRO CHAPELCO.....	24
CANALES DE COMERCIALIZACION DEL CERRO CHAPELCO	25
SEGUNDA PARTE.....	26
MARCO TEÓRICO	26
<i>Marco referencial.....</i>	<i>26</i>
<i>Contexto geográfico:.....</i>	<i>26</i>
<i>Marco conceptual.....</i>	<i>30</i>
RED CONCEPTUAL ESTUDIO DE MERCADO	34
TERCERA PARTE.....	44
ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL CERRO CHAPELCO.....	44
MAPA DE PISTAS, MEDIOS DE ELEVACIÓN Y PARADORES.....	47
ANÁLISIS DE LA OFERTA HOTELERA Y EXTRAHOTELERA DEL CERRO CHAPELCO.....	48
<i>FICHAS TECNICAS DE RELEVAMIENTO HOTELERO Y EXTRAHOTELERO EN LA ZONA DEL CERRO CHAPELCO.....</i>	<i>48</i>
Conclusiones Preliminares	57

ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN CERRO CHAPELCO	58
ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	71
ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES.....	79
<i>Conclusiones Preliminares.....</i>	<i>82</i>
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	84
CENTRO DE ESQUI CERRO CHAPELCO CARACTERÍSTICAS GENERALES.....	84
CARACTERÍSTICAS GENERALES, CENTROS DE ESQUÍ COMPETENCIA DE CHAPELCO.....	89
CENTROS DE ESQUÍ CHILENOS.....	96
COMPETENCIA DEL CERRO CHAPELCO EN ARGENTINA Y CHILE. UBICACION	98
<i>Diferenciación</i>	<i>99</i>
<i>Conclusiones Preliminares.....</i>	<i>100</i>
ANÁLISIS DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION.....	101
SERVICIOS ON-LINE.....	101
AGENCIAS DE VIAJE.....	101
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	102
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	102
<i>Conclusiones Preliminares.....</i>	<i>104</i>
ANÁLISIS FODA.....	105
ANÁLISIS DE LA INVERSION EN NUEVAS PLAZAS HOTELERAS.....	106
<i>POSIBILIDADES DE INVERSIÓN.....</i>	<i>106</i>
<i>Conclusiones preliminares</i>	<i>108</i>
PLAN MAESTRO DE TURISMO	110
LAS PENDIENTES.....	111
Conclusiones Preliminares y Propuesta	113
INVERSIONES EN INNOVACIONES.....	114
<i>Crecimiento del sector turístico invernal.</i>	<i>114</i>
Conclusiones Preliminares	115
CONCLUSION FINAL.....	116
BIBLIOGRAFIA.....	121
PAGINAS WEB RELACIONADAS CON EL TEMA.....	123
ANEXOS	125

PRIMERA PARTE

TITULO

“Chapelco: Estudio de mercado para la inversión en nuevas plazas hoteleras”

INTRODUCCION AL TEMA

En el Cerro Chapelco se encuentra uno de los principales centros invernales de la Argentina, además de ser frecuentado por los esquiadores locales, el Cerro Chapelco convoca a turistas de diversos países que lo eligen como destino para disfrutar de la nieve y las pistas de esquí de nivel internacional.

Las actividades turísticas más promocionadas tradicionalmente en el Cerro Chapelco han sido las actividades invernales, por lo que el turista ha debido alojarse en la ciudad de San Martín de los Andes, dado que dicha ciudad se ha transformado en el centro de distribución más cercano y el más calificado en lo que a infraestructura hotelera se refiere.

El propósito de realizar un estudio de mercado, es el de conocer la factibilidad de inversión que existe en la zona del Cerro Chapelco y alrededores; en relación con la creación de nuevos establecimientos hoteleros y/o extra hoteleros; con el objetivo de aumentar las plazas hoteleras disponibles.

Dado que en un estudio de mercado se debe analizar con profundidad, principalmente todo aquello que le concierne a la *oferta y la demanda*; se efectuará una investigación de las necesidades del turista que visita el Cerro Chapelco, como así también las preferencias y gustos por parte del turista que visita el destino para la práctica del esquí.

En relación con la oferta hotelera que brinda la zona del Cerro Chapelco; se efectuará un relevamiento, de todos aquellos establecimientos hoteleros y extra-hoteleros que existen en el Cerro Chapelco propiamente dicho.

Se realizara un *análisis de la competencia* en la cual se identificarán los diferentes centros invernales que posee la provincia de Neuquén, luego la Argentina, y por ultimo todos aquellos que están ubicados en Chile. Se tomará como referencia de competencia aquellos centros invernales que tengan mayores visitas durante sus temporadas altas.

Se hará referencia a los *canales de comercialización*, mediante los cuales se da a conocer el destino “Cerro Chapelco” al turista, tanto nacional como extranjero.

Veremos de esta manera cómo se vende, promociona y comercializa el producto “Cerro Chapelco” y de qué forma llega al turista potencial.

En síntesis con el presente estudio de mercado se pretende demostrar que existen posibilidades de desarrollo económico y en la creación de establecimientos hoteleros y extra hoteleros, a los cuales se los considera de suma importancia para el desarrollo de un centro turístico. Esta investigación, servirá además para brindar una noción clara de la cantidad de consumidores (esquiadores) que habrán de adquirir un servicio hotelero en la base del Cerro Chapelco.

Por otra parte, el estudio de mercado indicará si las características del servicio corresponden a las que desea adquirir el turista.

JUSTIFICACION DEL TEMA

Al comenzar el tema de investigación, y analizar las estadísticas de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística, me resultó de interés abordar el tema con un enfoque basado en la experiencia del turista en el destino; dado que más del 78 % de los turistas que visitan San Martín de los Andes, lo hacen con el propósito de realizar actividades invernales, y en vistas de que la zona de Chapelco se encuentra actualmente en un momento de pleno desarrollo turístico; me resulta apropiado y pertinente realizar una investigación en profundidad del mercado que consume dicho destino, como así también sus preferencias y actividades que realizan.

Otra de las razones por las cuales se realizará un estudio de mercado es a consecuencia de las escasas plazas hoteleras que posee el Cerro Chapelco (en la actualidad existen solo nueve establecimientos de las cuales ocho son cabañas y solo uno es hotel)¹; dado que la mayor parte del flujo turístico se hospeda en San Martín de los Andes; en donde las plazas hoteleras desbordan su capacidad en la temporada alta; debido a la gran ocupación.

Uno de los principales inconvenientes con los que se encuentra el turista que arriba a la ciudad de San Martín de los Andes con el objetivo de visitar el Cerro Chapelco, para realizar esquí; es que existe una distancia de 20 kilómetros entre la ciudad de San Martín de los Andes y la base del cerro Chapelco. El camino posee 15 kilómetros asfaltados y los últimos 5 de ripio; igualmente el uso de cadenas de nieve en los neumáticos de los vehículos es obligatorio por las mañanas de bajas temperaturas. Se demora aproximadamente entre 40 minutos a 1 hora viajando, ya sea en combi o en auto.

Es fundamental tener en cuenta que los medios de elevación poseen un horario de funcionamiento de 9:30 a 17:30, y es por este motivo y los anteriormente citados que el turista que desee realizar alguna actividad invernal, como por ejemplo el esquí; deberá calcular la hora, a la cual se tendrá que levantar en caso de que quiera estar entre los primeros en ascender al Cerro.

Este inconveniente sumado a la cantidad de turistas que visitan el Cerro Chapelco, en comparación con la disponibilidad de plazas hoteleras y extra-hoteleras efectivamente en el Cerro Chapelco, fueron los determinantes al momento de elección del tema, y los que permitieron decidirme por realizar un estudio de mercado apuntado al turismo de esquí, con el propósito de investigar la necesidad de creación de nuevas plazas hoteleras en la zona del Cerro Chapelco. Un condicionante también muy importante a la hora de la elección del trabajo de investigación fue el gusto, y preferencia por este lugar, además de ser un practicante apasionado del esquí.

¹ www.welcomeargentina.com/chapelco/alojamiento

El desarrollo de esta investigación conjunto con la realización de un estudio de mercado contribuiría a descongestionar el estrangulamiento del servicio hotelero en las temporadas donde se produce una sobre ocupación del servicio hotelero, así como también plantear futuros proyectos de inversión hotelera en el Cerro Chapelco.

Por último, año tras año el desarrollo turístico que posee la zona de Chapelco, es cada vez más creciente y constante; es por esta razón que resulta de gran utilidad, el análisis de la oferta y demanda turística de este destino; como así también un análisis de las fortalezas y debilidades que este centro invernal posee.

Año tras año la llegada de turismo internacional al Cerro Chapelco se vuelve más intensa; como se puede observar en el cuadro estadístico el 25.2 % de la demanda turística que visita el cerro Chapelco es de origen internacional. Este porcentaje se incrementa año tras año debido al tipo de cambio que favorece al turismo internacional; y a la cercanía del Centro de Esquí con otros destinos turísticos.

Otro dato de interés es que el 16,27 por ciento de la demanda internacional proviene de Brasil y este factor se debe principalmente por la cercanía con el país (solo 2 horas de viaje), además del tipo de cambio favorable. **Ver Análisis de la Demanda Pág. 57)**

Teniendo en cuenta que el 80,24 por ciento de las personas que visitan el Cerro Chapelco lo hacen con el propósito de realizar actividades invernales, y de los cuales el 72.12 por ciento realiza como actividades el esquí y el snowboard, es de suma importancia la cercanía con el centro de esquí en si mismo.

El esquí es un deporte que requiere mucha actividad física y los tiempos de arribo y partida al centro de esquí son sumamente importantes, es por esta razón que resulta conveniente y de suma importancia para cualquier esquiador, la cercanía del alojamiento donde se hospeda con el centro de esquí; así como también la duración del viaje desde su lugar de alojamiento, hasta donde se encuentren los medios de elevación.

Otro de los datos que nos brinda la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén - Dirección de Estadística es que el 43,90 por ciento de las personas que visita el Cerro Chapelco, lo hace con el propósito de descansar; lo cual habla de la belleza paisajística y natural que posee la zona del Cerro Chapelco, el cual es elegido por el 43,90 por ciento de las personas a las que le preguntan la razón de elección del lugar. De esta manera el turista que visita la zona con el propósito de descansar tendrá como preferencia una cabaña con vista al lago Lacar enclavada en un bosque de lengas nevado.

Las expectativas de crecimiento a futuro en relación a la ocupación hotelera son muy positivas, esto se debe a las inversiones que se producen año tras año en materia de mejoras y es otra de las razones por las que es oportuno realizar un estudio de mercado apuntado al turismo de esquí en Cerro Chapelco, con vistas a la construcción de nuevos establecimientos hoteleros que produzcan una mayor cantidad de plazas hoteleras.

ALCANCES Y APORTES DE LA INVESTIGACION

El **alcance geográfico** del siguiente estudio de mercado se sitúa en el Cerro Chapelco propiamente dicho, el cual se encuentra ubicado a 20 Km. de la ciudad de San Martín de los Andes, en la provincia de Neuquén.

En lo que **alcance temporal** se refiere, el presente trabajo relevará aspectos de los alojamientos que se encuentran en el Cerro Chapelco; como así también se llevarán a cabo encuestas a las personas que visitan el cerro; del 31 de Agosto al 14 de Septiembre del 2007, y del 14 al 20 de Julio del 2008.

La importancia principal que posee la siguiente investigación, es la de lograr un aporte significativo en materia de consulta a futuro, para posibles inversores, generando y proporcionando un material relevante; acerca de la viabilidad y factibilidad de iniciar proyectos hoteleros en la zona.

El estudio de mercado servirá además para conocer las relaciones del mercado con la oferta y la demanda; determinando así el tipo de turista que visita el Cerro Chapelco; lo cual será de gran utilidad para los propietarios de alojamientos hoteleros y extra-hoteleros, como así también para aquellos inversores que deseen iniciar proyectos en el destino.

Al analizar la competencia que posee el Cerro Chapelco, y los canales de comercialización a través de los cuales se comercializa el producto, se podrá determinar con mayor exactitud las ventajas y desventajas de cada uno de ellos.

El presente trabajo será de utilidad para efectuar análisis económicos y financieros, por parte de entidades de carácter público o privado.

Por último, uno de los aportes más significativos, es que al ser un trabajo de investigación con datos actualizados permitirá a otros alumnos universitarios interesados en proyectos que incluyan estudios de mercados, el disponer de una base de datos actualizados; la cual tendrá como fin reforzar investigaciones o proyectos similares.

PROBLEMATICAS DE LA INVESTIGACION

Teniendo en cuenta lo visto anteriormente surgen en consecuencia las siguientes preguntas de investigación:

PRINCIPALES

1)

- ¿Qué relación existe entre la actual demanda, por parte del turista que visita el destino para la práctica de esquí y snowboard; y la oferta hotelera y extrahotelera que brinda el Cerro Chapelco (Provincia de Neuquén; República Argentina) en las temporadas invernales de los años 2007 y 2008?

2)

- ¿Qué oportunidades de inversión en nuevas plazas hoteleras y extrahoteleras, existen en el Cerro Chapelco?

SECUNDARIAS

1)

- ¿Cuáles son las características de la oferta hotelera y extrahotelera que ofrece el cerro Chapelco al turismo?
- ¿Cuál es el perfil de la demanda turística que visita el Cerro Chapelco, para la práctica de deportes invernales?
- ¿Cuáles son las características de los canales de comercialización que posee el Cerro Chapelco?
- ¿Qué características presenta el equipamiento hotelero y extrahotelero del Cerro Chapelco en la actualidad, en relación a la cantidad de plazas disponibles?

2)

- ¿Cuál es el posicionamiento actual del Cerro Chapelco en el mercado Argentino de turismo invernal?
- ¿Qué tipo de promociones utiliza Cerro Chapelco para promocionar su oferta de alojamiento? Y ¿Cuáles son los medios de comunicación más utilizados?
- ¿Qué relevancia turística tiene el Cerro Chapelco en relación con otros destinos de esquí de la Argentina?
- ¿Qué tipo de proyectos de inversión, surgen actualmente de organismos gubernamentales, para fomentar la creación de nuevas plazas hoteleras?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

OBJETIVO GENERAL:

- Desarrollar un estudio de mercado en el Cerro Chapelco para impulsar y fomentar la inversión en nuevas plazas hoteleras.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- Analizar el perfil de demanda que visita el Cerro Chapelco.
- Releva los diferentes alojamientos hoteleros y extra-hoteleros en la zona del Cerro Chapelco.
- Determinar las potencialidades y vulnerabilidades que ofrece el destino a través de un análisis FODA.
- Determinar y analizar cuáles son los canales de comercialización más utilizados por el turista que visita el Cerro Chapelco.
- Determinar aquellos centros invernales de la Argentina que son competencia del centro invernal Cerro Chapelco.
- Analizar los diferentes requisitos y normativas legales que rigen en la zona del Cerro Chapelco; en relación con el establecimiento de nuevas plazas hoteleras.

ASPECTOS METODOLOGICOS

TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación que se llevará a cabo basándonos en los objetivos anteriormente planteados será del tipo **Exploratorio-Descriptivo**, debido a que:

“Son investigaciones **exploratorias** aquellas que sólo se proponen alcanzar una visión general, aproximativa, del tema en estudio. Se realizan generalmente cuando predomina alguna de las siguientes circunstancias: a) el tema escogido ha sido poco estudiado hasta el momento y no existe sobre el mismo un conocimiento tal que permita formular hipótesis precisas o hacer una descripción sistemática; b) cuando aparecen, en un campo de estudios determinado, nuevos fenómenos que, o bien no se conocen aún exactamente, o bien no se comprenden a cabalidad sobre la base de las teorías existentes.”²

La investigación tendrá también un carácter **descriptivo** debido a que las investigaciones descriptivas se proponen conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. **No se ocupan, pues, de la verificación de hipótesis**, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente.³

La investigación descriptiva abarca una gran parte de la investigación de mercado; el objetivo principal de una investigación con carácter descriptivo es proporcionar una imagen exacta del medio que se está describiendo.

A fin de recolectar toda la información necesaria sobre el mercado turístico que visita el cerro Chapelco se utilizará tanto la metodología cualitativa como la metodología cuantitativa.

- La **metodología cuantitativa** se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar a un marco conceptual pertinente el problema analizado.
- En **la metodología cualitativa** no es prioritario medir sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada.

La metodología que se utilizará para realizar el estudio de mercado del siguiente trabajo de investigación será a través de la recolección de información de dos tipos de fuentes: **Primarias y Secundarias**.

² Como hacer una tesis. 1994. Sabino Carlos. Editorial Panapos. Caracas.

³ Como hacer una tesis. 1994. Sabino Carlos. Editorial Panapos. Caracas.

Las fuentes primarias estarán relacionadas con las observaciones, entrevistas con personas del lugar, y fundamentalmente con el relevamiento del sistema turístico del cerro Chapelco.

Las fuentes secundarias se basarán en la recolección de datos previamente analizados como son por ejemplo las estadísticas suministradas por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén - Dirección de Estadística, como así también la folletería suministrada por la casa de la provincia de Neuquén en Buenos Aires, entre otras.

UNIDADES DE ANÁLISIS

Se analizarán las diferentes unidades de análisis y sus respectivas variables en relación con la oferta, la demanda, la competencia y los canales de comercialización; para cada una de ellas se analizarán universos y variables diferentes.

- **UNIDAD DE ANÁLISIS DE LA OFERTA:** Cada uno de los establecimientos hoteleros y extra-hoteleros que posee el Cerro Chapelco
- **VARIABLES:** Localización, categoría, distancias, servicios incluidos y opcionales, y medios de acceso de cada uno de los establecimientos hotelero y extra-hoteleros del Cerro Chapelco en las temporadas invernales de los años 2007 y 2008.

- **UNIDAD DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA:** Cada uno de los turistas que se encuentra en el Cerro Chapelco en la temporada invernal de los años 2007 y 2008
- **VARIABLES:** Edad, sexo, nacionalidad, motivaciones de la visita, grupo de viaje y estadía de cada una de las personas que se encuentran en el Cerro Chapelco en la temporada invernal de los años 2007 y 2008.

- **UNIDAD DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:** Centros invernales de mayor concurrencia que se encuentren en la Argentina.
- **VARIABLES:** Superficie esquiable, estilos, desnivel esquiable, pistas, medios de elevación, servicios, accesibilidad y precios.

- **UNIDAD DE ANÁLISIS DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION:** Cada uno de los turistas que se encuentra en el Cerro Chapelco en la temporada invernal de los años 2007 y 2008
- **VARIABLES:** Forma de compra del producto “Cerro Chapelco”, elección del lugar, de que manera conocieron el lugar.

Dado que el presente trabajo refiere a un estudio de mercado, y como en tal existen unidades de análisis tanto en la oferta como la demanda, se analizarán para ello las **interacciones sociales como unidad de análisis**.

La principal interacción social que podemos observar es la de Cada uno de los establecimientos hoteleros y extra-hoteleros que posee el Cerro Chapelco en las temporadas invernales de los años 2007 y 2008; en relación con cada uno de los visitantes que se encuentra en el Cerro Chapelco en la temporada invernal de los años 2007 y 2008.

Ya que el número de establecimientos hoteleros en el Cerro Chapelco se encuentra disponible en forma práctica para ser seleccionado en una muestra, no es necesario tomar una muestra representativa del universo, ya que se relevaran todos los establecimientos hoteleros y extra hoteleros de la zona, para su posterior relación con cada uno de los visitantes que se encuentra en el Cerro Chapelco en la temporada invernal de los años 2007 y 2008.

Para establecer la muestra de la unidad de análisis de la demanda previamente citada es necesario establecer una muestra representativa, aquella que refleje en sus unidades lo que ocurre en su universo; las conclusiones que de ella se extraigan serán generalizadas al conjunto y representará la conducta del universo en su conjunto.

Se describirá **la población a estudiar**, la cual definiremos como el conjunto de elementos definidos para nuestro estudio, y sobre el que haremos referencia al obtener los resultados. Ellos son el conjunto de turistas que visitan el Cerro Chapelco, con el propósito de realizar actividades invernales.

En relación al **marco muestral** se delimitará la población bajo parámetros muestrales, en base a áreas geográficas previamente delimitadas en las que se distribuyen los habitantes de la población; ellas serán:

- Base del Cerro Chapelco.
- Medios de elevación.
- Pistas de esquí.
- Paradores del cerro.
- Restaurantes y confiterías del cerro.

Para definir **la muestra** representativa de la población a estudiar, se extraerá del marco conceptual aquellas que reflejen en sus unidades de análisis lo que ocurre en la población, las conclusiones que de ella se extraigan podrán ser generalizadas al conjunto en general.

Unidad de muestreo:

- Unidad de análisis: Personas de entre 13 y 45 años de edad.
- Unidades de muestreo: Personas que se encuentren dentro de las zonas geográficas previamente citadas.
- Alcance: Únicamente personas que practiquen esquí y snowboard.
- Tiempo: del 31 de Agosto al 14 de Septiembre del 2007, y del 14 al 20 de Julio del 2008.

Entre la población y la muestra existe una relación cuantitativa y otra cualitativa. La relación **Cuantitativa** es la que se establece entre los conceptos que expresan la parte de la población representada por la muestra, y a su vez, los conceptos matemáticos que indican las operaciones necesarias que hay que realizar para poder obtener, a partir de las muestras, la cantidad de sujetos que constituyen la población.

La relación **Cualitativa** es la que pretende establecer la mejor correspondencia posible entre la población y la muestra.

Definición del tamaño de la muestra

Se efectuará a través de un **muestreo no probabilístico, por conglomerado** puesto que la población se caracteriza por ser homogénea entre sí.

Además el muestreo no probabilístico por conglomerado es adecuado dado que la población es muy grande y dispersa; otro de los beneficios de este tipo de muestreo es que no es preciso tener un listado de toda la población, solo se necesita las unidades primarias de muestreo.

En caso del presente trabajo de investigación se habla de muestras no probabilísticas, pues no es razonable hablar de muestras representativas dado que no conocemos las características de la población⁴

La recolección de datos se efectuó a través de una muestra de 100 individuos, se seleccionaron a los sujetos siguiendo determinados criterios y procurando que la muestra sea representativa. La muestra fue extraída de un universo aproximado de 2400 esquiadores por día. Teniendo en cuenta el cálculo provisto por el Cerro Chapelco de: 1900 esquiadores los días de semana y 3100 los fines de semana.

Se realizaron 7 encuestas por día, durante un lapso de 7 días, en las temporadas invernales de los años 2007 y 2008.

⁴ Metodología de la Investigación / M. En C. Roberto Hernández Sampiere México. 1997

INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

ENCUESTA PERSONAL

El medio o instrumento que se utilizará para la obtención de información primaria será: **La encuesta**; dicha encuesta se realiza en forma de entrevista cara a cara entre el encuestador y encuestado.

La encuesta contará con un cuestionario de preguntas, cuyo diseño contendrá tanto preguntas del tipo cerradas (dicotómicas y lista de preguntas) como también preguntas semi-cerradas.

Elegí este instrumento ya que servirá para conocer el perfil de la demanda que visita el Cerro Chapelco, así como también para poder extraer estadísticas sobre los turistas que practican esquí, en relación a la creación de nuevos establecimientos hoteleros, y extra hoteleros.

Las encuestas serán realizadas en los diferentes refugios de montaña ubicados en el Cerro Chapelco y se distribuirán uniformemente de la siguiente manera:

- 20 encuestas en la Base del Cerro Chapelco.
- 20 encuestas en el Restaurante de la Base
- 20 encuestas en el Restaurante Antulauquen.
- 20 encuestas en el Refugio Graeff.
- 20 encuestas en Pradera del Puma

Dado el tipo de información que se pretende extraer a través de las encuestas que se realizarán, vale aclarar que dichos refugios son homogéneos en cuanto no se investiga el refugio propiamente dicho, ni tampoco la cantidad de turistas que concurren a éste, ni su nivel de destreza en la práctica de actividades invernales.

DISEÑO DE ENCUESTA

“Hola Buenos días/tardes mi nombre es Elvio Brichs y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana, siempre que no le moleste, ¿le podría realizar una encuesta?, es para mi trabajo final y no lo demorare mas de 5 minutos”

Edad:

Sexo:.....

1) -¿En qué tipo de Hospedaje se encuentra alojado actualmente?

.....

2) -¿Es la primera vez que visita Cerro Chapelco?

Si.....

No.....

3) -¿Cuánto tiempo tiene pensado quedarse?

(Elegir una)

De dos a tres días

Una semana

Dos semanas

Más de dos semanas

4) -¿Cuál es el motivo de su viaje?

(Elegir una)

Conocer

Recreación

Deporte

Placer y diversión

Otras.....

5) -¿Quién lo acompaña en su viaje?

(Elegir una)

Nadie

Familiares

Amigos

Pareja

Otros

6) -¿En qué medio de transporte vino?

(Elegir una)

Automóvil

Autobús

Avión

7) -¿Cómo contrató su viaje?

(Elegir una)

A través de una agencia de viajes

Por su cuenta

A través de Internet

Otros.....

8) -¿Cómo se informó del destino Cerro Chapelco?

(Elegir una)

Folletos

Amigos

Internet

TV.

Periódicos

Otros.....

9) -¿Está usted conforme con los servicios prestados por el Cerro Chapelco?

Si.....

No.....

-¿Por qué?.....

10) ¿Cuál es el tiempo que demora (aproximadamente) en llegar a su alojamiento luego de haber tenido un día de esquí?

.....

11) De existir alojamientos en el Cerro Chapelco ¿Se alojaría? ¿Por qué?

.....

12) ¿De que manera piensa que la creación de nuevas plazas hoteleras en las cercanías del centro invernal contribuiría a la imagen del Cerro Chapelco?

.....

ENTREVISTA A INFORMANTES CLAVES

Para la selección de los informantes claves se tomó como criterio de selección los objetivos de la investigación además de las preguntas orientadoras del problema de investigación, es por ello que se realizaron entrevistas de manera informal a informantes claves; sólo habrá unas cuantas preguntas fijas, a modo de lista de control sobre un determinado tema. Durante la entrevista surgirán preguntas a raíz de la observación de las respuestas obtenidas y los temas que los entrevistados quieran tocar.

Se podrán obtener respuestas más significativas utilizando preguntas abiertas, tales como: 'Pero ¿por qué?' o 'Por favor, cuénteme más' o '¿Quiere UD. añadir algo más?'

La razón principal por la que elegí este tipo de instrumento, es que al ser una entrevista personal a través de una conversación, me resultará mas favorable y provechoso obtener información basada en la perspectiva del entrevistado respecto de los temas que plantee.

Además por tratarse de un estudio de mercado con el objetivo de crear nuevos establecimientos hoteleros que aumenten la cantidad de plazas hoteleras en el destino; es primordial la opinión de profesionales en el tema.

DISEÑO DE ENTREVISTA A INFORMANTES CLAVES

Algunas de las preguntas que se realizarán en la entrevista serán:

- Según su visión, ¿Cómo piensa que será la demanda turística en el Cerro Chapelco, para los próximos años? ¿Por qué?
- ¿Cree suficientes la cantidad de plazas hoteleras con las que cuenta el Cerro Chapelco en la temporada invernal? ¿Por qué?
- A su entender: ¿Cuáles cree son las desventajas que presenta la oferta hotelera en la actualidad? ¿Qué mejoras realizaría?
- ¿Cree usted necesaria las futuras inversiones financieras en la zona del Cerro Chapelco? ¿Por qué?
- ¿Cómo cree que afectará la construcción de nuevas plazas hoteleras a la población local?
- En el caso de ser usted un posible inversor, ¿colocaría su inversión en el destino Cerro Chapelco? ¿En qué tipo de alojamiento?
- ¿De qué manera considera que pueden afectar los reclamos de las comunidades mapuches, una inversión financiera en nuevas plazas hoteleras?
- Según su criterio: ¿Cómo cree que beneficiaría una villa hotelera en la base del Cerro Chapelco, similar a la del Cerro Tronador?

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS Y EXTRA HOTELEROS EN EL CERRO CHAPELCO

- 1) **VARIABLE:** Localización **DIMENSION:** -Cerro Chapelco
-Alrededores del Cerro Chapelco
-Base del Cerro Chapelco
-Las Pendientes.

- 2) **VARIABLE:** Categoría **DIMENSION:** -Hotel
-Cabaña
-Lodge
-Casa de montaña.

- 3) **VARIABLE:** Distancia **DIMENSION:** -desde Neuquén ciudad
-desde Bariloche
-desde Capital Federal
-en auto
-en micro
-en avión

- 4) **VARIABLE:** Servicios **VALOR:** -Incluidos
-No incluidos

- 5) **VARIABLE:** Comidas ofrecidas **DIMENSION:** Desayuno
Media pensión
Pensión completa
Ninguna comida

- 6) **VARIABLE:** Servicios Ofrecidos **VALOR:** Transfers
Medios de elevación
Servicio de mucama
Instructores
Estacionamiento
Otros

DEMANDA TURÍSTICA QUE VISITA CERRO CHAPELCO

- 1) **VARIABLE:** Grupo Etéreo **VALOR:** De 13 a 18 años
De 19 a 25 años
De 26 a 35 años
De 36 a 45 años
- 2) **VARIABLE:** Sexo del visitante **VALOR:** Masculino
Femenino
- 3) **VARIABLE:** Nacionalidad **DIMENSION:** Argentino
Extranjero
- 4) **VARIABLE:** Asistencia al lugar **DIMENSION:** Sólo
En pareja
En familia
Con amigos
- 5) **VARIABLE:** Cantidad de acompañantes **VALOR:** Ninguno
1
2
3
4
Mas de 4
- 7) **VARIABLE:** Motivación **DIMENSION:** Conocer
Recreación
Deporte
Placer y diversión
Otras
- 8) **VARIABLE:** Estadía promedio **VALOR:** De dos a tres días
Una semana
Dos semanas
Más de dos semanas
- 9) **VARIABLE:** Contratación del viaje **VARIABLE:** Internet
Agencia
Usted mismo
Otros

COMPETENCIA DE OTROS CENTROS INVERNALES CON CERRO CHAPELCO

- **VARIABLES:** Cerro Catedral
Las Leñas
Cerro Bayo
La Hoya
Cerro castor
Cerro Penitentes
Cerro Caviahue

- **UNIDADES DE ANÁLISIS:** Superficie Esquiable
Estilos
Desnivel Esquiable
Pistas
Medios de elevación
Servicios
Accesibilidad
Precios

CANALES DE COMERCIALIZACION DEL CERRO CHAPELCO

VARIABLE: Forma de compra

DIMENSION: Efectivo
Con tarjeta
Otros.

VARIABLE: Conocimiento del lugar

VALOR: TV
Amigos
Agencia de viajes
Paginas Web
Folletos
Periódicos
Otros

VARIABLE: Elección del lugar

DIMENSION: Costumbre
Precio
Cercanía
Atractivos

SEGUNDA PARTE

MARCO TEÓRICO

Marco referencial

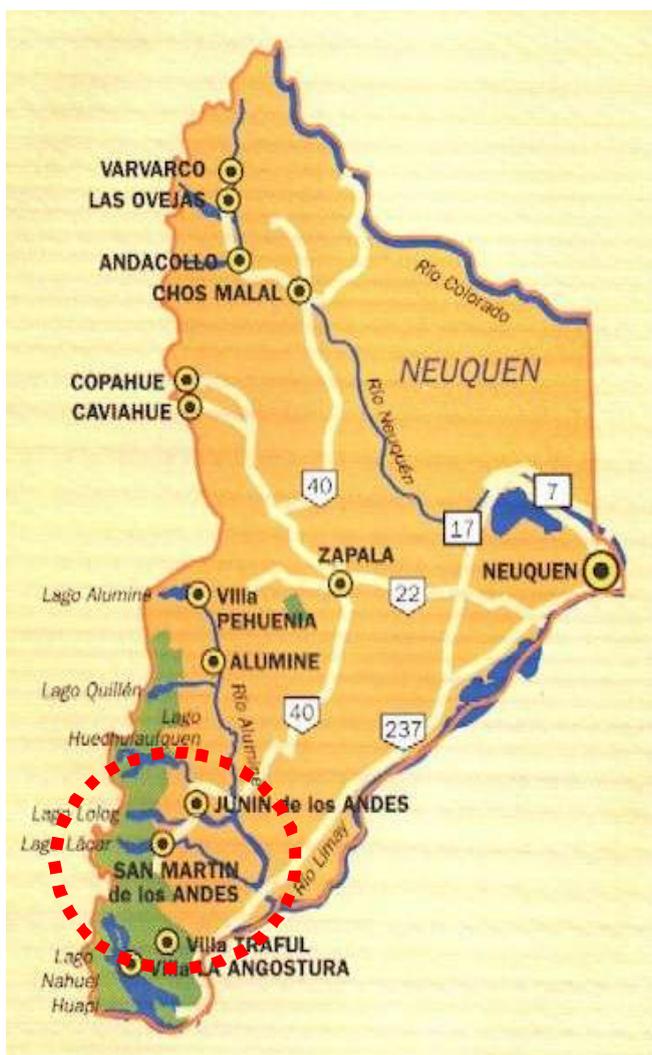
Contexto geográfico:





Provincia de Neuquén: La Provincia de Neuquén está ubicada en la Patagonia Norte de la Republica Argentina. Con una superficie de 94.078 km², limita al Oeste con la República de Chile, al Norte con la Provincia de Mendoza y al Sur y al Este con la Provincia patagónica de Río Negro. Su nombre proveniente del araucano significa “altivo”, “poderoso”. Su capital es la Ciudad de Neuquén ubicada en las confluencias del río Neuquén y el río Limay

La provincia se encuentra dividida en 16 departamentos..A su vez, los departamentos se encuentran divididos en municipios y comisiones de fomento.



¿COMO LLEGAR AL CERRO CHAPELCO?

Desde Buenos Aires

A través de las rutas nacionales N° 5, 35, 153 y 143, la Provincial N° 20 (La Pampa) y las Nacionales N° 151, 22, 237 y 234. La distancia total es de 1.650 Km.

Partiendo desde San Martín de los Andes, se toma por la Ruta Nacional 234 y luego de recorrer 15 kms. asfaltados se empalma con la Ruta Provincial 19, desde este punto y hasta la Base del Cerro se recorren 5 kms. más de ripio.

(Mapa con el trayecto marcado desde San Martín de los Andes hasta el Cerro Chapelco.)



Centro de Esquí Cerro Chapelco: El Cerro Chapelco es un centro de esquí y snowboard que está ubicado a 20 Km. de la ciudad de San Martín de los Andes en la provincia de Neuquén.

Marco conceptual

A continuación se realizará las definiciones, por medio de autores, de términos que son necesarios aclarar para el desarrollo de la investigación, los que permitirán una mayor comprensión y claridad del tema analizado.

Para comenzar y de forma obligatoria es preciso definir **turista**, al cual se lo considera según la Organización Mundial del Turismo como toda persona que se desplaza fuera de su lugar de residencia habitual por un periodo mayor de 24 horas y menor a un año por distintas motivaciones, e invirtiendo en el destino divisas producidas en otro lugar para la obtención de servicios que satisfagan las necesidades de los turistas

Según un punto de vista más técnico la **actividad turística** es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que evolucionan de forma dinámica. Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de la actividad turística; estos son:

- **La oferta**: La cual está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones que intervienen de forma activa en el sector turístico.
- **La demanda**: Formada por el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos.
- **El espacio geográfico**: Base física donde se encuentran la oferta y la demanda y donde se sitúa la población residente, que facilita o dificulta la experiencia del turista según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
- **Los operadores de mercado**: Son aquellas empresas y organismos que se encargan de hacer posible la unión entre la oferta y la demanda. Entre ellos se encuentran las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que mediante su labor profesional realizan la ordenación y/o promoción del turismo.⁵

⁵ Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. 2004. Balanza Isabel Milio. Editorial Thomson Parainfo, Madrid.

Un **estudio de mercado** es aquel que analiza la oferta, la demanda, la competencia y los canales de comercialización del tema que se eligiera para realizar una investigación. Los estudios de mercado de la demanda nacional e internacional constituyen la principal fuente de información para fundamentar la previsión de la planta de alojamiento y su distribución por categorías, provincias y recursos. Por otra parte permiten identificar en opinión de los visitantes los problemas existentes (en el alojamiento, infraestructura, etc.) que constituye otra de las tareas de la fase de diagnóstico.⁶

Según Boullón Roberto un **estudio de mercado** es el punto de partida para prever el futuro, centrados en un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda, en estimación de los volúmenes de venta de los productos locales, y en un análisis de la competitividad de los precios locales respecto a los centros turísticos que ofrecen productos similares en las mismas plazas del mercado emisor.⁷

De forma similar Kotler plantea al **estudio de mercado** como el análisis sistemático del problema; construcción de modelos y hallazgos que permiten mejorar la toma de decisiones y el control en el mercado de bienes y servicios.⁸

El **estudio de mercado** posee diversos **objetivos**; algunos de ellos son:

Proporcionar información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de las empresas, así como la toma de decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso.

La realización de un **estudio de mercado** debe servirnos además, para tener una clara noción de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender; dentro de un espacio definido; durante un periodo de tiempo determinado.

El **estudio de mercado** es una herramienta técnica auxiliar de mercadotecnia, la cual es necesario conocer perfectamente para así tener una adecuada aplicación en su procedimiento. Los estudios de mercado son una fuente de información a través de los cuales se puede tomar decisiones sobre bases reales; además de utilizar esta información para diversos objetivos.

Para la correcta comprensión del estudio de mercado es necesario la familiarización del término **Producto Turístico** al cual podemos definir como aquella combinación de bienes y servicios, de recursos e infraestructura que se ordenan de forma que ofrezcan unos beneficios a los clientes, consigan satisfacer sus necesidades y expectativas, y que estén disponibles para ser consumidos en el momento preciso.

⁶ Planificación Económica del Turismo 1999. Bote Gómez Venancio. Editorial Trillas México.

⁷ Los Municipios Turísticos Roberto C. Boullón. 1990. Editorial Trillas, México,

⁸ Fundamentos sociales de la mercadotecnia: satisfacción de las necesidades humanas. Kotler Philip. Capítulo 2. Editorial Prentice Hall. Edición: 3a.ed. México. 1989.

El **posicionamiento** es un aspecto fundamental del producto turístico. Kotler, define a este como la posición del producto, es el modo en que el producto es definido por los consumidores respecto a atributos importantes; el lugar que el producto ocupa en la mente del consumidor respecto a productos de la **competencia**".⁹

Existen diferentes conceptos claves dentro de un estudio de mercado, el *primero* que podemos encontrar haciendo referencia a lo citado anteriormente es el concepto de **competencia**. Existen dos tipos de competencia:

La **competencia perfecta**, es un modelo teórico que explica el funcionamiento del mercado a partir de la escuela clásica. Es aquella desarrollada por los economistas para establecer las condiciones bajo las que la competencia lograría la máxima eficiencia. Aunque es casi imposible que se produzca en la realidad, la competencia perfecta, como concepto, proporciona el marco adecuado para analizar la funcionalidad de los mercados reales.

La **competencia imperfecta**, es aquella situación de mercado donde las empresas se valen de la promoción para informar, persuadir o recordar a su mercado meta acerca de las características y beneficios de sus productos. Es decir, que utilizan la venta personal, la publicidad y/o las relaciones públicas para obtener una determinada respuesta (como la compra) en su mercado meta.

El *segundo* concepto destacado dentro de un estudio de mercado es el referido a los **canales de comercialización**, a los que podemos definir como aquellos que cumplen con la función de facilitar la distribución y entrega de un producto al consumidor final. Los canales de comercialización pueden ser directos o indirectos.

Los **Canales directos** hacen referencia a cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios.

Para tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas.¹⁰

Los **Canales indirectos**: son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de nuestra empresa.

⁹Kotler, Philip. Segmentos de mercados y posicionamiento. En: Marketing para Turismo. 3° edición. Madrid: Ed. Pearson Educación; 2004. p. 179 - 180.

¹⁰ Kotler, Philip, capítulo 15, Canales de comercialización

Existen diferentes recursos a través de los cuales podemos valernos para comercializar un producto, estos son algunos ejemplos:

- **Representantes autorizados:** empresas que se dedican a comercializar en forma exclusiva, nuestros productos, en áreas o ciudades que no son la nuestra.
- **Distribuidores autorizados:** empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, también trabajan nuestra línea de productos o servicios, en áreas, ciudades o países que no son los nuestros.
- **Comerciantes mayoristas:** se refiere a supermercados, hoteles, mall, zonas francas o de libre comercio, cadenas de tiendas, etc. Los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países que no son los nuestros.¹¹

Podemos establecer entonces que el producto “Cerro Chapelco” se comercializa por canales directos y a través de distribuidores autorizados. Al ser un producto internacional también podemos observar que es comercializado por canales indirectos y por comerciantes mayoristas.

La demanda turística es otro de los conceptos claves en los estudios de mercados y en lo que refiere a la siguiente investigación, la forman todos aquellos turistas que de manera individual o colectiva, se desplazan fuera de su domicilio habitual, motivados por los productos o servicios turísticos creados con el objeto de satisfacer sus necesidades de ocio, recreo, descanso, esparcimiento, cultura, contacto con la naturaleza, etc.; en sus periodos vacacionales.

Una definición mas correcta sería: “La demanda Turística de un producto o servicio es la cantidad del mismo que desea y puede adquirir un segmento de la población en condiciones determinadas”

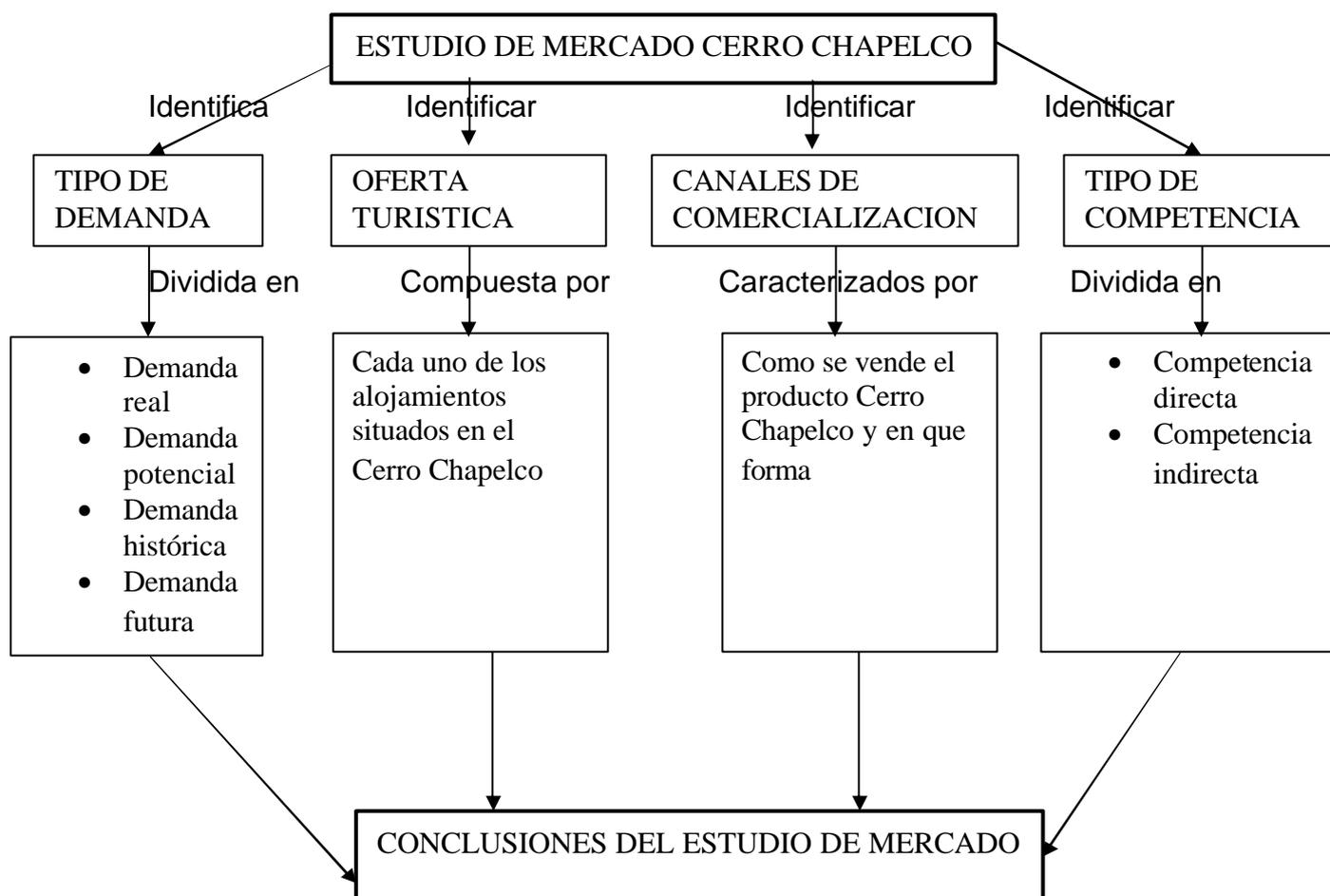
Dicha demanda se puede dividir según las circunstancias. Así podríamos decir que: La *Demanda real* estaría compuesta por las personas que viajan.

La *Demanda potencial*, por las personas que desean viajar.

Una vez definida la Demanda Turística es preciso definir **la oferta turística** la cual está constituida por el conjunto de productos y servicios listos para consumir, presentados para la venta a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

¹¹ Kotler, Philip. Segmentos de mercados y posicionamiento. En: Marketing para Turismo. 3º edición. Madrid: Ed. Pearson Educación; 2004. p. 179 - 180.

RED CONCEPTUAL ESTUDIO DE MERCADO



En relación con la Oferta y la Demanda turística podríamos establecer entonces que los **Recursos Turísticos** son los atractivos con que cuenta un determinado destino y representan el elemento básico de atracción y motivación que originan los desplazamientos del turista hasta el destino.

La **Infraestructura e Instalaciones** son aquellos elementos físicos necesarios para el desarrollo de la actividad turística. Son los que permiten el acceso y uso de las empresas turísticas y a los recursos turísticos. No importa que estos sean públicos o privados.

Una de las partes fundamentales de la infraestructura de un lugar la conforman las **Empresas Turísticas** por las cuales entendemos a todas aquellas cuyo principal objetivo es proporcionar los servicios para el desarrollo de la actividad turística a los clientes. Estas empresas se ocupan sobre todo de organizar dichos servicios, consistentes fundamentalmente del transporte, el alojamiento y parte o toda la manutención de los clientes durante su permanencia en los destinos.

Al ser un estudio de mercado orientado a la inversión financiera en nuevos establecimientos hoteleros y extra hoteleros, con vistas a la ampliación de plazas hoteleras es necesario definir a los **Complejos turísticos**, los cuales son destinos turísticos integrados, relativamente autosuficientes que ofrecen diversas instalaciones y actividades a los turistas., los cuales funcionan generalmente de manera excepcional en los centros invernales.

A modo de comparación entre conceptos claves, se citará a continuación según Boullón Roberto, el significado de conceptos tratados en la presente investigación por lo que se definirá en primer lugar al **Sistema Turístico**, el cual se define como el encuentro entre la oferta turística y la demanda turística. Se entiende por **Oferta Turística** los bienes y servicios puestos efectivamente en el mercado y por **Demanda turística** los servicios solicitados efectivamente por el consumidor.

Los conceptos previos se emplazan en la **Planta turística** la cual esta conformada por dos elementos, el primero es el **Equipamiento** el que incluye a los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos para el turista. Y el segundo son las **Instalaciones** que son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. La **Planta Turística** a su vez requiere de atractivos turísticos los cuales son uno de los principales motivadores del flujo turístico, junto a las **Actividades Turísticas**, las cuales son aquellas acciones que desean hacer los turistas, el objeto de sus viajes y la razón por la cual quieren que les sean proporcionados los servicios turísticos. Podemos decir entonces que la **Infraestructura Turística** es la dotación de bienes y servicios con la que cuenta un país, para sostener sus estructuras sociales y productivas.¹²

Para una mejor comprensión de los elementos que componen la planta turística, se ampliará en forma descriptiva todo aquello referido al **equipamiento hotelero y extrahotelero**; ya que al tratarse de un estudio de mercado que tiene como propósito la inversión financiera en la creación de nuevos establecimientos hoteleros y extra hoteleros, es relevante definir cuales pueden ser y sus diferentes características.

El equipamiento hotelero y extrahotelero, son todos aquellos alojamientos turísticos que prestan al turista el servicio de hospedaje mediante contrato por un periodo no inferior a una pernoctación, pudiendo ofrecer servicios complementarios¹³

En lo que respecta a **equipamiento hotelero**, es preciso distinguir aquellos que están categorizados como hoteles de 1, 2, 3, 4, y 5 estrellas y aquellos que son apart-hoteles.

¹² Planeamiento del espacio turístico. 1990. Roberto Boullón. Editorial Trillas, México

¹³ Ley Nacional N° 18828 Capítulo 2 Art. 7.

Dentro de los diferentes alojamientos que prestan servicio al turista, podemos definir:

- **Hotel:** Es aquel alojamiento hotelero que presta al turista, mediante contrato de hospedaje el servicio de alojamiento, desayuno, bar, recepción, portería y personal de servicio, sin perjuicio de los demás, que para cada categoría expresadamente se indiquen y con una capacidad mínima de veinte (20) plazas en diez (10) habitaciones.¹⁴
- **Apart – Hotel:** Son aquellos establecimientos que prestan al turista el servicio de alojamiento en departamentos que integran una unidad de administración y explotación común ofreciendo además algunos de los servicios propios del Hotel, sin perjuicio de los demás que se indiquen en la reglamentación respectiva. Cada departamento estará compuesto como mínimo de un ambiente que por sus medidas se considere divisible en dormitorio y estar, debidamente amoblado y equipado.¹⁵

En lo que a **equipamiento extrahotelero** se refiere; podemos definir los siguientes:

- **Hostería:** Es aquel alojamiento que permite al turista mediante contrato de hospedaje el servicio de alojamiento, desayuno, recepción y personal de servicio, sin perjuicio de los demás, que para cada categoría expresadamente se indiquen. Su capacidad mínima es de ocho (8) plazas en cuatro (4) habitaciones y la máxima es de treinta y seis (36) plazas
- **Hospedaje:** Se denomina hospedaje a los alojamientos turísticos con un mínimo de cuatro (4) habitaciones, un local de uso común y que por sus condiciones ambientales, instalaciones y servicios no se encuadren dentro de las denominaciones de hotel, hostería o motel.¹⁶
- **Motel:** Es aquel alojamiento hotelero próximo a una ruta que presta al turista, mediante contrato de hospedaje, el servicio de alojamiento, desayuno, bar, recepción, portería y personal de servicio, en las unidades habitacionales, con su cochera correspondiente, contigua o próxima a la habitación y cuya capacidad mínima es de veinte (20) plazas¹⁷

¹⁴ Ordenanza N° 36136. Reglamentación de Alojamientos Turísticos

¹⁵ Ordenanza N° 36136. Reglamentación de Alojamientos Turísticos

¹⁶ Ley Nacional N° 18828 Capítulo 3 Art. 8.

¹⁷ Ley Nacional N° 18828. Decreto Reglamentario 1818/76 de la Ley de Alojamientos Turísticos. Capítulo 2 Art 7.

- **Campamentos:** Es aquel establecimiento “Extra Hotelero”, que en terreno debidamente delimitado, ofrece al turista, sitio para pernoctar al aire libre, bajo carpa, en remolque habitable, o en cualquier elemento similar fácilmente transportable y que presente además, el servicio e agua potable, sanitarios y recepción, sin perjuicio de los demás que se indiquen en la reglamentación respectiva.¹⁸

Resulta de interés observar las diferencias existentes de conceptos en lo que refiere a equipamiento hotelero y extra hotelero; a continuación se detalla la clasificación de los diferentes establecimientos que proporciona la **Municipalidad de San Martín de los Andes**:

Hoteles, Hosterías y Residenciales

Estas tradicionales clases de alojamiento ofrecen alojamiento en habitaciones con baño privado, desayuno, y servicio de mucamas incluidos en la tarifa. Poseen servicios de recepción y confortables salas de estar.

Hoteles y **Hosterías** son similares en cuanto a servicios. Se denominan Hoteles a los de tamaño mayor a 50 plazas.

Las estrellas de 1 a 5, los categorizan según las dimensiones de sus espacios, el equipamiento de las habitaciones, por los servicios y espacios comunes como sauna, piscina, salones, gimnasio, estacionamiento cubierto, etc.

Los **Residenciales** son de categoría única inferior a una estrella.¹⁹

Apart Hotel, Cabañas y Viviendas de Alquiler Turístico

Estas clases muy demandadas y típicas de la región, conjugan los servicios de la hotelería clásica con las comodidades de una vivienda.

Conforman conjuntos de tres unidades como mínimo, con una administración en el predio. Las unidades equipadas con ropa de cama y vajilla, cuentan con habitaciones, baño, cocina, estar-comedor, y servicio de mucama.

Se denomina **Apart Hotel** al alojamiento que posee mas de tres unidades unidas entre sí, en una o varias plantas altas. Las **Cabañas** pueden estar separadas entre sí o unidas de a dos o tres, siempre con acceso desde planta baja y jardines.

Se categorizan de 1 a 5 estrellas según sus dimensiones, los servicios en la unidad y comunes como quincho, piscina, lavandería, estacionamiento cubierto, etc. Las **Viviendas de Alquiler Turístico** son de categoría única inferior a una estrella.²⁰

¹⁸ Ordenanza N° 36136. Reglamentación de Alojamientos Turísticos

¹⁹ <http://www.sanmartindelosandes.gov.ar>

²⁰ <http://www.sanmartindelosandes.gov.ar>

Albergues, Campings y Alojamiento en áreas rurales

Albergues o Hostels: son alojamientos económicos en habitaciones privadas o a compartir, con espacios comunes para cocinar, estar, guarda de equipos, etc. Comúnmente utilizado por estudiantes, grupos, mochileros y gente joven. Categoría Única.

Campings: Ofrecen parcelas para carpas, trailers o motor homes, con parrillas, electricidad, baños comunes con agua caliente, proveeduría, quincho, etc. En la zona urbana está prohibido el acampe o pernocte fuera de éstos establecimientos. Categoría Única.

Alojamiento en áreas rurales: Alojamientos localizados fuera del área urbana, en franco contacto con la naturaleza, generalmente acompañado con actividades temáticas. Categoría Única.

En el Parque Nacional las áreas de acampe se clasifican como libre, agreste u organizado.²¹

A Continuación se definirá, a modo de comparación, el concepto clave de **Demanda Turística** tratados según Amparo Sancho:

Para Amparo Sancho la demanda turística es un grupo de personas con dinero, tiempo disponible y deseos de gastar ese dinero. Es la capacidad de consumo de un mercado. Sus deseos de hacer turismo y su potencialidad para ello, determinado por el poder adquisitivo y el presupuesto de tiempo que posee. La demanda turística esta conformada por los turistas, viajeros y visitantes.²²

La actividad turística únicamente tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan a cierto número de personas a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo en ellas. Estas atracciones se denominan recursos o atractivos turísticos.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) distingue entre patrimonio y recursos turísticos. Entiende por **patrimonio turístico** (de un país, región o zona), “el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas”

Por **recursos turísticos** se entiende “todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”

Estos conceptos de patrimonio turístico y recursos pueden expresarse esquemáticamente, de la siguiente forma:

- *Patrimonio turístico* == *Conjunto de potencialidades.*
- *Recursos turísticos* == *Patrimonio turístico + aportaciones humanas*²³

²¹ <http://www.sanmartindelosandes.gov.ar>

²² Introducción al turismo Sancho, Amparo. Unidad 2. 1998.

²³ Planificación Económica del Turismo 1999. Bote Gómez Venancio. Editorial Trillas México

Se considera **destino de atracción turística** los municipios con atractivos naturales, monumentales, socioculturales o que atraigan turismo por su relevancia.²⁴ Este es el caso del Cerro Chapelco por ser un destino de atracción turística de importancia dentro de la región, de carácter natural, que atrae gran cantidad de turistas principalmente en su temporada invernal, para la práctica de diversos deportes.

El **esquí** es un deporte de montaña que consiste en el deslizamiento por la nieve, por medio de dos tablas sujetas a la suela de las botas del esquiador mediante fijaciones mecánicas.

Las principales actividades que se practican en el **esquí** y el **snowboard**, poseen diferentes variantes, a los cuales podemos definir según sus modalidades como:

Esquí de Pista o Alpino: Es el deporte de invierno por excelencia, que consiste en deslizarse por una pendiente nevada a una velocidad que permita tanto la técnica como el valor de quien esquía.

El esquí Alpino o de Pista, que podría denominarse en nuestro país Andino, se practica en la Cordillera de los Andes exclusivamente, en las estaciones donde se acumula la nieve, para permitir el deslizamiento de los esquíes.

Cuando no se esquía se pasan maquinas especiales que pisan las nieve de las diferentes pistas.

Recibe el nombre de esquí alpino por la práctica originada en los Montes Alpes que abarcan los países de España, Francia, Suiza, Italia y Austria.

*(Las pistas, de acuerdo a su grado de dificultad, se indican con distinto color: verde (fácil), celeste (intermedia), rojo (difícil) y negro (muy difícil)).*²⁵

Esquí de Fondo o Nórdico: Esta modalidad de esquí en terreno llano, es apta tanto para especialistas como para aquellos que se acercan por primera vez a la practica de esta actividad. Es ideal para disfrutar de la nieve en familia, ya que es accesible a todas las edades.

El esquí de fondo está concebido para desplazarse por grandes extensiones nevadas más que para descenderlas, como en otras disciplinas del esquí, por eso se practica en itinerarios trazados a tal efecto. La huella se realiza por intervención de máquinas especiales que dibujan trazados con diferentes longitudes, sendas o dificultades, según el nivel escogido por cada esquiador. Recibe el nombre de esquí nórdico por la práctica originada en los países que se ubican en la Península Escandinava, como Suecia, Noruega y Finlandia. *Por lo general se indican las pistas en color verde en forma intermitente.*²⁶

²⁴ Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. 2004. Balanza Isabel Milio. Editorial Thomson Parainfo, Madrid.

¹⁴ Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. 2004. Balanza Isabel Milio. Editorial Thomson Parainfo, Madrid

²⁵ <http://www.argentinaturistica.com/esquiglosario.htm>

²⁶ <http://www.argentinaturistica.com/esquiglosario.htm>

Esquí de Travesía, de Montaña, Libre o Randonnée: Es un deporte de exigencia por pistas no controladas que aúna el alpinismo y el esquí. En la práctica original, a los esquíes se les coloca en la suela una tira de piel de foca sintética, que permita desplazarse pendiente arriba sin que estos se deslicen hacia atrás y de esa manera poder ascender hacia la cima de alguna montaña para contemplar vistas panorámicas y luego descender por zonas libres, llamadas también *fuera de pista*, dominadas únicamente por el límite de quien las logra esquiar. La otra forma es quitarse los esquíes en partes de ascenso y directamente caminar con las botas de esquiar, llevando los esquíes al hombro, sujetos con la mano y el brazo. La otra práctica denominada *heli-esquí*, consiste en llevar al esquiador por medio de un helicóptero hasta una cima de montaña, y luego descender la misma por sus propios medios.

El esquí de travesía es un deporte invernal exigente. Las medidas de seguridad son fundamentales ya que en alta montaña el invierno puede ser extremadamente duro. Por tal motivo es bueno poseer una buena forma física y contar con el material adecuado, dar a conocer el itinerario y hora de llegada previstas a otras personas, adaptar la ruta en lo posible a las posibilidades de uno, y nunca salir en forma solitaria. Por lo general es recomendable utilizar los servicios de guías o de excursiones organizadas. Recibe el nombre de esquí randonné por ser una práctica originada en Francia.

Por lo general se indican las pistas en color rojo en forma intermitente²⁷.

Esquí Extremo: Es una variante más exigente que el anteriormente comentado, bajo responsabilidad exclusiva del esquiador, realizada por terrenos montañosos nevados y muy empinados, *fuera de pista*, donde no existe control alguno de instructores, pisteros ni patrullas. Además, obviamente, a dichos circuitos no llegan las máquinas utilizadas para alisar o mantener las pistas. Sin duda es para esquiadores altamente experimentados en este deporte, con práctica constante.

Por lo general se indican las pistas en color negro en forma intermitente²⁸.

Snowboard: Consiste en descender y hacer equilibrio con movimientos variados sobre una tabla proporcionando a quien lo practica diversión y sensación de libertad. Es bastante interesante para los observadores apreciar ciertas destrezas a veces muy arriesgadas, y en los deportistas jóvenes cuenta cada vez con más aficionados por su fácil aprendizaje. Existen varios tipos de tablas en función de los diferentes estilos, tallas, habilidades y tendencias.²⁹

²⁷ <http://www.argentinaturistica.com/esquiglosario.htm>

²⁸ <http://www.argentinaturistica.com/esquiglosario.htm>

²⁹ <http://www.argentinaturistica.com/esquiglosario.htm>

Luego de establecida la definición de “destino de atracción turística” y sus diversas actividades; es preciso definir el concepto de **Municipio** el cual hace referencia a todas aquellas entidades básicas de la organización territorial del Estado y cauces inmediatos de participación ciudadana en los asuntos públicos, que gestionan con autonomía los intereses propios de las correspondientes colectividades.

En relación a los turistas que visitan el Cerro Chapelco es preciso diferenciar los diferentes tipos existentes, por ello se establecerán diversas calificaciones al respecto.

Los Visitantes: “representan la unidad básica de la OMT para el conjunto del sistema de estadística de turismo. De conformidad con los tipos elementales de turismo, los visitantes pueden clasificarse en:

Visitantes internacionales, que agrupan a toda persona que viaja por un período no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Los visitantes internacionales incluyen a los turistas, que son visitantes que permanecen una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Los excursionistas, son visitantes del día que no pernoctan, es el caso de aquellas personas que solo esquían un día para luego regresar a su lugar de residencia habitual; o aquellos turistas que a modo de excursión solo pasan un día en el Cerro.

Visitantes internos, aquellos que residen en un país y que viajan, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto al del entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.³⁰

Dado que el turista posee **necesidades y motivaciones** es preciso aclarar que se define como necesidad la sensación de que algo falta, unida al deseo de que desaparezca esa falta y retorne el equilibrio. En cuanto a las motivaciones se las puede definir como los estados mentales que preparan y mueven para la acción.

Existen diferentes tipos de motivaciones que se aplican al turista, se pueden agrupar de la siguiente manera:

- **Motivaciones físicas:** Todas estas motivaciones tendrían un aspecto común que sería el de reducir la tensión y el cansancio mediante actividades físicas apropiadas para recuperar el equilibrio físico y psíquico perdido tras un periodo de trabajo. (Vale aclarar que el esquí como deporte de recreación desgasta físicamente a la persona que lo practica, aunque también es un gran motivador)

³⁰ Desarrollo y Gestión del turismo en áreas rurales y naturales Crosby, Arturo; Moreda, Adela; España, Navarra. 1996.

- Motivaciones culturales: Se identifican con el deseo de conocer otros países y culturas.
- Motivaciones sociales: Permitiría a los turistas/consumidores visitar a amigos y familiares, conocer nuevas personas y poder ampliar el número de amistades.
- Motivaciones de cambio de actividad y de lugar geográfico: Estas permiten al turista salir de la rutina, del trabajo y de las actividades diarias. Sirven para “desconectar” de la diaria y son apropiadas para las personas estresadas.
- Motivaciones de Status y prestigio: Estas se refiere a las necesidades del ego y al desarrollo personal.
- Motivaciones de diversión y esparcimiento: Las mismas motivaciones de descanso van unidas muchas veces con motivaciones de diversión.³¹ (Estas últimas se dan en alto porcentaje entre los practicantes de esquí)

En el presente trabajo de investigación se habla constantemente de “**temporadas**” ya sea baja, media o alta. Para comprender el porqué de las temporadas alta, media y baja en el turismo, es necesario conocer que la demanda turística tiene cuatro características muy determinadas. Según la autora Balanza Isabel Milio, estas se dividen de la siguiente manera:

1. **La elasticidad**: “Supone una especial hipersensibilidad en los movimientos de compra turística, que da como resultado una concentración de la demanda en determinados momentos del año, para caer posteriormente a niveles de más inactividad.”
2. **La estacionalidad**: “Supone simplemente periodos de actividad e inactividad de compra-venta turística en los que los agentes climáticos son uno de los muchos factores que pueden intervenir en los periodos de alta y baja temporada.”

Consiste por tanto en que la demanda se concentra en momentos determinados del año.

- Es la llamada **temporada alta**, que coinciden con épocas vacacionales, fines de semana y “puentes”. También coincide sobre todo el turismo de masas con el buen tiempo y con los días más largos del año. Por tanto nos encontramos con que tradicionalmente la demanda es mucho mayor en los momentos mencionados.

19 Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. 2004. Balanza Isabel Milio. Editorial Thomson Parainfo, Madrid

(En el caso del Cerro Chapelco, se considera temporada alta, a aquella que atrae mayor cantidad de turistas, debido a la cantidad de nieve que se encuentra en las pistas de esquí.)

- Existe una **temporada media**, en la que aunque no forma una demanda tan numerosa como en la primera, los precios que se pueden aplicar suelen ser intermedios.
- Finalmente existe una **temporada baja**, en la que simplemente en algunos destinos no hay demanda o es insignificante. En estos casos los precios que se aplican necesariamente han de ser bajos, pues ningún turista estaría dispuesto a pagar mucho y es la única manera de captar algo de clientela. (En el Cerro Chapelco coincide con los meses de transición; esta se produce entre el final del verano y comienzo del invierno, y el final de la temporada invernal y comienzo de los meses de verano)

Temporadas en Cerro Chapelco

La temporada invernal se desarrolla del 18 de Junio al 2 de Octubre.

La **temporada alta** se desarrolla desde el 9 de Julio al 29 de Julio.

La **temporada media** es del 2 al 9 de Julio y del 30 de Julio al 2 de Septiembre.

La **temporada baja** es del 18 de Junio al 1º de Julio y del 3 de Septiembre al 2 de Octubre.³²

3. La irracionalidad: “Es propia de toda actividad de compra-venta de bienes que no son de primera necesidad. Sin embargo, podemos ver con el paso del tiempo que el turismo va perdiendo esta característica de compra de lujo para convertirse en una compra de bienes y servicios de primera necesidad, debido a los factores que antes hemos aludido.”³³ Aunque desde el punto de vista económico, es conveniente observar que dentro de las expectativas racionales, el consumidor es previsor y sus decisiones están influenciadas por el ingreso presente y futuro.

4. Potencialmente universal: “Esta característica se refiere a que todos los hombres al menos potencialmente son turistas, por tanto la demanda turística abarca a toda la humanidad.”³⁴

³² <http://www.smandes.org/infotempo.htm>

³³ Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. 2004. Balanza Isabel Milio. Editorial Thomson Parainfo, Madrid

³⁴ Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. 2004. Balanza Isabel Milio. Editorial Thomson Parainfo, Madrid

TERCERA PARTE

En esta tercera etapa del trabajo de investigación, se llevara a cabo el análisis de cada una de las variables que posee el estudio de mercado; realizando al finalizar cada análisis, conclusiones preliminares que provean una visión globalizadora del tema analizado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL CERRO CHAPELCO

A través de un análisis de la oferta que brinda el Cerro Chapelco, se podrá precisar con exactitud el conjunto de productos, servicios y organizaciones que intervienen de forma activa en el sector turístico, las cuales se describen a continuación.

Pistas y medios de elevación.

Las pistas Del Cerro Chapelco fueron diseñadas por Federico Graeff en 1946 y cobraron importancia turística en la década de 1970.

El centro de invernada ofrece distintas modalidades de esquí: alpino, de fondo y de travesía.

También se puede disfrutar de paseos en motos de nieve, en trineos impulsados por perros husquies siberianos, o de caminatas por el bosque virgen con raquetas de nieve.

El Cerro Cuenta con 12 medios de elevación de última generación, que conducen hacia la cima a los esquiadores hasta las pistas de su elección: 1 telecabina, 5 telesillas cuádruples, triples y dobles; 4 medios de arrastre, y 2 medios móviles. El promedio de subida de los medios de elevación es de 11.718 esquiadores, por hora.

El Snowpass es un sistema de acceso a cada medio de elevación, totalmente computarizado que brinda seguridad y rapidez a los esquiadores que utilizan los medios de elevación.

Además por ser un parque de montaña funciona todo el año, también con actividades de verano, alguno de los deportes de aventura más difundidos, son la práctica de Kayak, Escalada, Trekking, Mountain Bike, Cabalgatas, Rafting, Canopi y Parapente entre otros.

Escuela de Esquí y Snowboard:

Con más de cien instructores de gran profesionalidad y 20 años de trayectoria, la escuela de esquí y snowboard Chapelco está al nivel de las mejores escuelas del mundo. Las clases pueden ser grupales o individuales, según las preferencias y nivel del esquiador. La inscripción se hace en las oficinas del cerro y en las de San Martín de los Andes.

Además en Chapelco se brindan clases para personas con capacidades diferentes en el exclusivo sector de "Esquí Adaptado"

Alquiler de equipos:

En la Base del Cerro se encuentra el local de alquiler de equipos.

Se pueden alquilar esquís y tablas de snowboard para todas las disciplinas y modalidades.

Otros Servicios:

*Informes *Telefonía e Internet *Vestuarios y guardarropas *Venta y alquiler de accesorios y ropa de esquí *Sala de Primeros Auxilios *Reparación, mantenimiento y guardería de equipos.

Refugios y Restaurantes:

Las confiterías y restaurantes del Cerro Chapelco ofrecen desayunos, chocolate y vino caliente, comidas rápidas o especialidades regionales.

Paradores en Cerro Chapelco.³⁵



Restaurante de la Base

Con su moderna arquitectura y una capacidad para 240. personas ofrece con el sistema de autoservicio una rápida y cómoda forma de disfrutar de sus excelentes comidas. Además cuenta con dos chimeneas en su interior, un kiosco y cabinas telefónicas



La Abuela Goye.

Ubicado en la base del cerro, se especializa en repostería, cafetería y sándwiches.



Restaurante Antulauquen.

(Cota 1600, salida Telecabina) Amplias y modernas instalaciones con sistema de autoservicio y capacidad para 400 personas. Antulauquen es un punto de reunión para esquiadores y no esquiadores ya que se puede acceder hasta allí por medio de la Telecabina. Comidas rápidas, pizzas, crepes, cafetería y repostería artesanal, kiosco, boutique y guardarropas.

³⁵ <http://www.cerrochapelco.com/>



Refugio Graeff

(Cota 1720) Ubicado a pocos metros del antiguo Refugio construido por los primeros pioneros. Se ha reacondicionado todas sus comodidades brindando una parada obligada para disfrutar de los mejores platos patagónicos. En los días soleados reposeras sobre la nieve permiten disfrutar de un perfecto momento de relax.



Rancho Manolo

(Cota 1420) Allí donde convergen La Brava y la Pista 3, se encuentra el rancho Manolo, refugio de montaña con capacidad para 60 personas. Su parrillada y repostería propone un excelente alto al medio día o por la tarde.



La Casita del Bosque

(Derecha de la silla triple) Si alguna vez quiso estar en un refugio de montaña perdido entre el bosque de Lengas y disfrutar de típicas comidas de montaña y repostería artesanal en un ambiente tan cálido como sólo ellos pueden crear, es un lugar imperdible. Abierto también por la noche. (Sólo con Reservas)



Pradera del Puma

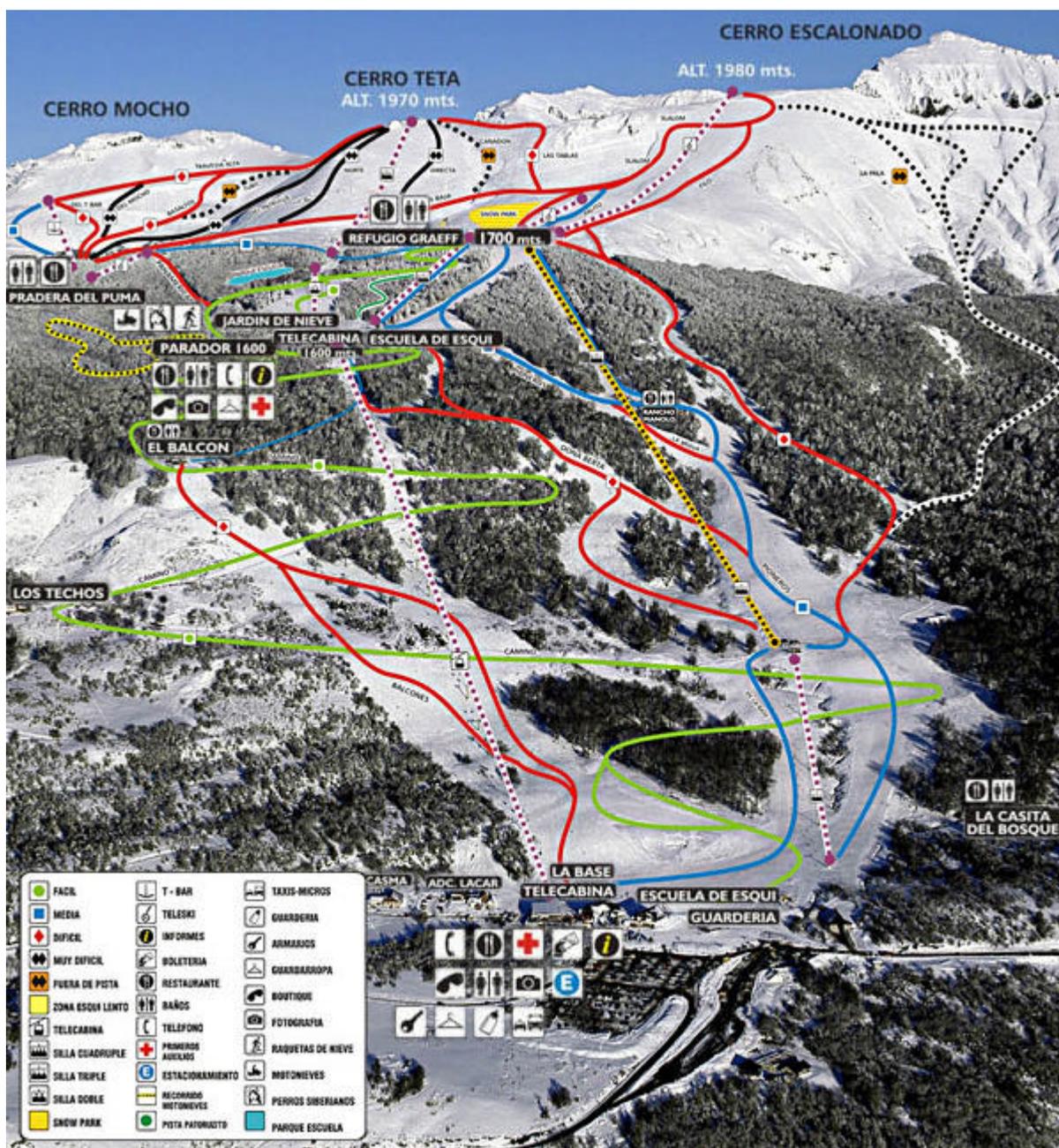
Después del vértigo de esquiar en La Norte, el tubo o el tobogán o simplemente bajar por la travesía y la Pista del T-Bar, una comida rápida, algo de parrilla, una excelente pizza o un chocolate con torta es la mejor opción para el descanso.



El Balcón

Es una de las mejores pistas, ubicado en la cota 1500, con terraza y deck, ofrece servicios de comidas rápidas, parrilla, cafetería y repostería.

Mapa de pistas, medios de elevación y paradores



A través del mapa anterior podemos apreciar la ubicación exacta de paradores, pistas y medios de elevación, los cuales constituyen el eje central del Cerro Chapelco. Podemos observar también a través de los colores que identifican las pistas, las diferentes variedades que existen dependiendo de su nivel de dificultad. Para ser más exactos se distribuyen de la siguiente manera:

- 25% para **principiantes**
- 25% para **intermedios**
- 30% para **avanzados**
- 20% para **expertos**.

ANÁLISIS DE LA OFERTA HOTELERA Y EXTRAHOTELERA DEL CERRO CHAPELCO

FICHAS TECNICAS DE RELEVAMIENTO HOTELERO Y EXTRAHOTELERO EN LA ZONA DEL CERRO CHAPELCO.

Miradores del Lanín

Categoría: Alojamientos

Tipo: Cabaña

Subtipo: Aldea de montaña (complejo)



Ubicación: El complejo se encuentra dentro de la aldea de montaña Las pendientes, a 1400 mts de altura, en Cerro Chapelco, San Martín de los Andes, Neuquén, Patagonia Argentina.

Distancias:

A 1.30 en Avión desde Capital Federal

A 20' de San Martín de Los Andes

A metros de las pistas de Esquí

Servicios

Incluidos:

- Alojamiento
- Medios de elevación de **LAS PENDIENTES**
- Servicio de mucama las 24hs.

Opcionales:

- Transfers a **SAN MARTIN DE LOS ANDES** las 24 hs.
- Transfers desde **LAS PENDIENTES**, a la base del **CERRO**.
- Servicio de cocina y desayuno.
- Lavandería
- Cordero Patagónico a las brasas
- Cuidado de niños
- Jardín de Nieve
- Instructores propios de Esquí & Snowboard



Características de las cabañas:

Para 3 o 4 pasajeros, están ubicadas en el Club House Miradores, cada cabaña de madera cuenta con un dormitorio principal, baño y segundo ambiente con sofá cama y kitchinette con microondas y frigobar.

Los pasajeros de éstas cabañas utilizan el living y la cocina central del Club house que cuenta con Hogar de leños, amplia TV y juegos de salón.

Usted dormirá con los ventanales abiertos al valle de **SAN MARTIN DE LOS ANDES** y el volcán Lanín

Medios de Acceso: Se accede desde la base del Cerro Chapelco, por el camino lateral.

Los Techos

Categoría: Alojamiento

Tipo: Cabaña

Subtipo: Complejo



Ubicación: Los Techos se encuentra dentro del Cerro Chapelco en la provincia de Neuquén, en la Patagonia Argentina; esta ubicado a 1450 mts de altura sobre la Pista "El Caminito".

Distancias: A 35 Km. del Aeropuerto de Chapelco. A 432 Km. de Neuquén capital y a 1650 Km. de Buenos Aires.

Servicios: 5 cabañas, restaurante/bar., estacionamiento, esquí in/esquí out, fax, e-mail e Internet, TV satelital, baby sitters, traslados al aeropuerto servicios de housekeeping, vista opcional al lago o al bosque, living, cocina, baño completo, hogar a leña, calefacción central, servicio de desayuno al cuarto.

Actividades: Esquí; esquí de fondo; caminatas con raquetas de nieve; paseos en motos de nieve.



Características Generales: Los Techos conjuga belleza, confort, tranquilidad y diversión. Une la comodidad de sus instalaciones con el imponente paisaje del volcán Lanin y el Lago Lacar. Ofreciendo el raro privilegio de ser uno de los pocos resorts a los que se puede salir y llegar esquiando. Además de contar también con la ventaja de acceder en auto.

Medios de Acceso: *En auto* desde San Martín de los Andes por Ruta Nacional N° 234 (pavimentada) hasta camino de subida a Cerro Chapelco donde son 6 Km. de ripio.

En avión hasta el Aeropuerto Chapelco (desde Buenos Aires 2 horas de vuelo) y traslado a los Techos (45 minutos)

Contactos: En Buenos Aires: (54-11) 4892-0459 / En San Martín de los Andes: (54-2972) 428-183
mail@los-techos.com

Casa de Piedra y Spa

Categoría: Alojamientos

Tipo: Cabaña

Subtipo: Casa de piedra



Ubicación: El complejo se encuentra dentro de la aldea de montaña Las pendientes, a 1400 mts de altura, en Cerro Chapelco, San Martín de los Andes, Neuquén, Patagonia Argentina; mas precisamente a 1000 metros de las 2 pistas de esquí con que cuenta Las Pendientes

Distancias:

A 1.30 en Avión desde Capital Federal

A 23' de San Martín de Los Andes

A 1000 de las pistas de Esquí

Servicios: Traslados desde y hacia el aeropuerto; traslados al pueblo; servicios de comidas; desayuno y lavandería

Servicio Premium: Existe la posibilidad de alquilar las instalaciones en forma exclusiva.

Spa: Sauna seco; baño de vapor, ducha escocesa, 2 hidromasajes para 2 o 3 personas

Características de las cabañas:

Para 3 o 4 pasajeros, están ubicadas en el Club House Miradores, cada cabaña de madera cuenta con un dormitorio principal, baño y segundo ambiente con sofá cama y kitchinette con microondas y frigobar.

Los pasajeros de éstas cabañas utilizan el living y la cocina central del Club house que cuenta con Hogar de leños, amplia TV y juegos de salón.

Usted dormirá con los ventanales abiertos al valle de **SAN MARTIN DE LOS ANDES** y el volcán Lanín

Medios de Acceso: Se accede desde la base del Cerro Chapelco, por el camino lateral.

Contactos: TEL EN BUENOS AIRES: 05411-4390-4433 / EMAIL: MIRADORES@ALTOCHAPELCO.COM.AR

La Madriguera Lodge

Categoría: Alojamientos

Tipo: Lodge

Subtipo: Aldea de montaña



Ubicación: La Madriguera Lodge esta ubicada a 1400 metros de altura, a 20 minutos de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén, dentro de Las Pendientes, en el Cerro Chapelco

Distancias:

A 1.30 en Avión desde Capital Federal

A 20' de San Martín de Los Andes

A metros de las pistas de Esquí

Servicios

Incluidos:

Servicio de limpieza diario con cambio de ropa blanca.

Estacionamiento y seguridad dentro de Las Pendientes.

El check in y out desde el estacionamiento en moto de nieve

Opcionales:

- Transfers a **SAN MARTIN DE LOS ANDES** las 24 hs.
- Transfers desde **LAS PENDIENTES**, a la base del **CERRO**.

Características de las cabañas:

Están totalmente equipadas con todas las comodidades, televisión con Direct TV, equipo de música, dvd, microondas, internet wi fi, calefacción por loza radiante y boscas a leña.

Imperdible es la vista al Volcán Lanin y a la Cordillera.

Las cabañas son para dos, cuatro o seis personas. Cada cabaña tiene en la planta alta un hall frío, living comedor y cocina. En la planta baja, una, dos o tres habitaciones, cada una con su baño privado.

Medios de Acceso: Se accede desde la base del Cerro Chapelco, por el camino lateral. La Madriguera Lodge tiene un muy fácil acceso a la ruta de los siete lagos.

Contacto: contacto@lamadrigueralodge.com.ar Cel: 02944-15-487835

LAS ELCIRA

Categoría: Alojamientos

Tipo: Cabaña

Subtipo: Complejo



Ubicación: Las Elcira se encuentra dentro de Las Pendientes, situadas en la Pcia. del Neuquén, a sólo 1:50 hs. de avión de la Capital Federal y a 20 minutos de la ciudad de San Martín de los Andes

Distancias:

A 1.30 en Avión desde Capital Federal

A 20' de San Martín de Los Andes

A metros de las pistas de Esquí

Servicios

3 cabañas totalmente equipadas para 2 / 6 personas y 1 cabaña para 6 / 8 personas.

Todas las cabañas cuentan con los siguientes servicios:

- Living con hogar a leña
- Direct TV Premiun
- DVD en todas las cabañas
- Internet WI-FI
- CD Player
- Cocina Completa
- 2 y 3 Dormitorios
- 2 Baños completos
- Calefacción Central
- Servicio de Mucama
- Ropa de Cama y Toallas
- Lavado de vajilla del desayuno
- Deck con vista a las pistas de Esquí
- Estacionamiento
- Check in/out, sin cargo desde el estacionamiento hasta la cabaña en vehículo con orugas
- WINE BAR

- Exclusivo huéspedes

Servicios: Tv 32" LCD Y DVD, películas

Vinos y licores, café y picadas regionales

Características de las cabañas: Los caminos internos del lugar fueron diseñados para llegar esquiando hasta la puerta de las cabañas, donde el paisaje se tiñe infinitamente de blanco, con una magnífica vista al volcán Lanín y al lago Lácar.

Medios de Acceso: Se accede desde la base del Cerro Chapelco, por el camino lateral.

Contacto: Las Pendientes Tel: (011) 4737- 0101 Cel: (011) 15-51828115 e-mail reservas@laselcira.com.ar

LAS GAIAS

Categoría: Alojamientos

Tipo: Cabaña

Subtipo: Aldea de montaña



Ubicación: Las Gaias está ubicada dentro de la aldea de montaña Las Pendientes, en la ladera del cerro Chapelco, la cabaña esta rodeada por un bosque nativo de lengas

Distancias:

A 1.30 en Avión desde Capital Federal

A 20' de San Martín de Los Andes

A metros de las pistas de Esquí

Servicios

- Servicio de mucama diario
- Ropa blanca
- Somniers en las habitaciones
- Cofre de seguridad
- Estacionamiento
- Tv 29"
- Direct tv
- Dvd
- Equipo de música CD/mp3
- Cocina completa
- Heladera con frezeer
- Living con hogar a leña
- Check in /out sin cargo desde el estacionamiento en Land Rover con orugas
- Alquiler de ropa de esquí
- Traslados a la base de Chapelco
- Traslados nocturnos a San Martín de los Andes

Características de las cabañas:.. La cabaña se encuentra en medio de un bosque y cuenta con todos los detalles de confort. Totalmente equipada y decorada para que la estadía sea única.

Con la posibilidad de salir y llegar a la cabaña esquiando, además de utilizar las **dos pistas exclusivas de Las Pendientes,** se puede acceder esquiando al centro de esquí Chapelco

Medios de Acceso: Se accede desde la base del Cerro Chapelco, por el camino lateral.

Contacto: Las Pendientes Tel: (02320)47-6284 Cel: (011)15-41893675 e-mail info@lasgaias.com.ar

LAS MORAS

Categoría: Alojamientos

Tipo: Cabaña

Subtipo: Aldea de montaña



Ubicación: Las Moras se encuentra en Las Pendientes, en la ladera del Cerro Chapelco a 20 minutos de San Martín de los Andes, Neuquén, Argentina

Distancias:

Desde Bariloche:

Por Paso del Córdoba: 160 km.

Por 7 Lagos: 190 km.

Por Collón Cura: 260 km.

Desde Neuquén:

Por Zapala: 420 km.

Por Collon Curá 445 km.

Capital Federal:

Por Bahía Blanca: 1639 km.

Por La Pampa: 1591km.

Servicios disponibles con el alquiler.

- Servicio de electricidad, agua y gas.
- Servicio de mucama y recambio de ropa blanca diario.
- Estacionamiento y seguridad privada.
- Pases para los medios de elevación en Las Pendientes.
- Uso ilimitado de las pistas de Las Pendientes.

Servicios adicionales:

- Desayuno.
- Lavado de vajilla.
- Niñera. • Envío de ropa al lavadero.
- Traslados a San Martín de los Andes

Características de las cabañas:.. Las Moras no es un complejo de bungalows, son auténticas "casas de montaña" completamente equipadas con todas las comodidades necesarias para brindar una estadía placentera.

Medios de Acceso: Se accede desde la base del Cerro Chapelco, por el camino lateral.

Contacto: Las Pendientes - Cerro Chapelco - Patagonia - Argentina

Tel: (02972) 42-2519 - Cel (0221) 15-5647223

Email: info@casaslasmoras.com.ar

POSADA MIRALEJOS

Categoría: Alojamientos

Tipo: Cabaña

Subtipo: Aldea de montaña



Ubicación: San Martín de los Andes - Cerro Chapelco

1250 m2 sobre el nivel del mar.

Dentro de un club de campo de 500 hectáreas que se llama Estancia Miralejos.

Entrada Ruta 234 frente a la Caminera, pasando Barrio Covisal hay una tranquera que dice Estancia Miralejos

Distancias:

A 1.30 en Avión desde Capital Federal

A 20' de San Martín de Los Andes

A metros de las pistas de Esquí

- **Servicios disponibles con el alquiler.**
- Señal de celular
- Habitaciones para 2 / 4 pax – 6 cuartos dobles
- Calefaccionados todos los ambientes con loza radiante
- Servicio de mucama
- Vajilla completa
- Desayuno
- Opcional almuerzo y cena
- Wifi
- Hogar a leña en living
- Hostería forrada por alerc

Características de las cabañas: La paz de un cálido refugio en la montaña. Alerce y piedras, amplios ventanales para con vistas y espacios pensados para olvidarse de la rutina diaria. Exclusivo confort y atención personalizada en un mágico entorno natural a sólo 20 minutos de la ciudad

Medios de Acceso: Entrada Ruta 234 frente a la Caminera

Contacto: Cordón del Cerro Chapelco San Martín de Los Andes Neuquén - (8370) Tel (02944) 15516495

E-mail: posadamiralejos@yahoo.com.ar

TERRA ALTA

Categoría: Alojamientos

Tipo: Hotel

Subtipo: Hotel de montaña



Ubicación: El Hotel Terra Alta se encuentra inmerso en la aldea de montaña Las Pendientes, sobre la ladera del Cerro Chapelco. Emplazado a 1.400 metros de altura.

Distancias:

A sólo 5 minutos de la base del Cerro Chapelco y a 20 del centro de San Martín de los Andes.

Comodidades

- Restaurante Internacional con mirador: Vista al Volcán Lanín
- Salón de Té con exquisita repostería artesanal
- Living room con hogar a leña
- Salón de usos múltiples, para realizar eventos empresarios, conferencias, presentaciones, turismo corporativo.
- Calefacción central por losa radiante
- Guardería para equipos de esquí
- Amplio jacuzzi climatizado
- Sala de relax
- Sala de lectura
- Sauna Seco
- Estacionamiento y seguridad

Servicios

- Sesiones de masajes, tratamientos de belleza y corporales
- Sala de juegos para niños
- Servicio de lavandería
- Caja de seguridad en la recepción
- Front desk y room service
- Traslados y recepción en el aeropuerto (alojándose 7 noches e ingresando los sábados)
- Traslados desde la entrada del complejo Las Pendientes hasta el Hotel en motos de nieve o vehículos todo terreno
- Traslados a la ciudad de San Martín de los Andes (no incluidos en la tarifa)
- Desayuno Buffet
- Regímenes de media pensión y pensión completa (opcionales)
- Instructores calificados de Esquí y Snowboard
- Uso de los medios de elevación, de las dos pistas de esquí del complejo
- Personal para la organización de actividades y/o excursiones opcionales

Características de las cabañas: Todas las habitaciones se encuentran distribuidas en el primer y segundo nivel del hotel y poseen vistas panorámicas orientadas hacia el bosque o el Volcán Lanín

Todas las habitaciones se destacan por su cálido diseño, combinando madera, colores y texturas, todas cuentan con baño privado, 2 sommers queen size, teléfono, superficie completamente alfombrada, calefacción por losa radiante, vista panorámica hacia el bosque o hacia el Volcán Lanín.

Medios de Acceso: Desde San Martín de los Andes

Tomando por la ruta nacional 234 bordeando el lago Lácar, luego de recorrer 15 kms totalmente asfaltados se empalma con la ruta provincial 19. Desde este punto se recorren 5 kms hasta la base del Cerro Chapelco. A la derecha del estacionamiento, se accede a un camino de ripio que desemboca en la entrada del barrio Las Pendientes.

Contacto: Cordón del Cerro Chapelco San Martín de Los Andes Neuquén - (8370) Tel (02944) 15516495

E-mail: posadamiralejos@yahoo.com.ar

Conclusiones Preliminares

En lo referido a la **oferta** que brinda el Cerro Chapelco podemos decir que es suficiente y de gran calidad, principalmente aquello referido a restauración; donde el turista puede encontrar los más diversos restaurantes y bares con sus diferencias de precio respectivamente.

Al momento de relevar los establecimientos hoteleros y extra hoteleros que posee el Cerro Chapelco pude observar que estos son escasos, y en su gran mayoría de carácter extra hotelero, como ser cabañas, y casas en la montaña. Los servicios en los establecimientos relevados, son de gran calidad, incluyendo servicios de primera clase como: Calefacción en todos los ambientes con loza radiante, servicio de mucama, desayuno, opcionales de almuerzo y cena, servicios de Internet, televisión por cable, y transportación del hotel al aeropuerto.

Con respecto a su ubicación la totalidad de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros se encuentran ubicados en Las Pendientes (Predio de 98 hectáreas destinado a la creación de una Villa de esquí)

Con respecto a los medios de elevación se puede ver que éstos son suficientes, y las mejoras que se realizan constantemente ayudan a la creciente demanda; igualmente cabe destacar que en la temporada alta invernal, las colas que se producen en cada uno de ellos, son considerables; produciéndose así grandes demoras.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN CERRO CHAPELCO

Como fuente para el análisis de la demanda del Cerro Chapelco se utilizaran los datos provistos por la página Web de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén - Dirección de Estadística, en un primer momento, luego se analizaran las encuestas realizadas, a través de la representación en gráficos de torta, se analizaran las desgravaciones que se realizaron a informante claves, y por ultimo a través de 2 cuadros extraídos de la Municipalidad de San Martín de los Andes; Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico, se plantearan las conclusiones preliminares.

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN CANTIDAD DE NOCHES DE PERMANENCIA

INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 2.722 personas

Cantidad de noches	Frecuencias (%)
MENOS DE 3 NOCHES	0,26
DE 3 A 5 NOCHES	20,87
DE 6 A 8 NOCHES	68,33
DE 9 A 12 NOCHES	6,06
MAS DE 12 NOCHES	4,48
Total	100,00

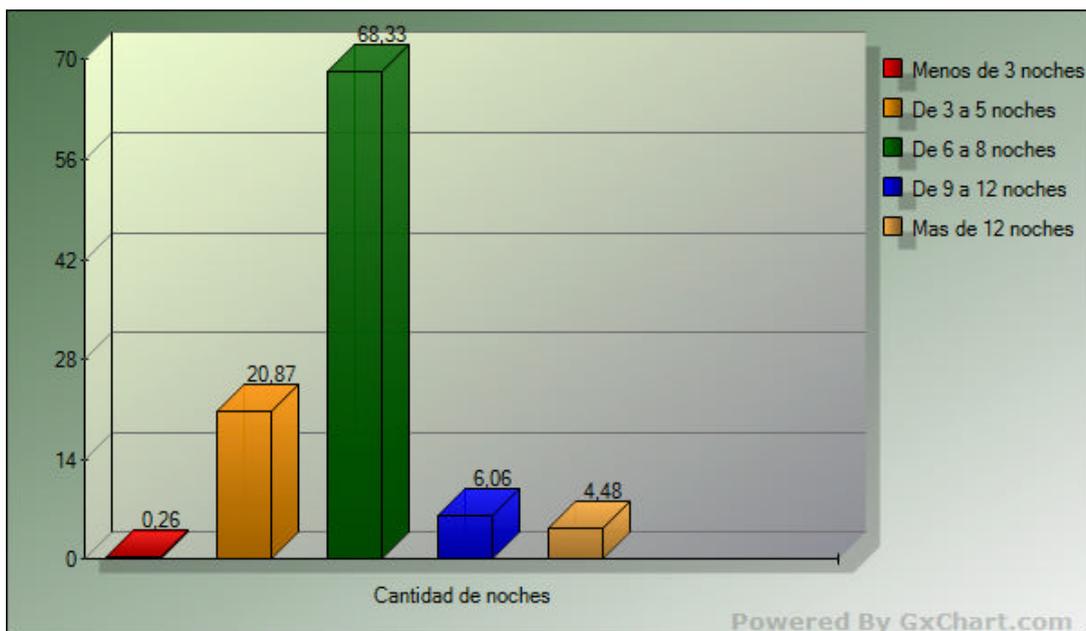
Estadía promedio general

6,9

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Al analizar la cantidad de noches de permanencia en el destino podemos observar que el promedio general de estadía, es de 7 días aproximadamente; esto se debe a que la mayoría de los paquetes turísticos relacionados con el esquí; ofrecen 8 noches y 7 días de esquí, lo cual es tradicional; ya que frecuentemente coincide con vacaciones de invierno. Otra de las razones fundamentales es que 7 días es el tiempo optimo para realizar este tipo de actividad; mas seria desgastante, y menos, insuficiente.

Otro porcentaje interesante para analizar es que existe un 20.87 % de personas que permanecen de 3 a 5 noches, esto puede ocasionarse por diversos motivos, en primer lugar, puede darse el caso que coincida la fecha de relevamiento con un fin de semana largo, aprovechado por los visitantes locales, y en segundo lugar, que exista la venta de un paquete promocional de cinco días de esquí.



CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN SU ORIGEN

INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

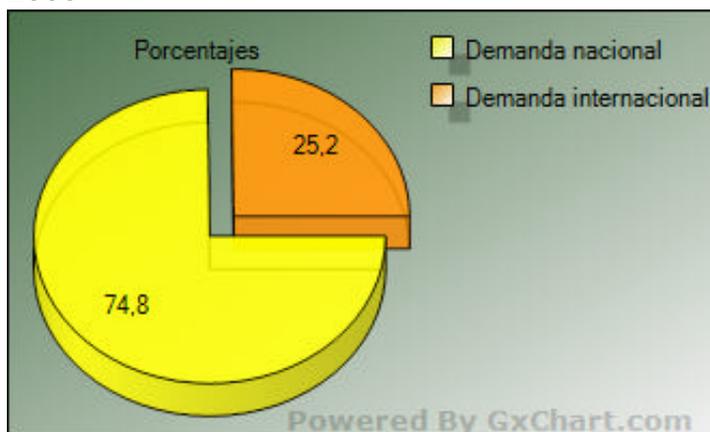
n = 2.722 personas

Origen	Frecuencias (%)
Demanda Nacional	74,80
CAPITAL FEDERAL Y GRAN BUENOS AIRES	24,06
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	28,88
RESTO DE LA PROV. DE NEUQUEN	6,17
RESTO PROV. DE RIO NEGRO	1,69
LA PAMPA	1,18
CORDOBA	2,46
SANTA FE	7,46
RESTO DEL PAIS	2,90
Demanda Internacional	25,20
CHILE	4,15
BRASIL	16,27
URUGUAY	0,84
ESTADOS UNIDOS	0,04
RESTO DE AMERICA	0,96
EUROPA	0,92
RESTO DEL MUNDO	0,11
MENDOZA	1,43
PROVINICA DE CHUBUT	0,48
TOTAL	100,00

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

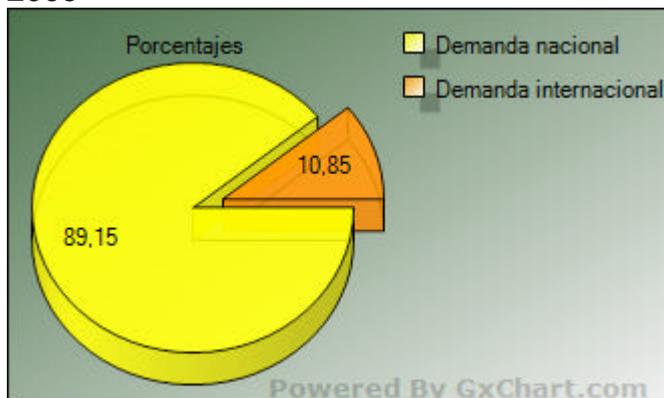
Resulta de interés destacar la gran cantidad de turismo internacional que visita el Cerro Chapelco (25.20), del cual podemos observar que el 16.27 % de esta demanda proviene de Brasil; esto se debe fundamentalmente a que en dicho país no existen centros invernales, y que la Argentina resulta un país accesible económicamente, debido al tipo de cambio. Otra de las razones es la cercanía, lo cual reduce significativamente el tiempo de viaje; del mismo modo pasa con Chile, en donde podemos ver que el 4.15 % de las visitas internacionales corresponden a dicho país.

2008



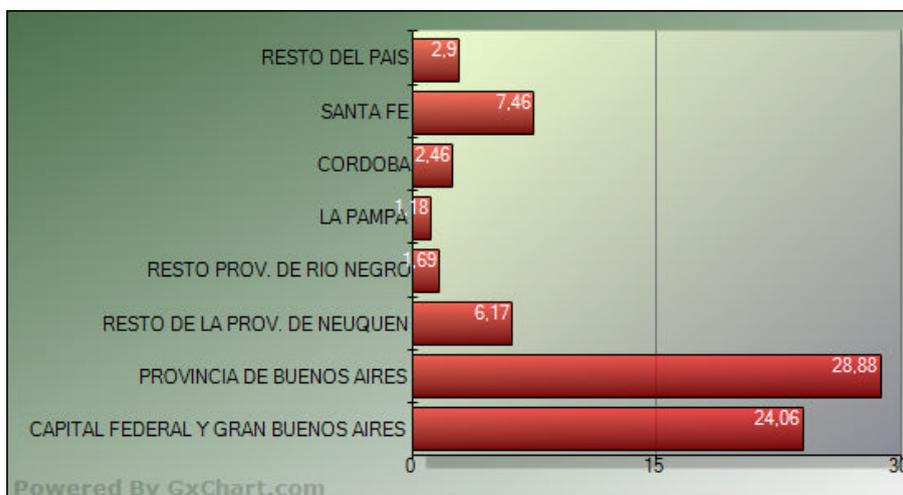
A modo de comparación con años anteriores podemos ver en el siguiente esquema, el crecimiento de la demanda internacional, en el año 2005 representaba el 10.85 % de la demanda total, en el año 2008 la demanda ha llegado al 25.5 %.

2005

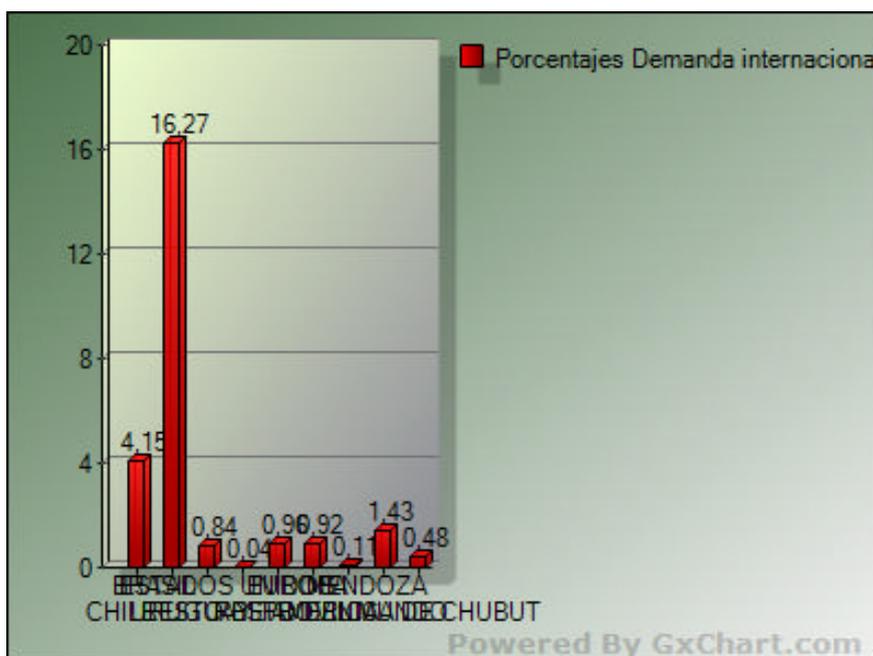


Al ser la provincia de Buenos Aires, la más habitada de todo el país, podemos apreciar que el 28.88 % de los turistas que llegan al Cerro Chapelco provienen de allí; como así también Capital Federal, por ser la ciudad más poblada.

Podemos ver a continuación como la Provincia de Buenos Aires y la Capital Federal junto con el Gran Buenos Aires son los segmentos mas consumidores del producto Cerro Chapelco.



Se puede apreciar en el cuadro comparativo siguiente la importante demanda por parte de Brasil en el Cerro Chapelco.



CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN EDAD Y SEXO

n = 2.722 personas

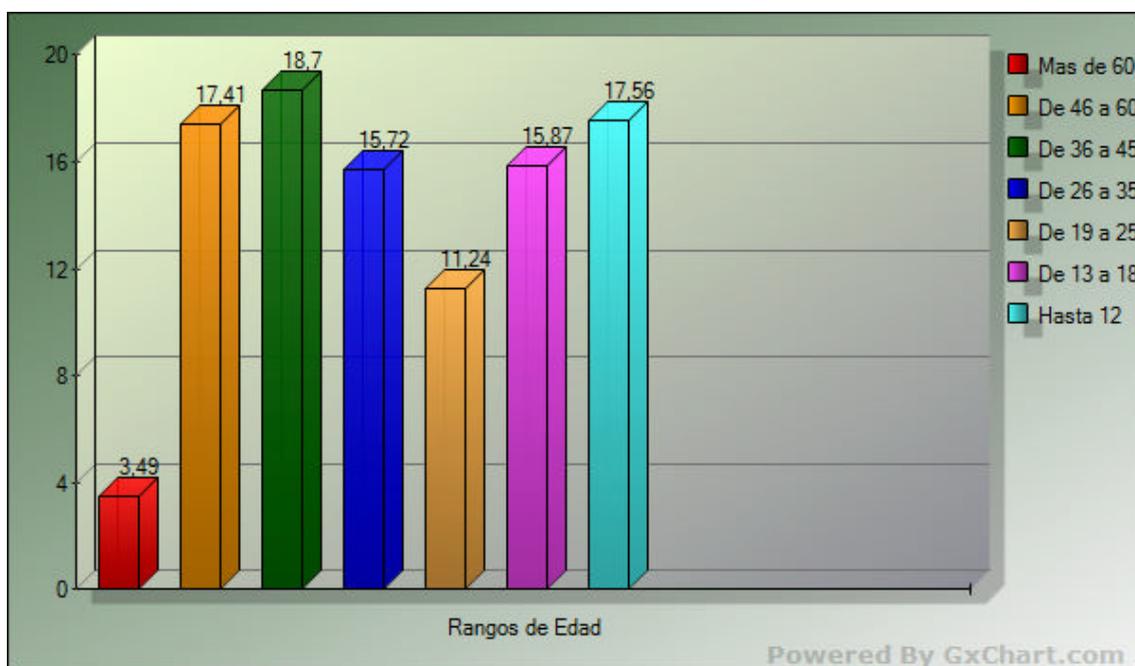
Rango de Edad	Hombres(%)	Mujeres(%)	Total(%)
HASTA 12 AÑOS	9,96	7,60	17,56
DE 13 A 18 AÑOS	7,57	8,30	15,87
DE 19 A 25 AÑOS	5,99	5,25	11,24
DE 26 A 35 AÑOS	7,79	7,94	15,72
DE 36 A 45 AÑOS	9,00	9,70	18,70
DE 46 A 60 AÑOS	9,18	8,23	17,41
MAS DE 60 AÑOS	1,47	2,02	3,49
TOTAL	50,96	49,04	100,00

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Al analizar el cuadro comparativo que nos brinda la Subsecretaria de Turismo de la Provincia de Neuquén – Dirección de Estadística; podemos ver que no existe gran diferencia entre la cantidad de hombres y mujeres que practican el esquí; existiendo una leve mayoría de personas del sexo masculino que practican este deporte.

Según la opinión de especialistas y turistas extranjeros, puede rescatarse que Chapelco es mundialmente reconocido como el mejor lugar para aprender a esquiar en Argentina, es por esta razón que existe una gran cantidad de jóvenes con edades que van de los 12 a los 18 años de edad. Vale recordar que en el Cerro Existe una prestigiosa escuela de esquí.

Un segmento en el que se puede observar un alto porcentaje, es aquel que va de los 35 a 45 años de edad; conformado por padres de familia.



CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN CONFORMACIÓN DE SU GRUPO DE VIAJE

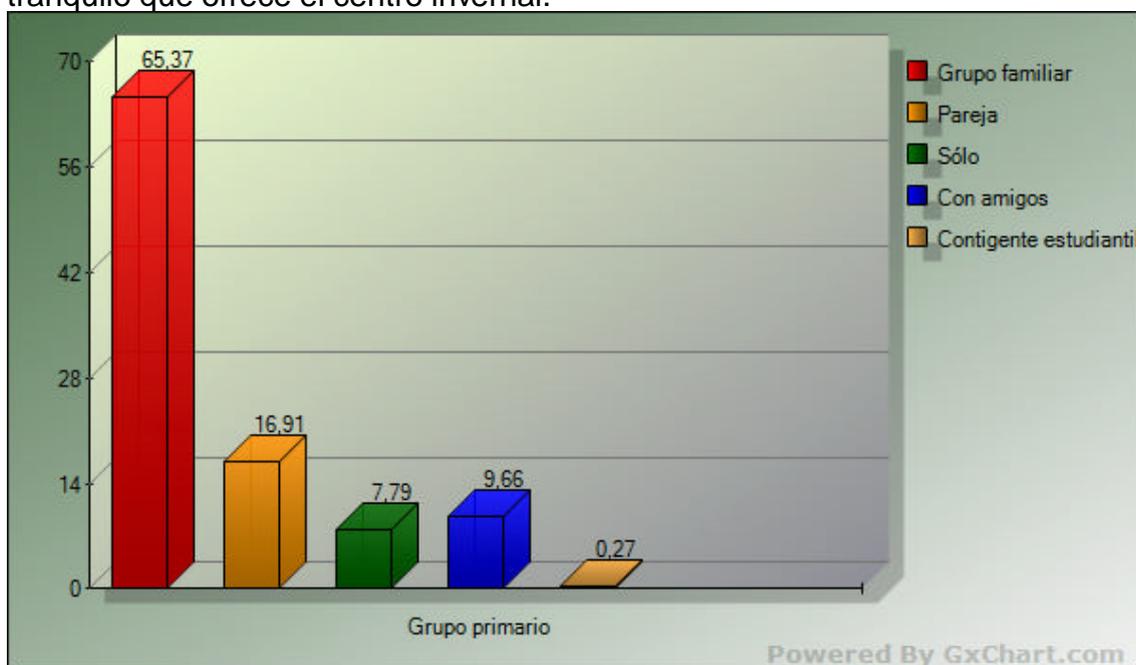
INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 745 grupos

Grupo de Viaje	Frecuencias (%)
GRUPO FAMILIAR	65,37
PAREJA	16,91
SÓLO	7,79
CON AMIGOS	9,66
CONTINGENTE ESTUDIANTIL	0,27
Total	100,00

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística

Podemos apreciar que el 65.37 % de las personas que visitan el Cerro Chapelco lo hacen con su grupo familiar, el cual esta comprendido por padre, madre e hijos, tradicionalmente; aunque existe también una parte considerable de la demanda que concurre al centro invernal con su pareja y/o amigos; siendo muy pocas las personas que concurren sin ninguna compañía. Es importante destacar el escaso porcentaje de contingentes estudiantiles que concurren al Cerro Chapelco, esto se debe fundamentalmente que la imagen que se transmite del producto, apunta a las familias con chicos, por el ambiente tranquilo que ofrece el centro invernal.



CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 2.722 personas

Medios de transporte	Frecuencias (%)
AUTOMOVIL	54,45
OMNIBUS DE LINEA REGULAR	16,35
AVION DE LINEA REGULAR	22,48
AVION CHARTER	0,29
AVION + OMNIBUS	3,93
AVION + AUTO (TAXI, REMISSE, ALQUILER)	2,50
Total	100,00

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Existen diferentes formas de llegar al Cerro Chapelco, la más tradicional y elegida por el 54.45 % de las personas es el automóvil, en segundo lugar los vuelos de líneas regulares que llegan al aeropuerto de San Martín de los Andes (22.48 %). Es válido aclarar que el 16.35 % de las personas que arriban al Cerro Chapelco lo hacen en ómnibus de línea regular

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN EL MOTIVO DE LA VISITA

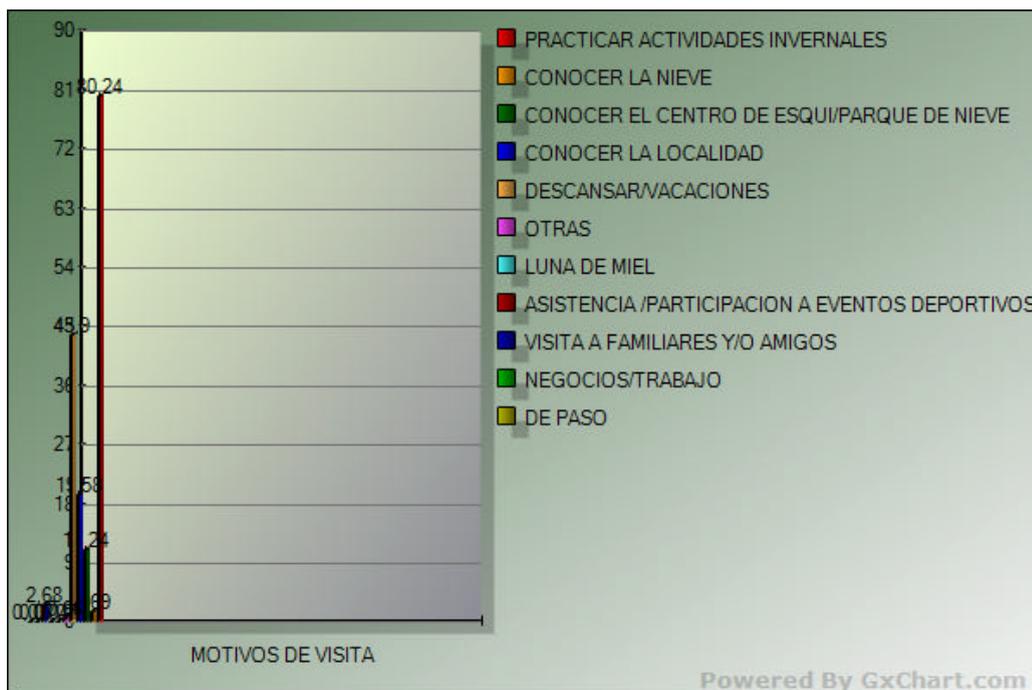
INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 2.722 personas

Motivos de visita al lugar	Frecuencias (%)
PRACTICAR ACTIVIDADES INVERNALES	80,24
CONOCER LA NIEVE	1,69
CONOCER EL CENTRO DE ESQUI/PARQUE DE NIEVE	11,24
CONOCER LA LOCALIDAD	19,58
DESCANSAR/VACACIONES	43,90
OTRAS	0,66
LUNA DE MIEL	0,07
ASISTENCIA /PARTICIPACION A EVENTOS DEPORTIVOS	0,04
VISITA A FAMILIARES Y/O AMIGOS	2,68
NEGOCIOS/TRABAJO	0,07
DE PASO	0,07

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Se puede observar que más del 80 % de la demanda que visita el centro invernal lo hace con el objetivo de practicar actividades invernales, como el esquí y el snowboard.



ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA DEMANDA ESQUIADORA

INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 2.722 personas

Actividades	Frecuencias (%)
ESQUI ALPINO	56,47
PRINCIPIANTES POR PRIMERA VEZ	6,83
PRINCIPIANTES CON EXPERIENCIA	16,75
INTERMEDIOS	24,25
AVANZADOS	8,63
SNOWBOARD	15,65
Total	72,12

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Podemos ver que del 80 % de las personas que visitan el cerro, un 56.47 % de individuos, practican como actividad el esquí; seguidos por un 15,55 % de personas que tienen como preferencia el snowboard.

Pero existe también una gran cantidad de demanda que visita el destino para la práctica de otras actividades.

A continuación podemos observar que existe un total de 27.88 % de personas que conforman parte de la demanda no esquiadora; estos realizan actividades relacionadas con la nieve con ser caminatas con raquetas de nieve.

ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA DEMANDA NO ESQUIADORA

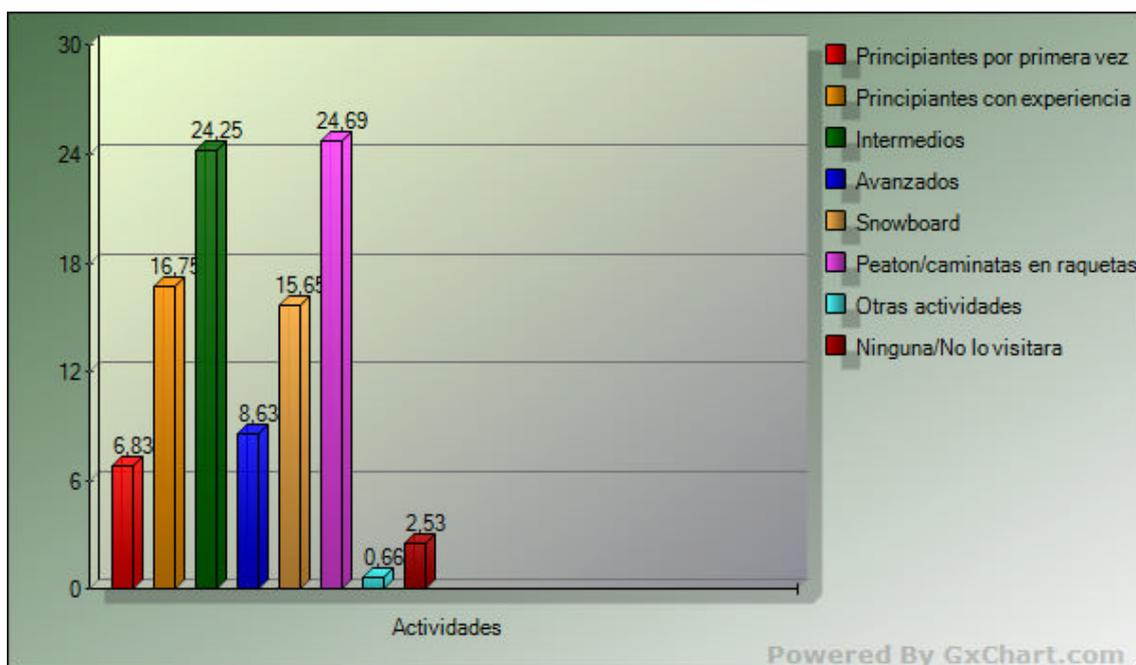
Temporada invernal 2008

n = 2.722 personas

Actividades	Frecuencias (%)
PEATON/CAMINATAS EN RAQUETAS	24,69
OTRAS ACTIVIDADES	0,66
NINGUNA	2,53
Total	27,88

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Podemos observar entonces el siguiente cuadro a modo comparativo, las cantidades de personas que practican diferentes actividades en el Cerro Chapelco



En el siguiente cuadro podemos observar la cantidad de días que son dedicados al esquí, por parte de la demanda esquiadora; sobre el total de su estadía en el destino. Se puede ver claramente que un 72.83 % de esta demanda dedica, un 85 % del total de su estadía a practicar como actividad invernal el esquí; por lo que se los clasifica como esquiadores fanáticos. Existen también otros tipos de esquiadores dentro de esta demanda; los cuales dedican menor cantidad de días a la práctica del esquí.

DEMANDA ESQUIADORA. CLASIFICACIÓN DE LA CANTIDAD DE DÍAS DEDICADOS A LA PRÁCTICA DE ESQUÍ/SNOWBOARD

INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 1.969 personas

Tipo de esquiador	Hombres(%)
ESQUIADORES FANATICOS (1)	72,83
ESQUIADORES (2)	10,97
ESQUIADORES QUE COMPLEMENTAN CON OTRAS ACTIVIDADES (3)	8,89
ESQUIADOR EVENTUAL (4)	7,31
Total	100,00

Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia del Neuquén - Dirección de Estadística.

Nota:

- (1) **Esquiadores fanáticos:** esquiaron más del 85% de los días de su estadía
- (2) **Esquiadores:** esquiaron más del 65% y menos del 85% de los días de su estadía
- (3) **Esquiadores que complementan con otras actividades:** esquiaron más del 45% y menos del 65% de los días de su estadía
- (4) **Esquiadores eventuales:** esquiaron menos del 45% de los días de su estadía

En el siguiente cuadro se puede apreciar el alto porcentaje de esquiadores fanáticos que dedican la mayor parte de su estadía a esquiar.



En lo que se refiere a la clasificación de la demanda turística según evaluación de la calidad de los servicios; podemos observar diferentes cuadros estadísticos que evalúan los diferentes servicios en MB (muy bueno), B (bueno) R (regular), y M (malo).

A continuación se verá cada uno en detalle.

ACCESO AL CERRO CHAPELCO

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

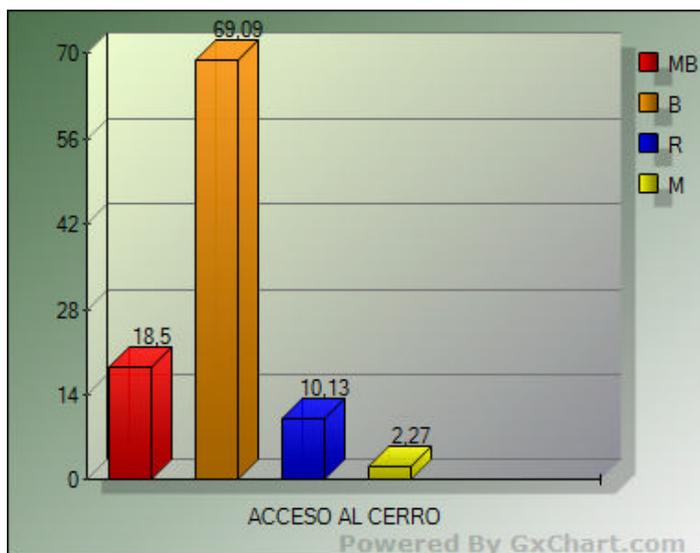
TEMPORADA INVERNAL 2008

n= 2.595 personas (usuarios)

CALIDAD DEL SERVICIO			
MB	B	R	M
18,50	69,09	10,13	2,27

Se puede establecer que la mayoría de las personas encuestadas coincidieron en que el acceso al Cerro Chapelco es bueno y muy bueno, existiendo un bajo porcentaje de personas que están disconformes con la calidad del servicio prestado.

En el siguiente cuadro podemos observar las diferentes valoraciones del servicio.



PROBLEMAS Y DEFICIENCIAS

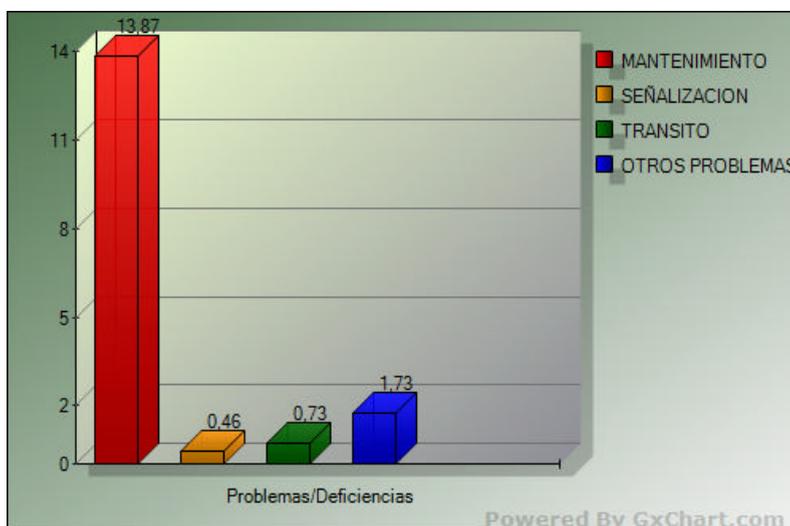
CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN QUEJAS SOBRE EL TOTAL DE USUARIOS

INTERVALO TEMPORADA INVERNAL 10/07/08 - 16/08/08

n = 2.595 personas

Problemas/Deficiencias	Frecuencias (%)
MANTENIMIENTO	13,87
SEÑALIZACION	0,46
TRANSITO	0,73
OTROS PROBLEMAS	1,73

Se puede ver claramente que el mayor porcentaje de problemas y deficiencias se enfoca a los problemas de mantenimiento, los cuales son superiores en porcentaje a deficiencias como señalización, tránsito y otros problemas.



ATENCION AL PÚBLICO

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

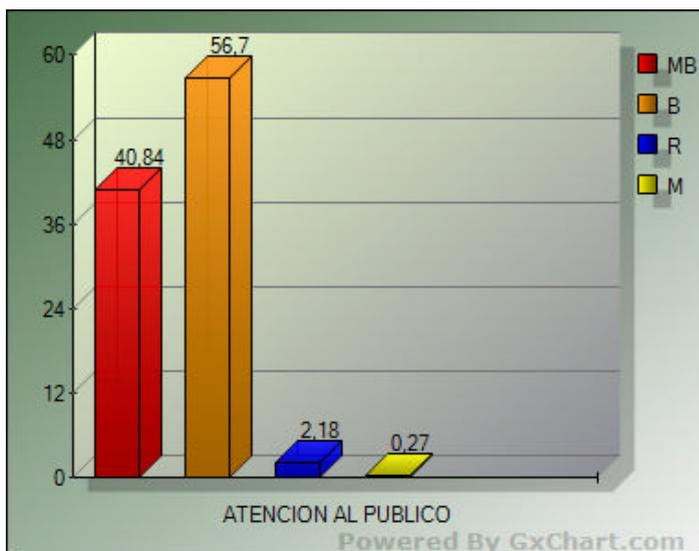
TEMPORADA INVERNAL 2008

n = 2.566 personas (usuarios)

CALIDAD DEL SERVICIO			
MB	B	R	M
40,84	56,70	2,18	0,27

Podemos apreciar en el siguiente análisis que solo el 2 y medio % del total de la demanda turística opina que la atención al público brindada por el Cerro Chapelco, es regular o mala.

Siendo que mas del 98 % de la demanda califico de buena y muy buena la atención recibida; esto muestra la favorable imagen que tiene Chapelco respecto de la demanda que lo consume.



MEDIOS DE ELEVACION

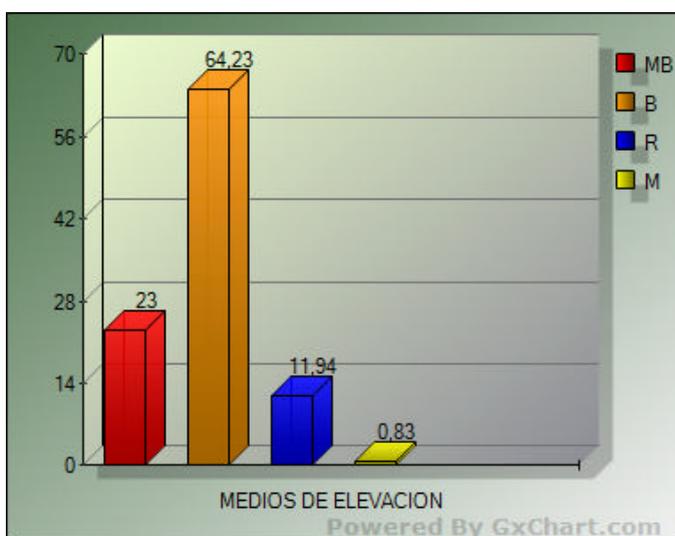
CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA SEGÚN EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

TEMPORADA INVERNAL 2008

n = 2.396 personas (usuarios)

CALIDAD DEL SERVICIO			
MB	B	R	M
23,00	64,23	11,94	0,83

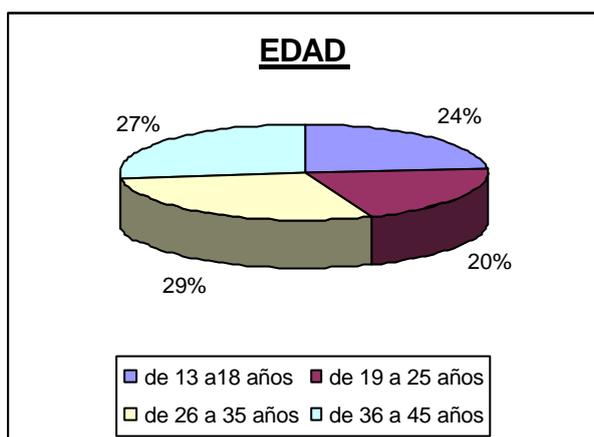
En un porcentaje mayoritario la opinión de la demanda que utiliza los medios de elevación fue Buena; pero vale aclarar que existe más de un 10 % de los usuarios interrogados, que opinan que la calidad del servicio es Regular, lo cual es un dato para tener en cuenta a la hora de realizar mejoras.



ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Los datos recogidos y analizados a continuación son producto de las encuestas que se realizaron en el Cerro Chapelco del 31 de Agosto al 14 de Septiembre del 2007, y del 14 al 20 de Julio del 2008; en los diferentes paradores del centro invernal.

1) Edad



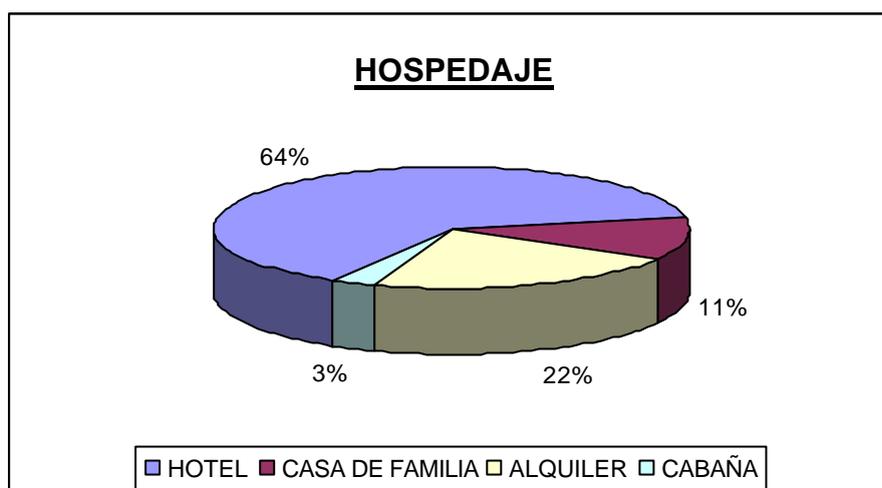
Con respecto al relevamiento que tiene por objeto saber la edad de la demanda, no hubo grandes variaciones respecto de ésta. Se podría agregar que las personas del segmento del 27 % (de 36 a 45 años) fueron más colaboradoras al momento de realizarles la encuesta. Como se puede observar en la grafica no existe un grupo mayoritario respecto a las edades, una de las posibles consecuencias es que al realizar las encuestas se busco la variedad de edades.

2) Sexo



Se puede apreciar una leve superioridad en el porcentaje de personas del sexo masculino; una de las razones principales fue que a la hora de relevar los refugios de mayor altura del Cerro Chapelco, había mayor cantidad de individuos del sexo masculino. Vale aclarar que al momento de encuestar a los diferentes individuos, al igual que sucede con el análisis de la edad, se busco ser lo mas equitativo posible, respecto de las diferenciación de personas.

3) ¿En qué tipo de Hospedaje se encuentra alojado?



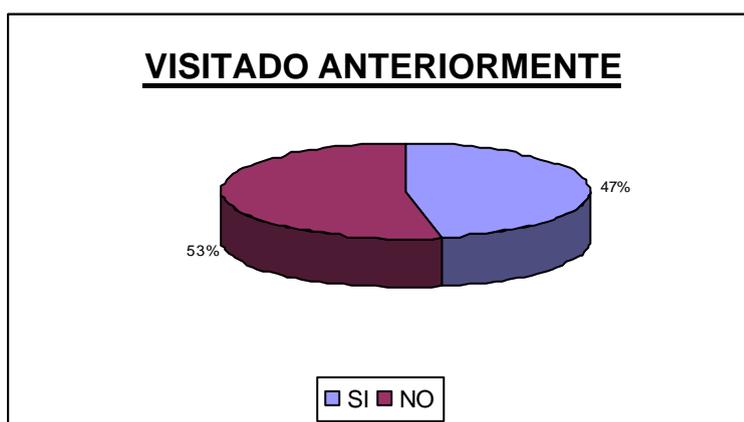
Al momento de encuestar a las personas respecto de su lugar de alojamiento actual, un 64 % de ellas dijo que estaba alojada en hoteles en San Martín de los Andes. Un 22 % estaban alojados en casas o departamentos que alquilaron previo comienzo de la temporada invernal.

El 11 % de los individuos manifestaron estar alojados en casas o departamentos de familiares, amigos o conocidos.

Solo un 3 % del total de la muestra se encontraba alojada en cabañas en San Martín de los Andes.

Cabe destacar que de todos los individuos encuestados ninguno estaba alojado en el Cerro Chapelco; el 100 % de las personas encuestadas manifestaron estar alojadas en San Martín de los Andes.

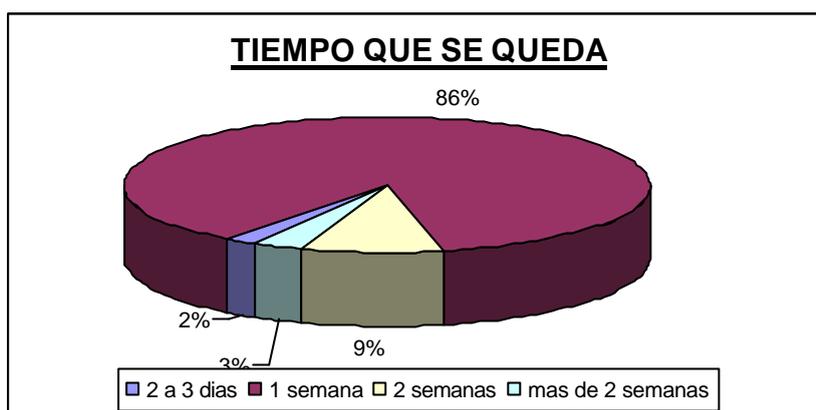
4) ¿Es la primera vez que visita Cerro Chapelco?



Se puede ver que el 53 % de los individuos encuestados manifestó ya haber visitado el Cerro Chapelco, mientras que un 47 % dijo que era su primera vez en el centro invernal.

Es importante aclarar que muchas de las personas que visitaban por primera vez el Cerro Chapelco fueron encuestadas en los paradores más cercanos a la base del cerro; mientras que aquellos que dijeron haberlo visitado en reiteradas ocasiones, se ubicaban en los refugios de mayor altitud.

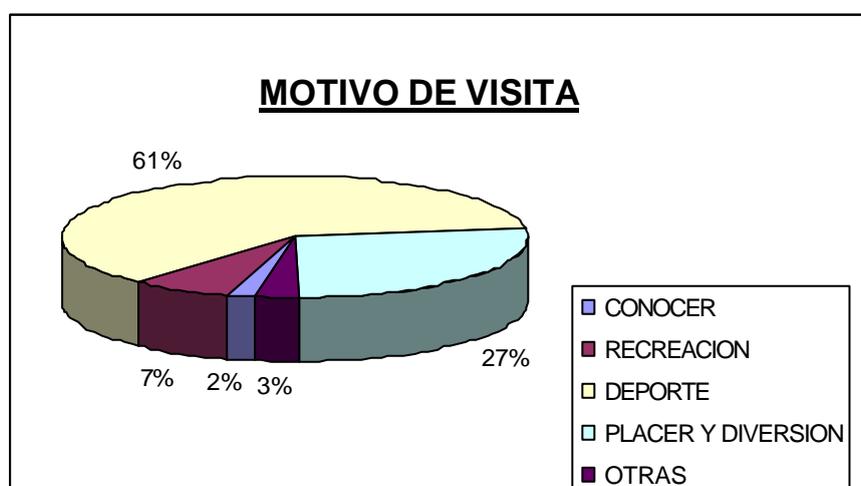
5) ¿Cuánto tiempo tiene pensado quedarse?



Al momento de interrogar sobre la duración de su estadía, el 86 % de los individuos manifestó que esta sería de 7 días; un 9 % dijo que serían dos semanas exactas las que estaría en el centro invernal; al ver la gráfica podemos apreciar que solo un 2 % permanecería en el destino de dos a tres días, los cuales vale aclarar eran visitantes locales.

Solo un 3 % de la muestra manifestó quedarse más de dos semanas, de los cuales vale precisar que dos de ellos eran profesionales del esquí, y otro trabajaba en el Cerro Chapelco, y era su día franco.

6) ¿Cuál es el motivo de su viaje?

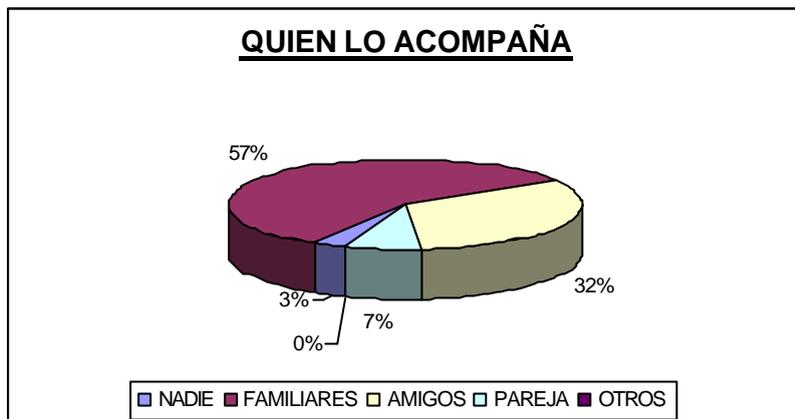


Al momento de preguntar cual era el motivo de su viaje, se torno confuso para los individuos tener que decidirse por una sola respuesta, debido a que una gran parte de la muestra manifestó estar allí por: placer y diversión, recreación y hacer deporte, se tuvo entonces que repreguntar para que se decidieran por alguna de las opciones posibles que planteaba la encuesta. Como consecuencia se diversifico las opciones de motivo de la visita resultando que un 61 % estaba allí para la práctica del deporte del esquí o snowboard; un 27 % por placer y diversión y un 7 % por recreación.

Solo un 2 % manifestó estar en el Cerro con motivo de conocerlo.

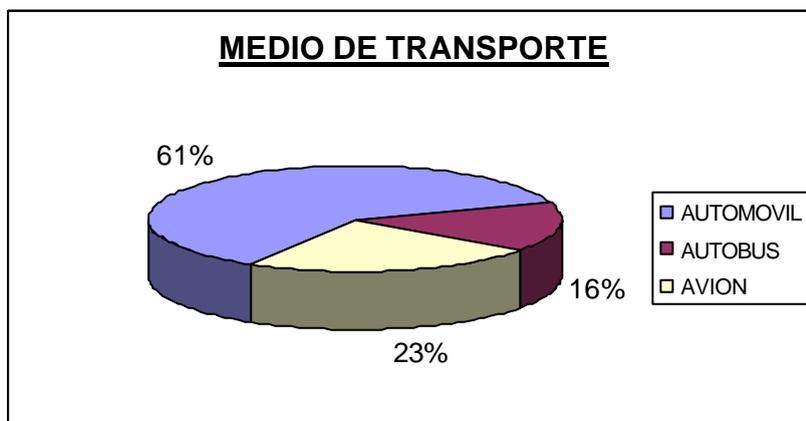
El 3 % manifestó ser otro el motivo de su visita, de los cuales dos dijeron estar entrenando para una competencia, y uno estar en su día franco de trabajo.

7) ¿Quién lo acompaña en su viaje?



Se pudo observar en este punto que la gran mayoría de la muestra, estaba en compañía de familiares o amigos (57 y 32 % respectivamente). Un 7 % había concurrido al lugar con su pareja, y solo un 3 % había ido sin ninguna compañía. En promedio los grupos familiares estaban constituidos por 3 personas, al igual que el de los grupos de amigos.

8) ¿En qué medio de transporte vino?



Se pudo observar al realizar las encuestas que un 61 % de los individuos utilizó como medio de transporte el automóvil; un 23 % manifestó haber llegado al destino en avión, y un 16 % dijo haber venido en un autobús. De la muestra que dijo haber venido en avión o en autobús un alto porcentaje dijo haber llegado al Cerro Chapelco a través de la contratación de una combi.

9) ¿Cómo contrató su viaje?

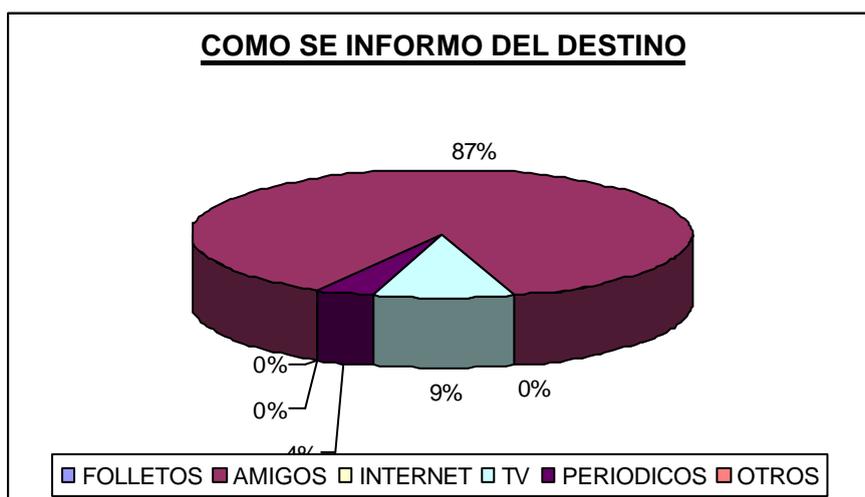


Se puede establecer que la preferencia del 74 % de la muestra a la hora de contratar su viaje, fue a través de una agencia de viaje. Como comentario adicional a este punto es válido aclarar que un elevado porcentaje de individuos, manifestó tener mayor confianza en las agencias de viajes, además de haber contratado su viaje de esta manera en ocasiones anteriores. (Por costumbre)

Un 21 % de la muestra dijo haber contratado los servicios por su cuenta, es válido aclarar que estos últimos, coincidieron al responder también que se alojaban en casas de familiares o alquilaban; es por ello que solo contrataron los servicios de medios de elevación y alquiler de equipos de esquí.

Solo un 5 % contrato su viaje a través de internet.

10) ¿Cómo se informó del destino Cerro Chapelco?



Un 87 % de los individuos encuestados dijo haberse informado del Cerro Chapelco a través de amigos, un 9 % declaró que se informó sobre el destino a través de programas televisivos y solo un 4 % dijo haberse enterado de la existencia de este por medios de periódicos.

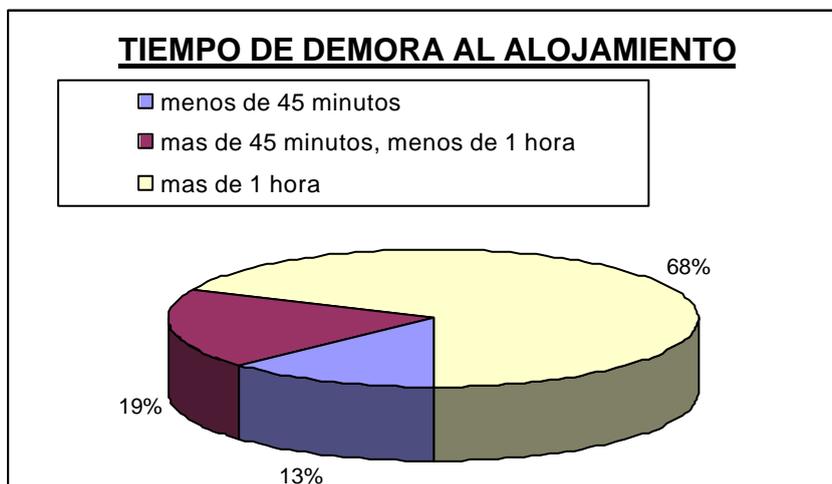
Es preciso aclarar que aquellas personas que manifestaron haber conocido el destino a través de la recomendación de amigos, también afirmo haber visitado el destino, mas de una vez.

11) ¿Está usted conforme con los servicios prestados por el Cerro Chapelco?



Se puede observar que un 97 % de las personas encuestadas se encontraban conformes con los servicios prestados por el Cerro Chapelco, mientras que solo 3 individuos manifestaron estar disconformes respecto a la cantidad de personas que se encontraban en los refugios en horas del mediodía; y haber tenido demoras para acceder a medios de elevación.

12) ¿Cuál es el tiempo que demora (aproximadamente) en llegar a su alojamiento luego de haber tenido un día de esquí?

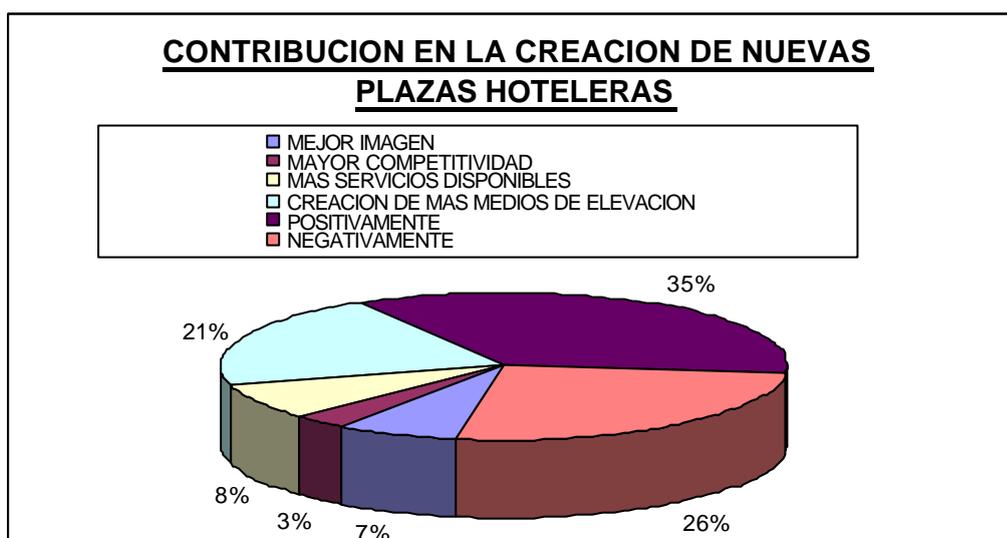


Al encontrarse la totalidad de la muestra alojada en San Martín de los Andes, se puede ver que los tiempos de demora desde el Cerro Chapelco al lugar de alojamiento, son similares entre si. Las variaciones de tiempo se producen principalmente por el tipo de vehículo que se utilice para llegar y por el tránsito que exista en ese momento. El resultante del presente punto fue que un 68 % de la muestra, demora más de una hora en llegar a su alojamiento, mientras que un 19 % manifestó demorar entre 45 minutos a 1 hora.

Por ultimo un 13 % de los individuos dijo tardar en llegar a su alojamiento menos de 45 minutos.

Es importante aclarar que el servicio de contratación de combis, tiene un servicio particular, este traslada a diferentes contingentes en el regreso del Cerro Chapelco, dejando primero a las personas en los hoteles que están más cercanos en el recorrido.

13) ¿De que manera piensa que la creación de nuevas plazas hoteleras en las cercanías del centro invernal contribuiría a la imagen del Cerro Chapelco?



Al momento de interrogar a los individuos acerca de la contribución en la imagen, que produciría la creación de nuevas plazas hoteleras en el Cerro Chapelco, se produjeron diversas respuestas. Un 35 % de la muestra contesto que de crearse nuevas plazas hoteleras contribuiría positivamente a la imagen del cerro; mientras que un 26 % afirmo que impactaría negativamente.

Un 21 % de los individuos encuestados, contesto que con la creación de más plazas hoteleras, se ampliarían los medios de elevación como también la creación de nuevas pistas. El 8 % manifestó que con la creación de nuevas plazas hoteleras, se ampliarían los servicios disponibles, tales como restaurantes, bares y refugios. El 7 % dijo que generaría una mejor imagen en el contexto general del centro de esquí. Solo un 3 % nombro como contribución a la imagen del Cerro Chapelco, la competitividad; comentando haber esquiado en otros destinos con establecimientos hoteleros en la base.

14) De existir alojamientos en el Cerro Chapelco ¿Se alojaría? ¿Por qué?



Al encuestar a las personas sobre la existencia de alojamientos en el Cerro Chapelco un 36 % dijo que no se alojaría en él, algunas de las razones fueron:

- Preferencia por la ciudad de San Martín de los Andes, sus servicios y atractivos. (29 %)
- Probabilidad del alto costo de hospedaje. (4 %)
- Preocupación por la saturación de los servicios. (3 %)

De la totalidad de la muestra un 64 % manifestó que de existir alojamientos en el Cerro Chapelco, se alojarían sin ninguna duda, las razones por las que se alojarían fueron:

- Mayor cercanía a los medios de elevación. (36 %)
- Menor tiempo de viaje. (23 %)
- Mayor tranquilidad (menos personas que en la ciudad). (3 %)
- Contacto con la naturaleza más directo. (2 %)

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES

A continuación se realizara el análisis de las entrevistas realizadas a los diferentes informante claves.

La metodología utilizada para las entrevistas fue en un primer momento, grabando las entrevistas (previo acuerdo con el entrevistado), luego realizando una desgrabación, y extrayendo conceptos claves; por último se analizaron las respuestas, extrayendo los conceptos claves.

Se realizaron en total 4 entrevistas a personas relacionadas con: Agencias de turismo; Alquiler de Combis y hoteles; todas ellas residentes de San Martín de los Andes.

Se analizara cada una de las preguntas en particular, destacando las características primordiales de las respuestas obtenidas en cada una.

- Según su visión, ¿Cómo piensa que será la demanda turística en el Cerro Chapelco, para los próximos años? ¿Por qué?

Las respuestas fueron similares entre si, destacando que con el correr de los años, serán más las personas que elijan como destino el Cerro Chapelco para la practica del esquí y el snowboard. Al momento de responder el porqué de su opinión, se menciona la belleza paisajística que posee el centro invernal en comparación con otros, las inversiones en nuevos medios de elevación, y el menor costo en relación con otros centros invernales del país.

- ¿Cree suficientes la cantidad de plazas hoteleras con las que cuenta el Cerro Chapelco en la temporada invernal? ¿Por qué?

Al momento de realizar esta pregunta, surgieron diversas respuestas por parte de los diferentes entrevistados, 3 personas afirmaron que las plazas hoteleras en el Cerro Chapelco son insuficientes durante la temporada invernal, debido a que solo existen 9 establecimientos que brindan alojamiento. Una sola persona manifestó que por ser un atractivo que se encuentra en las afueras de la ciudad de San Martín de los Andes, eran suficientes las plazas hoteleras con las que disponía el lugar.

- A su entender: ¿Cuáles cree son las desventajas que presenta la oferta hotelera en la actualidad? ¿Qué mejoras realizaría?

Las 4 personas entrevistadas manifestaron que no encontraban grandes desventajas en lo que refiere a la actual oferta hotelera, si dijeron que realizarían pequeñas mejoras en relación a la situación precio calidad que se produce en los establecimientos hoteleros durante la temporada alta; y otro de los entrevistados expreso mejoras relacionadas con una mayor promoción de otros destinos turísticos tales como Junín de los Andes, para aquellas personas que no practican actividades invernales.

- ¿Cree usted necesaria las futuras inversiones financieras en la zona del Cerro Chapelco? ¿Por qué?

En la pregunta que se realizó, los 4 entrevistados afirmaron que son de suma importancia las futuras inversiones financieras en el Cerro Chapelco; ya que son las inversiones financieras las que hacen que aumente la demanda, y se generen más puestos de trabajo. Uno de los entrevistados al contestar por qué, estableció que con más inversiones financieras se podrá competir con otros centros invernales de las características del Cerro Cathedral.

- ¿Cómo cree que afectará la construcción de nuevos establecimientos hoteleros a la población local?

Respuesta 1: Creo que beneficiara en todos los aspectos a la población local; ya sea en la creación de más puestos de trabajo, como así también en la imagen que se da a los turistas que visitan el destino.

Respuesta 2: No creo que afecte de forma negativa la construcción de nuevos hoteles en la zona a la población local, ya que la población está acostumbrada a los cambios constantes que se producen en la zona a raíz del turismo.

Respuesta 3: No creo que los afecte negativamente, por el contrario la llegada de nuevos hoteles siempre es bien recibida, siempre y cuando no sea para estudiantes que vienen de viaje de egresado.

¿Por qué?.....Porque la población local no los quiere en absoluto, ya se saben los destrozos que se producen en Bariloche por culpa de ellos.

Respuestas 4: No considero que afecte a la población local en lo más mínimo.

- En el caso de ser usted un posible inversor, ¿colocaría su inversión en el destino Cerro Chapelco? ¿En qué tipo de alojamiento?

Las respuestas en esta pregunta fueron afirmativas en las 4 personas entrevistadas; comentando que pondrían su inversión en alojamientos de 4 o 5 estrellas; al preguntar por qué, surgió el tema del poder adquisitivo que poseen las personas dispuestas a pagar un hotel de 4 a 5 estrellas, y lo redituable que sería para ellos.

- ¿De qué manera considera que pueden afectar los reclamos de las comunidades mapuches, una inversión financiera en nuevos establecimientos hoteleros?

Las 4 personas entrevistadas, manifestaron que pueden afectar de forma negativa los reclamos de las comunidades mapuches, afirmando que éstas hacen mala publicidad al destino, y generan disminución de la demanda, como comentario adicional en varios casos se planteó los métodos de protestas por parte de estas comunidades, llegando a la conclusión que por más válidas que sean las causas de los reclamos, no son correctas las formas ni los medios empleados.

- Según su criterio: ¿Cómo cree que beneficiaría una villa hotelera en la base del Cerro Chapelco, similar a la del Cerro Tronador?

Respuesta 1: No creo que una villa hotelera de las dimensiones del Cerro Tronador pueda llegar a beneficiar la imagen del Cerro Chapelco, ya que el atractivo principal del centro de esquí Chapelco, es no tener grandes edificaciones en la base y estar rodeado por la naturaleza.

Respuesta 2: De construirse una villa hotelera similar a la del Cerro Tronador, esta debería adaptarse al entorno y no contaminar visualmente el lugar; según mi opinión, no creo que sea beneficioso, aunque si, resultará muy redituable para aquellos que encaren el proyecto.

Respuesta 3: Creo que con la creación de una villa hotelera en la base del Cerro se generaría un gran descontento en la población de San Martín de los Andes, y no sería beneficioso en absoluto crear una Villa de las dimensiones del Cerro Tronador.

Respuesta 4: Creo que sería muy beneficioso la creación de un complejo con varios establecimientos hoteleros, por la gran cantidad de demanda que traería a la zona.

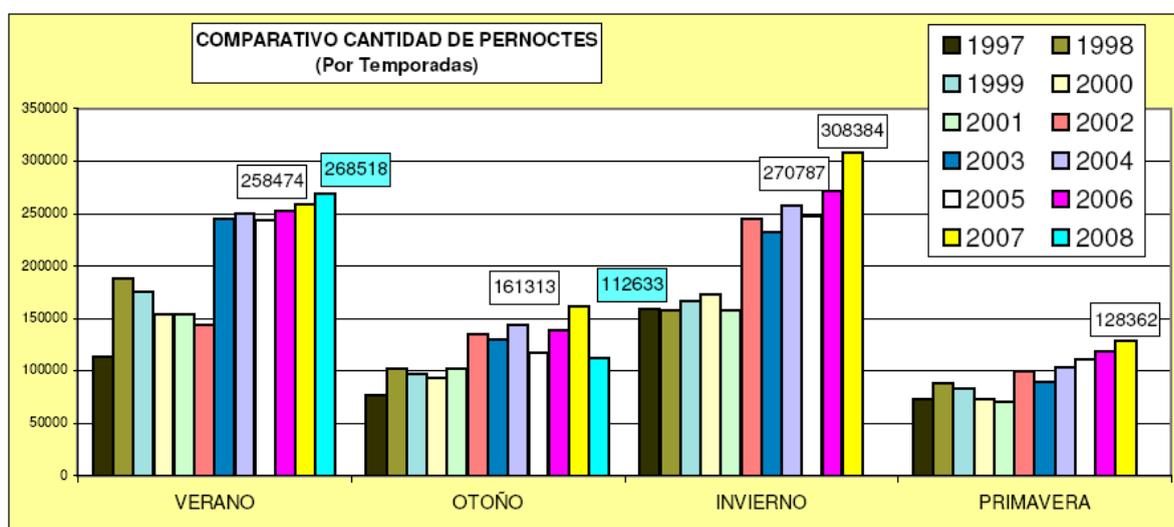
A modo de resumen, podríamos decir que las entrevistas fueron de gran utilidad para despejar diversas dudas, las personas entrevistadas colaboraron en todo momento, respondiendo preguntas secundarias que iban surgiendo a lo largo de la entrevista.

Conclusiones Preliminares

En lo que refiere a la **demanda** luego de realizar la investigación a través de los datos obtenidos de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén - Dirección de Estadística, pude llegar a la conclusión que existe un segmento bien diferenciado de personas dedicadas a la practica de esquí, en general jóvenes de entre 18 y 25 años y padres de familia de entre 35 y 60 años de edad. Se puede apreciar también que la imagen del Cerro Chapelco es buena en líneas generales, dado los resultados obtenidos, al interrogar sobre cuestiones como calidad, atención al público y mantenimiento.

Se puede observar en datos estadísticos que provee la municipalidad de San Martín de los Andes; Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico que la demanda es creciente con el correr de los años, como se puede observar en el siguiente cuadro, no solamente en las temporadas invernales, sino también en los meses de verano. En relación a la cantidad de pernóctes por temporadas que se pueden ver en el cuadro comparativo, podemos ver que ha ido en aumento con el pasar de los años, superando consecutivamente en porcentaje, a años anteriores.

(A pesar que los pernóctes relevados en el análisis del cuadro siguiente corresponden a la ciudad de San Martín de los Andes, es valido a la hora de tener una idea clara del crecimiento turístico que posee la ciudad.)



Con respecto a la demanda y las plazas hoteleras podemos observar, a través de las conclusiones extraídas de las encuestas, que existe una gran cantidad de personas que prefieren la cercanía de un hotel por las comodidades que esto representaría; y el ahorro de tiempo que brindaría.

Pero existe también una parte considerable de personas encuestadas que sigue eligiendo San Martín de los Andes como ciudad para alojarse, por los diversos atractivos que brinda esta ciudad y destacarse por ser refinado, amistoso, pintoresco, ordenado y tranquilo.

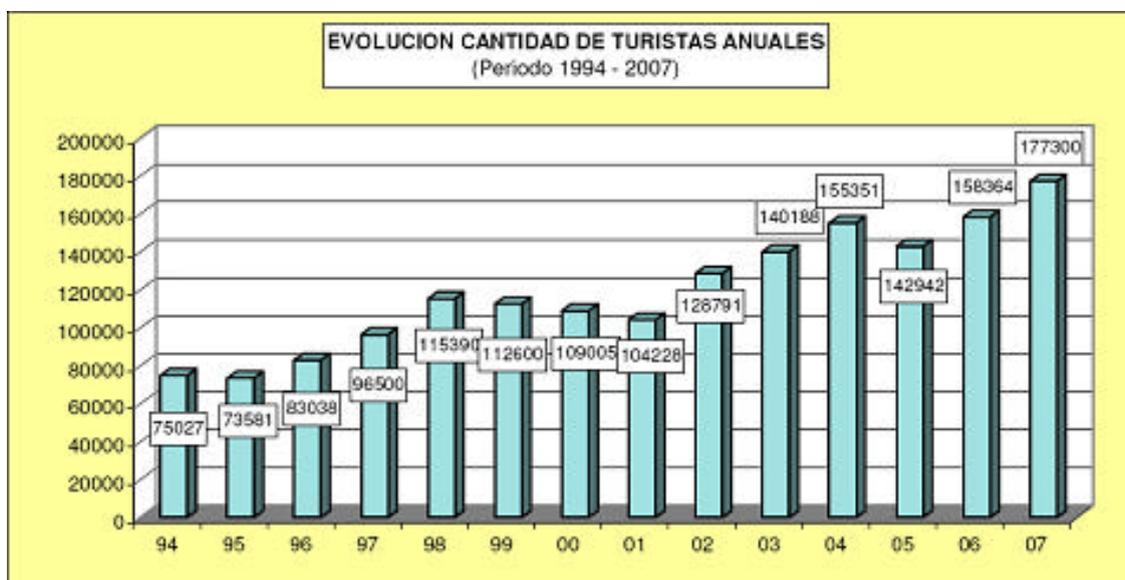
Como conclusión de las encuestas también podemos ver que entre los esquiadores se destaca un segmento joven de entre 18 y 35 años que busca productos nuevos y un segmento padres de familia de entre 40 y 55 años, mayormente interesados en mejores servicios y comodidades.

La oferta de los centros de esquí puede segmentarse así en básicamente dos públicos diferentes. Además de verse atraídos por los deportes de nieve en general, hay ciertas particularidades a tener en cuenta en cada caso.

1. **El deportista.** Le interesa básicamente la cantidad y calidad de la nieve, la variedad y nivel de dificultad de las pistas; durante las entrevistas manifestaron estar de acuerdo con la construcción de más establecimientos hoteleros en la base del Cerro Chapelco; como ventajas manifestaron la reducción de tiempos de viaje. Este segmento se caracteriza además por ser fanáticos del deporte y concurrir asiduamente al centro de esquí. (Jóvenes de entre 19 y 35 años)

2. **El familiar.** Se preocupa más por la seguridad y las comodidades. Este último segmento es el más destacado del Cerro Chapelco y fueron los más colaboradores a la hora de realizar las entrevistas.

Según datos obtenidos a través de la Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico. de San Martín de los Andes podemos apreciar que la evolución de la cantidad de turistas anuales, que visitan la ciudad de San Martín de los Andes, ha ido en aumento con el correr de los años, es así que la cantidad de turistas que visitan la ciudad creció exponencialmente desde el año 1994 al año 2007.³⁶



³⁶ Municipalidad de San Martín de los Andes; Secretaria de Turismo y Desarrollo Económico.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En comparación con otros Centros Invernales podríamos establecer varias diferencias en lo que respecta a competencia para con el Cerro Chapelco. Comenzaremos estableciendo las principales características del Cerro Chapelco; para luego comparar a través de una ficha técnica, las características primordiales de cada centro invernal que es competencia del Cerro Chapelco

CENTRO DE ESQUI CERRO CHAPELCO CARACTERÍSTICAS GENERALES

El Cerro Chapelco ofrece características especiales para la práctica de esquí. Debido a estas características (laderas cubiertas de pastos libres de rocas), en 1946 Federico Graeff lo eligió como el sitio más apto para impulsar la práctica de deportes invernales, pues hace posible disfrutar de sus laderas aun con poca nieve.

Sus suaves pendientes lo hacen el lugar ideal para los principiantes en el deporte del esquí, así como también, para los intermedios y expertos. El estilo más practicado es el esquí alpino. La práctica de snowboard y esquí de fondo son también posibles en Chapelco. Es sede de numerosas competencias nacionales e internacionales.

Chapelco además es un centro de esquí de primera línea, con medios de elevación que aseguran rapidez y eficiencia, con Snow Pass, un sistema de acceso a los medios de elevación totalmente computarizado. Cuenta con un centro de esquí para toda la familia, con Club Infantil, Guardería y Nursery, además de un importante servicio de restaurantes, confiterías, etc.

LA NIEVE

Aparte de su reconocida calidad y mantenimiento, el cerro cuenta con la ventaja de tener su base a 1.250 msnm, y su cumbre a más de 2.000 msnm. Esta privilegiada ubicación ha permitido que haya nieve siempre durante la temporada invernal.

Chapelco se jacta de su nieve buena y abundante durante los meses de invierno. (Temporada alta) La precipitación nívea anual en la base es de 1,50 metros, y de 2,50 metros en la cumbre, mientras que el promedio de profundidad de la nieve es de 0,50 m en la base, 1 m en Intermedia y 1,30 m en la cima. Los expertos pueden disfrutar de la velocidad fuera de pistas, hundirse y flotar en la nieve.

LA BASE

Al nivel de los mejores complejos del mundo, no es solo un lugar de paso, pues tiene una vida propia. En la Base del Cerro, debajo del edificio de la Telecabina, se encuentra un amplio y moderno sector, especialmente equipado para una rápida y cómoda atención, con drugstores, boutiques, servicio de cajeros automáticos y de telefonía móvil, etc.

Allí se pueden alquilar esquís alpinos, de fondo, de travesía, parabólicos, monoesquí, big foot y snowboards. El guarda esquí y seca botas se encuentra en el mismo edificio y los lockers están en salas con calefacción. El servicio de guardarropa se presta en dos lugares: en el edificio de la Telecabina y en Antulauquen. En el mismo sector se encuentra el taller de reparación, donde se brinda este servicio por personal especializado de 9 a 17 horas.

También encontramos la excelente gastronomía patagónica en sus diferentes locales.

LOS MEDIOS DE ELEVACION

Más de una docena de modernos medios de elevación de última generación con una capacidad de remonte de hasta 12.000 personas por hora agilizan el traslado de los esquiadores y los conducen hasta la cima o lo acompañan cómodamente hasta las pistas de su elección. Esto posibilita el aprovechamiento integral del tiempo en la montaña.

Telesillas cuádruples, triples y dobles, telesquís y t-bar que transportan 11.718 esquiadores por hora, evitan esperas y colas molestas. Con capacidad para seis esquiadores cada una, la telecabina es el símbolo de este cerro y permite un acceso confortable a la Plataforma de 1.600 m, segunda base de operaciones del Cerro Chapelco.

Una telecabina, cinco aerosillas (dos dobles, una triple, dos cuádruples) y cinco medios de arrastre cubren toda el área.

En resumen, las telecabinas, confortables y abrigadas, en cinco minutos permiten llegar a plataforma 1.600, zona de nieve segura todo el invierno.

SNOW PASS

Puesto que el tiempo libre es muy importante, Chapelco cuenta con un sistema de acceso a cada medio de elevación totalmente computarizado. Así, utilizando tarjetas magnéticas (Snow Pass) el esquiador puede desplazarse por el cerro sin la necesidad de tener que aguardar mucho para acceder a cualquiera de ellos.

LAS PISTAS

Chapelco cuenta con 31 pistas de esquí de diversa dificultad, haciendo que el centro ofrezca alternativas para todos los niveles. La superficie esquiable de Chapelco llega a las 140 hectáreas, algunas con una longitud máxima de 5,3 km y un desnivel esquiable (no acumulado) de 730 metros. Tiene pendientes que van desde una mínima de 20° para los que recién se inician, hasta llegar a los desafiantes 45° de pistas rojas y negras con bumps y saltos para los más exigentes y expertos.

La Base y la Pista 63 son perfectas para principiantes. Entre los 1.250 y 1.750 m se pueden encontrar pistas muy suaves, onduladas y fáciles. Existen zonas, ya más cercanas al filo del cerro, que ofrecen pistas más inclinadas para aquellas personas experimentadas.

Los amantes del snowboard, por su parte, son asiduos fanáticos del Halfpipe ubicado en el cañadón a la izquierda del Palito, especialmente diseñado para realizar prácticas y competencias de distintas modalidades.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL CENTRO INVERNAL

Categoría: Internacional

Ubicación: A 19 km de San Martín de los Andes, Neuquén.

Temperatura en invierno: -4° a 11°

Modalidades de esquí que se practican

- Esquí alpino
- Esquí de fondo
- Esquí de travesía
- Snowboard

Pistas: En Chapelco se encuentran pistas para todos los niveles. Son aptas para el aprendizaje y competencias de alto nivel.

Superficie esquiable: 140 hectáreas

Cantidad de pistas: Cuenta con 31 pistas balizadas, controladas y patrulladas (algunas homologadas por la FIS).

Longitudes máximas esquiables: Desde el tope de la aerosilla del Mallín hasta la base: 5,3 km; y desde el Filo hasta la base: 3,4 km.

Descenso máximo ininterrumpido: 5,3 km.

Altura mínima y máxima: 1.250 y 1.980 msnm respectivamente.

Desnivel esquiable: 730 m (no acumulado).

Pendiente mínima y máxima: 20 y 45° respectivamente.

Seguridad en pistas: Chapelco tiene un cuerpo de 20 patrulleros que cuentan con el equipamiento de camillas, radios, motonieves, etc.

Medios de elevación: Funcionan 12 medios de elevación comprendidos por:

- * 1 telecabina
- * 5 telesillas
- * 4 telesquíes
- * 1 telesquí portátil

Capacidad de transporte: 11.718 esquiadores por hora.

Capacidad de salida desde la base: 2.700 pax.

Cotas: De la base al máximo nivel:

- Base: 1.250 m
- Rancho Manolo: 1.500 m
- Antu Lauquen: 1.600 m
- Refugio Graeff: 1.720 m
- Cumbre: 1.980 m
- Pendientes: - máxima: 45 % - mínima: 20 %

Precipitación nívea anual:

- Base (1.250 m): 1,50 m
- Cumbre (1.980 m): 2,50 m

Profundidad de la nieve (promedio):

- Base: 0,50 m - Intermedia: 1 m
- Cumbre: 1,30 m.

Calidad de la nieve (promedio): Húmeda/rápida

Mantenimiento de las pistas

En las áreas de mantenimiento y seguridad en pistas se destacan: servicio de patrullas, mecánica de medios de elevación, centros de información, asistencia en ascenso y descenso de medios.

Tarifas 2008

Tipo de pase	Temporada baja			Temporada media			Temporada alta		
	May.	Men Sen	/ May. 70	May.	Men Sen	/ May. 70	May.	Men Sen	/ May. 70
Telecabina	\$35	\$25	Free	\$55	\$40	Free	\$70	\$50	Free
Pase tarde	\$70	\$55	Free	\$100	\$85	Free	\$130	\$105	Free
Pase diario	\$85	\$70	Free	\$125	\$110	Free	\$165	\$130	Free
Pase fin de semana	\$130	\$125	Free	\$190	\$170	Free	\$245	\$195	Free
Abono 3 días	\$255	\$205	Free	\$365	\$325	Free	\$475	\$390	Free
Abono 4 días	\$325	\$265	Free	\$475	\$425	Free	\$615	\$505	Free
Abono 5 días	\$395	\$320	Free	\$575	\$505	Free	\$750	\$595	Free
Abono semanal	\$465	\$375	Free	\$680	\$605	Free	\$870	\$705	Free
Pase universitario joven	\$375	-	Free	\$605	-	Free	-	-	Free
Abono quincenal	\$930	\$755	Free	\$1375	\$1210	Free	\$1720	\$1400	Free
Abono mensual	\$1820	\$1455	Free	\$1685	\$2350	Free	\$3470	\$2775	Free
Abono temporada	\$3985	\$2875	Free	\$3985	\$2875	Free	\$3985	\$2875	Free

- Infantes (de 0 a 5 años) y mayores de 70 años, Free.
- Seniors: 60 a 69 años
- Mayores: 12 a 59 años
- Menores: 5 a 11 años
- Jóvenes universitarios: 18 a 28 años

CARACTERÍSTICAS GENERALES, CENTROS DE ESQUÍ COMPETENCIA DE CHAPELCO.



CERRO CATEDRAL	
SUPERFICIE ESQUIABLE	600 hectáreas.
ESTILOS	Esquí alpino, snowboard, esquí de fondo, nórdico y de travesía.
DESNIVEL ESQUIABLE	970 metros.
PISTAS	53 (103 kms. totales esquiabales).
MEDIOS DE ELEVACIÓN	33
SERVICIOS	Snowboard park, shopping, cine, estacionamiento, sistema de fabricación de nieve, guardería infantil, restaurantes y confiterías, guardería de esquí, alquiler y reparación de equipos, cabinas telefónicas, oficina de atención al cliente y de tarjetas de crédito, capilla, primeros auxilios, policía, escuelas de esquí y snowboard.
ACCESIBILIDAD	En avión o en bus hasta San Carlos de Bariloche, y desde ahí 19 km de ruta asfaltada.
PRECIOS	Los precios de los abonos diarios de los medios de elevación cuestan para mayores \$105 y \$85 para menores en temporada baja; \$130y \$75 en temporada media; y en temporada alta \$155 y \$90



LAS LEÑAS	
SUPERFICIE ESQUIABLE	260 hectáreas.
ESTILOS	Esquí alpino, snowboard, esquí de fondo, libre y de competición.
DESNIVEL ESQUIABLE	1.230 metros.
PISTAS	29 (70 kms. totales esquiabiles).
MEDIOS DE ELEVACIÓN	13, que transportan 10.000 personas por hora
SERVICIOS	Snowboard park iluminado, servicio exclusivo de shuttle, snow shop, restaurantes, cine, casino, música en la base, alquiler de equipos, oficina de informes, lockers, guardería de niños, transporte interno dentro del valle, escuela de esquí. Además cuenta con estacionamiento, telex, fax, restaurantes, cafeterías, casas de té, discoteca, circuito cerrado de TV, departamentos y hoteles.
ACCESIBILIDAD	Desde Buenos Aires (Aeroparque Jorge Newbery) hasta la estación aérea de Malargüe, por medio de las principales líneas aéreas en vuelos charter de una hora y media de duración. El recorrido en bus desde Malargüe al centro es de una hora aproximadamente. También se puede llegar al Valle de Las Leñas en los vuelos regulares a San Rafael y trasladarse por medio terrestre hasta el centro.
PRECIOS	\$ 99 para menores y \$123 para mayores, por día, en temporada baja; \$152 para menores y \$ 190 para mayores, en temporada alta



CERRO BAYO	
SUPERFICIE ESQUIABLE	200 has.
ESTILOS	Esquí alpino, snowboard, esquí nórdico.
DESNIVEL ESQUIABLE	700 metros.
PISTAS	29 (20 kms. totales esquiabiles)
MEDIOS DE ELEVACIÓN	10 (5 telesillas dobles y 5 telesquíes)
SERVICIOS	Escuela de esquí, guardería de esquíes, alquiler de equipos, atención para los chicos, reparación de equipos. : Estacionamiento, restaurante, confitería (en Cerro Bayo). Hoteles, bungalows, casas por temporada, confiterías, restaurantes, casas de té, centro comercial (en Villa La Angostura).
ACCESIBILIDAD	El Cerro Bayo está ubicado en el sur de la provincia del Neuquén, a 9 kilómetros de Villa la Angostura, se accede por la Ruta Provincial N° 66 a 6 km. de la Ruta Nacional N° 231 y dista 85 Km. de la ciudad de San Carlos de Bariloche, donde se encuentra el aeropuerto más cercano. Dicho aeropuerto cuenta con múltiples frecuencias diarias de vuelos desde la ciudad de Buenos Aires y el trayecto hasta Villa la Angostura está cubierto por muchos servicios de micros.
PRECIOS	Los abonos diarios cuestan entre \$87 y \$62 para mayores y menores, en temporada baja; \$153 y \$108, en temporada alta.



LA HOYA	
SUPERFICIE ESQUIABLE	150 hectáreas.
ESTILOS	Esquí alpino, snowboard, esquí de fondo.
DESNIVEL ESQUIABLE	750 metros.
PISTAS	24 (22 kms. totales esquiabiles)
MEDIOS DE ELEVACIÓN	11 (4 telesillas de distintas longitudes, 5 telesquíes, 1 T-bar y 1 Poma bambi)
SERVICIOS	Escuela de esquí, slalom club, cuerpo patrullero, sala de primeros auxilios, alquiler de equipos, atención para chicos, venta de equipos. Estacionamiento, combustible, comunicaciones, hostería y confitería (en La Hoya). Hoteles, hospedajes, cabañas, campings, confiterías, restaurantes, casas de té, centros comerciales, bancos, artesanías, esparcimientos, discoteca, TV, hospital y clínicas (en Esquel).
ACCESIBILIDAD	Desde Buenos Aires salen vuelos a Esquel en forma regular por semana. En temporada las frecuencias se acentúan. De ahí son 13 kms. al centro La Hoya. También se puede llegar vía Bariloche y luego por vía terrestre hasta Esquel (290 km).
PRECIOS	Los abonos diarios cuestan para la temporada baja \$60 y \$45, para mayores y menores, y en temporada alta \$75 y \$55, para mayores y menores.



CERRO CASTOR	
SUPERFICIE ESQUIABLE	400 hectáreas.
ESTILOS	Esquí alpino, snowboard, esquí de fondo.
DESNIVEL ESQUIABLE	772 metros.
PISTAS	19 (20 kms. totales esquiabiles).
MEDIOS DE ELEVACIÓN	5: 3 Telesillas, 1 Tele esquí T1 y 1 Bambi Lift.
SERVICIOS	Escuela de esquí, alquiler de equipos, enfermería. Confitería, sanitarios, shopping (en Cerro Castor). Hoteles, hospedajes, cabañas, confiterías, restaurantes, casas de té, centros comerciales, bancos, artesanías, esparcimientos, discoteca, TV, hospital y clínicas (en Ushuaia).
ACCESIBILIDAD	El complejo Cerro Castor está ubicado a 27 kilómetros de la ciudad de Ushuaia. Hay vuelos regulares que llegan al aeropuerto de la ciudad de Ushuaia.
PRECIOS	El abono diario cuesta de \$90 para mayores y \$63 para menores en la temporada baja. En la temporada alta, el abono diario se paga \$138y \$95



CERRO PENITENTES	
SUPERFICIE ESQUIABLE	300 hectáreas aproximadamente
ESTILOS	Alpino, nórdico, de competición y snowboard fuera de pista
DESNIVEL ESQUIABLE	614 mts.
PISTAS	Cuenta con 28 pistas de Esquí y Snowboard, once de ellas homologadas con una longitud esquiabile de 7 km. Ininterrumpidos.
MEDIOS DE ELEVACIÓN	<p>Telesilla doble "Pircas": long. 680m, desnivel 248m, capacidad: 980 p/hora.</p> <p>Telesilla doble "Punta Guanaco": long. 1250m, desnivel 400m, capacidad: 1400 p/h.</p> <p>Telesquí "Baby": long. 320m, desnivel 90m, capacidad: 1200 p/h.</p> <p>Telesquí "Slalom": long. 768m, desnivel 320m, capacidad: 980 p/h.</p> <p>Telesquí "Escuela" (3): long. 250m, desnivel 40m, capacidad: 500 p/h.</p>
SERVICIOS	<p>Entretenimientos para los más pequeños: guardería infantil especializada, jardín de nieve y escuela de esquí.</p> <p>Carreras de padres e hijos, desfiles de moda, bajada de antorchas, día del niño, boliches, degustaciones, promociones y musicales</p>
ACCESIBILIDAD	Situado a 2580 mts. sobre el nivel del mar, ubicado sobre la ruta Internacional Nº 7 que une Santiago y Mendoza y a 165 kms. de la capital de Mendoza, a 713 kms de Córdoba capital y 1089kms. de Buenos Aires
PRECIOS	El pase diario de los medios de elevación cuesta para la temporada alta \$140 y \$115, para mayores y adultos respectivamente, y para la temporada baja: \$90 y \$75.



CERRO CAVIAHUE	
SUPERFICIE ESQUIABLE	Superficie esquiable: 2.200 hectáreas
ESTILOS	Esquí alpino, de fondo, snowboard, travesías en raquetas de nieve, trineos tirados por perros siberianos.
DESNIVEL ESQUIABLE	Máximo desnivel esquiable: 1.250 m
PISTAS	Esta compuesto por 18 pistas con 3 niveles de dificultad, 1 itinerario del Bosque y 1 pista de conexión
MEDIOS DE ELEVACIÓN	Caviahue cuenta con 9 medios de elevación, incluyendo la silla cuádruple en el sector Anfiteatro.
SERVICIOS	El Cerro Cuenta con: Un equipo de Pisteros y Socorristas que le brindan toda la atención, con los elementos necesarios para su seguridad; 5 Máquinas Pisa nieve, el Restaurante-Confitería “Las Lengas” en la base, la Confitería “Pehuen” ubicada en un punto panorámico, el Refugio-Bar en la base del T-Bar, Sala de Primeros Auxilios, Servicio de Atención al Cliente, excursiones al Cráter del Volcán Copahue en Vehículo Pisa nieve y otros itinerarios en motos para nieve.
ACCESIBILIDAD	Caviahue se sitúa al norte de la provincia de Neuquén, en plena Cordillera de Los Andes, al pie del Volcán Copahue, y a orillas del lago de su mismo nombre. Para acceder a este lugar de encanto se parte desde la ciudad de Neuquén por ruta 22, pasando por Zapala, tomando la ruta 21 en Las Lajas y la ruta 26 en Loncoupé.
PRECIOS	Los medios de elevación para el día son: para mayores \$80 y \$64 para menores, en temporada baja. Mientras que en la temporada alta el pase diario para mayores cuesta \$140, y \$112 para menores.

Centros de esquí Chilenos

Dada la proximidad geográfica, los centros de esquí que se extienden del lado Chileno de la cordillera son los principales competidores de los centros Argentinos, y aquí se describen brevemente.

En general se trata de complejos hoteleros y de condominios emplazados al pie de las mismas pistas de esquí. Sus características son la buena atención y los servicios hoteleros y gastronómicos de primer nivel.

La cercanía de algunos centros invernales a la capital Chilena los hace fácilmente accesible por el aeropuerto internacional de Santiago, mediante vuelos regulares (a diferencia de los vuelos chárter, de menor frecuencia y flexibilidad, a los que se debe recurrir en Argentina).

Su principal desventaja es la falta de modernización en los medios de elevación, aunque en los últimos años se realizaron diversas inversiones.

Valle Nevado: Es el centro más cercano a la capital Chilena: se ubica a 60 kilómetros al norte de Santiago. Desde este centro, inaugurado en 1988, se puede esquiar hasta La Parva y desde allí llegar a **Farellones / El Colorado**. Los tres centros juntos forman “Los Tres Valles de los Andes”, cuyas pistas se pueden esquiar con un pase combinado para los 43 medios de elevación. En conjunto suman 113 kilómetros esquiabiles. Entre los distintos centros se puede encontrar alojamiento para los diferentes presupuestos. Su altura, 3.025 metros sobre el nivel del mar, es una desventaja para atraer a aquellas personas que sufren con los grandes cambios de altura.

Portillo: Está ubicado a 164 kilómetros al norte de Santiago y muy cerca del túnel internacional Los Libertadores, que lo hace fácilmente accesible desde Mendoza, dadas las condiciones climáticas. A 2.850 metros sobre el nivel del mar se encuentra el Hotel Portillo y las literas Inca y Octógono, que forman todas las plazas disponibles, de prestigio internacional por su atención. A cargo de un americano desde su inauguración en 1949, Portillo alcanzó fama mundial cuando fue sede del Campeonato Mundial de Esquí Alpino, en 1966. Este centro es pionero en fabricación de nieve artificial en América del Sur.

También existe un sector de pista con cronometraje autoservice, como puede encontrarse en los centros de América del Norte.

Portillo tiene 24 pistas y 12 medios de elevación.

Termas de Chillán: A 480 kilómetros al sur de Santiago, tiene su base a 1.650 metros sobre el nivel del mar.

Inaugurado en 1979, se trata de una villa compuesta por dos hoteles, cinco edificios de condominios y un Club House que funciona como restaurante, bar y disco. Los deportes de invierno se practican en 43 kilómetros de pistas: son 29 pistas señalizadas y pisadas, y en sectores fuera de pista, accesibles a través de nueve medios de elevación (cinco de arrastre y cuatro telesillas) también es una opción el heliesquí (los esquiadores con un buen nivel pueden contratar un ascenso en helicóptero a pistas más altas para descender esquiando, acompañados por un guía). El paisaje es de destacar, con la presencia de árboles, que no se encuentran en Valle Nevado o Portillo, debido a su altura. Se organizan actividades que requieren de la activa participación de los huéspedes todo el día, y especialmente para después del esquí, al estilo "Club Med". Pero lo que más diferencia a este centro, son sus piscinas de aguas termales y su completo spa.

El Volcán Villarrica, ubicado a 780 kilómetros al sur de Santiago, y con una elevación de 1.450 metros sobre el nivel del mar, es el lugar donde esquían desde el año 1990 quienes se hospedan en Pucón, que en este caso sí están más alejados de las pistas, a 40 minutos. Son 22 pistas con 9 medios de elevación, en un terreno ideal para esquiadores principiantes e intermedios.

Antillanca: A 1.015 kilómetros al sur de Santiago, también tiene sus 2 hoteles frente a las 14 pistas y a los 5 medios de elevación, con pensión completa. Es un lugar para las familias en especial (como todos los centros chilenos). Desde Argentina, se puede llegar por carretera desde Bariloche (a 190 kilómetros) y Villa la Angostura (a 110 kilómetros) por el paso internacional Samoré. Tiene un pase de medios de elevación combinado con Cerro Bayo, es decir que con el mismo pase trasandino se puede esquiar en ambos centros.

COMPETENCIA DEL CERRO CHAPELCO EN ARGENTINA Y CHILE. UBICACION



Diferenciación

Luego de haber relevado cada uno de los centros invernales de Argentina y Chile, es pertinente establecer que la competencia directa del centro invernal Cerro Chapelco, son: El centro invernal “Las Leñas” y el “Cerro Catedral”; esto se debe principalmente a que Chapelco es el centro de esquí con precios más accesibles entre los tres centros argentinos anteriormente nombrados; con lo cual se realizara una diferenciación entre estos.

En **Las Leñas** se nombra como ventajas competitivas el ser la estación más cercana a los grandes centros urbanos del país, su modalidad esquí in / out en todos los alojamientos (es decir, el tener todos los hoteles y departamentos al pie de las pistas); y de la seguridad del lugar. También, la calidad y cantidad de su nieve, las mínimas distancias a recorrer, y la excelencia en el servicio hotelero y gastronómico.

Cerro Catedral resalta como puntos fuertes su proximidad a la ciudad de San Carlos de Bariloche, su belleza natural, la cantidad y variedad de pistas más amplia de Argentina, su snowboard park, los más modernos medios de elevación (entre ellos, la silla séxtuple “Superbubble”, con una cúpula que protege al esquiador del viento, y que permite ascender en nueve minutos a más de 1.650 metros de altura, su sistema integral de fabricación de nieve), la mayor variedad en hotelería – en la ciudad o en el cerro - y las variadas alternativas gastronómicas.

Cerro Chapelco basa su diferenciación en el entorno familiar y en la naturaleza del lugar, aspectos que lo destacan como un lugar tranquilo, en contraposición con la aridez de Las Leñas y el ruido y alta concentración de gente de Catedral.

Conclusiones Preliminares

Las Leñas enfatiza acertadamente su proximidad relativa a las principales ciudades emisoras de turismo, como Buenos Aires, y la calidad de su nieve gracias a su altura y condiciones climáticas: este centro ha sido construido especialmente como centro de esquí, a diferencia de los centros invernales Chapelco y Catedral, donde se acondicionaron las montañas cercanas a los pueblos / ciudades de San Martín de los Andes y Bariloche, pero que por su menor altura no presentan la misma calidad en la condición de la nieve, recibiendo en cambio frecuentes lluvias.

Básicamente, la diferencia en Chapelco está en la tranquilidad del lugar, mientras que la diferencia en Cerro Catedral radica en la tecnología; al compararse con Las Leñas, la diferencia con Chapelco y Catedral reside en la calidad de nieve, la cual se da en forma de "nieve en polvo".

Se debe destacar también la posibilidad de optar por alojarse en la misma base del Cerro Catedral, como sucede en Las Leñas; mientras que en el Cerro Chapelco hay pocos alojamientos en la base, de los cuales la mayoría son de carácter extra hotelero como ser cabañas y casas de montaña.

A través de los **datos** que se citan a continuación se pretende relacionar aquello que refiere a la creación de plazas hoteleras en la base de los centros invernales. Mostrando de ésta forma el provechoso estímulo turístico que se produjo en éstas zonas, al crear alojamientos que facilitan a las personas la llegada al centro invernal.

Cerro Catedral: En la base del Cerro Catedral, la importante infraestructura hotelera despliega hoteles de 5,4 y 3 estrellas, que ponen a disposición 2.000 plazas hoteleras

Las Leñas: Lo que en 1983 comenzó como un centro de esquí que ofrecía 400 camas distribuidas en 3 hoteles, hoy es uno de los complejos hoteleros más importantes de América Latina con comodidades para más de 3 mil personas. Situado a 2.200 metros sobre el nivel del mar y con un marco de montañas imponentes, el Valle de Las Leñas en Mendoza brinda la oportunidad al turista de alojarse en las cercanías del centro invernal.

Los Penitentes: Los alojamientos están en la base del cerro, lo que posibilita salir y llegar esquiando hasta la puerta del establecimiento.

En lo que respecta a centros de esquí del lado Chileno, pudimos observar que estos poseen diversas ofertas en lo que refiere a hotelería, pudiendo alojar a sus visitantes en la base misma del cerro. La desventaja principal de estos centros es la falta de inversión en medios de elevación, y la escasa oferta gastronómica, por el contrario algunos brindan servicios de alto nivel como ser spa, y piscinas de aguas termales.

ANÁLISIS DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION

Los canales de comercialización que posee Cerro Chapelco están compuestos por los operadores de turismo: los operadores mayoristas, las agencias de viajes, los hoteleros, las inmobiliarias, los restaurantes, los operadores de transporte, los propietarios de centros de diversión y de atractivos turísticos, los organizadores de eventos, las empresas de alquiler de automóviles y los sistemas de información turística.

Servicios on-line

Una tendencia a destacar, que corresponde a gran cantidad de industrias en general, es la del auge de las empresas de internet, en este caso, dedicadas a la comercialización de productos y servicios de la industria turística. La Argentina no es una excepción a la tendencia mundial, y es posible encontrar un buen número de agencias de viajes virtuales que ofrecen la posibilidad de comprar tickets aéreos, paquetes y estadías, Por ejemplo, viajo.com, viajeya.com, despegar.com, esquípatagonia.com, entre otras.

Las provincias y regiones también cuentan con un importante número de sites para promocionar los destinos turísticos. Especialmente este es el caso de la Patagonia. Pensando en los viajeros, tanto locales como extranjeros, que desean conocer las opciones turísticas de la zona, patagonia.com.ar desarrolló una base de datos con más de 800 hoteles, casi 60 mapas y 160 circuitos que incluyen fotografías de los distintos lugares, precios de las excursiones y alquiler de los equipos. argentinaturistica.com ofrece una guía integral de 34 lugares turísticos argentinos, con orientación sobre paseos, excursiones, mapas, fotografías y guías de Parques Nacionales, centros de esquí, pesca deportiva y ferrocarriles turísticos.

También, la mayoría de los diferentes operadores (las agencias de viajes tradicionales, las líneas aéreas, los hoteles, etc.) tienen su sitio en internet que actualizan periódicamente.

Agencias de Viaje

En el caso de las agencias de viajes, las líneas aéreas y otros operadores cercanos al lugar de residencia del viajero, esta herramienta permite reducir costos, fortalecer lazos y acercarse cada vez más al cliente, sea mediante el diseño de su página web o por el uso de correo electrónico. Se puede lograr con estas herramientas un marketing directo o de relaciones, donde cada cliente comunica a la compañía qué quiere, sus deseos, sus gustos, y le exige una respuesta lo más rápida posible, que la empresa debería ajustar a los requerimientos del comprador.

“Canales de distribución”

Si bien el consumidor puede contratar las diferentes partes del servicio de manera separada (transporte, alojamiento, gastronomía, clases de esquí, alquiler de equipos, pases para los medios de elevación, etc.), en general el acceso a la compra del servicio se realiza de manera más fácil y económica a través de intermediarios como operadores de viajes mayoristas y agencias de viajes minoristas, que ofrecen un paquete armado.

En Argentina, el Cerro Chapelco cuenta con sus operadores mayoristas, que se encargan de la venta de sus esquí-weeks. Otras agencias de viajes pueden actuar de intermediarias, recurriendo a su vez a estos operadores.

Para llegar a los clientes internacionales, los centros también cuentan con la actividad de los operadores en el exterior.

Se ha podido apreciar que la contratación de servicios en forma directa es más habitual, haciendo uso tanto de internet como de las llamadas telefónicas a centros de esquí, y hoteles

Promoción y publicidad

Tanto los centros de esquí mismos, como los **operadores y agencias** que los comercializan, están involucrados en la comunicación del destino Cerro Chapelco.

El tono de la **comunicación en gráfica** las publicidades del centro invernal se basan principalmente en: pistas para todos; escuelas de esquí de primer nivel; alquiler de equipos de esquí y snowboards de última tecnología; atención a la familia en general; y mucha diversión.

En general, los **medios gráficos** preferidos para pautar publicidad, debido al público que los lee, son los suplementos de Turismo de Clarín y La Nación, la revista Noticias, Gente y Caras, y medios especializados, como la revista Lugares, Weekend y Tiempo de Aventura. Y, en menor medida, Ámbito Financiero y El Cronista.

Los medios especializados en la temporada invernal son Diario La Nación, para su suplemento Extremo, que sale el último viernes de cada mes, TyC Sports, para su programa Punto Extremo, Sports.ar por America Sport y el canal 24, Diario de la provincia de Neuquén y el programa Sucesos, de San Martín. Entre los medios radiales FM de la Montaña, cubriendo en directo durante todo el día y una emisora de Esquel con flashes informativos.

La prensa cubre prácticamente toda la temporada, mediante artículos que se publican en los medios gráficos mencionados, donde se describen las actividades, características y novedades de las estaciones invernales, además de cubrir los eventos deportivos y culturales relevantes de la temporada.

Algunos operadores, agencias y hoteles, utilizan **marketing directo**, a través de mailings que realizan con su propia base de datos de clientes y referidos (donde incluyen folletería y promociones especiales).

En **televisión**, existen diversos programas generalmente transmitidos en señales de cable, como Fox Sport, Espn y T&C Sport entre otros, dedicados a deportes invernales, donde se puede apreciar las diferentes noticias del centro invernal, así como también disfrutar de la transmisión en vivo de alguna competencia.

La **publicidad boca a boca**, o publicidad “del rumor” que realizan los propios esquiadores es una de las formas más importantes de promoción. Es por esta razón que cobra mayor importancia los esfuerzos del personal en contacto con el turista que visita el Cerro Chapelco por satisfacer a sus clientes con el propósito de que éstos no queden disconformes bajo ningún aspecto.

La **feria** de Expo-esquí que se realiza todos los años en la rural, es uno de los pilares fundamentales a la hora de comercializar el producto Cerro Chapelco, dado que la exposición tiene como objetivo vender productos de la nieve y el turismo invernal en si mismo, además de promocionar centros de esquí, operadores turísticos, complejos de hotelería, equipamiento, e indumentaria al público consumidor de este tipo de destino turístico.

Conclusiones Preliminares

Con respecto a los **canales de comercialización** podemos llegar a la conclusión que, el Cerro Chapelco como producto, es promocionado de una manera muy eficaz a través de diferentes páginas webs, desde las cuales se ofrecen diversos paquetes turísticos que incluyen: medios de elevación, alojamiento y restauración.

En lo que respecta a agencias de viajes el producto Cerro Chapelco es muy promocionado y vendido aunque el producto competencia mas vendido es Cerro Tronador y Las Leñas.

A través de diferentes artículos periodísticos en diarios como La Nación y Clarín se puede observar que el Cerro Chapelco es siempre noticia, ya sea por las nuevas y constantes inversiones que se realizan en materia de mejoras; como así también a través de publicidades que colocan las diversas empresas que venden y promocionan el producto. Existen por otra parte, revistas especializadas en turismo invernal las cuales no sólo especifican las condiciones generales del esquí en Cerro Chapelco, sino que también son convertidas en un espacio de promoción y publicidad muy efectivo; a través de las cuales se vende el producto.

Uno de los mas recientes y efectivos canales de comercialización se produce a través de programas televisivos que promocionan las diversas actividades invernales que se realizan en el Cerro Chapelco; canales como Fox Sports Espn, entre otros.

En lo que a **forma de compra** se refiere, dado que la mayoría de los paquetes turísticos son vendidos en agencias de viajes, se sigue manteniendo como forma tradicional de compra el efectivo, de igual manera pasa con los hoteles y al momento de alquilar equipos de nieve o comprar los pases para los medios de elevación. Las tarjetas de crédito son mayormente utilizadas en paginas webs, donde para reservar vuelos, o comprar paquetes promocionales se requiere ingresar el numero de la tarjeta de crédito de la persona.

Al momento de elegir el lugar, se pueden observar diversos comportamientos por parte de los turistas que visitan el destino. En un alto porcentaje se puede observar que la recomendación de amigos y familiares influye más que otros medios, esto se debe a la confianza que producen las recomendaciones por parte de personas que visitaron el destino con anterioridad.

Las variables cercanía, precios y atractivos también cumplen un rol importante a la hora de elección del centro invernal.

El **target** del Cerro Chapelco son las familias y los jóvenes. Sus empresarios dicen que su público actual está conformado por grupos familiares del segmento ABC1, jóvenes universitarios y grupos de amigos. En las campañas promocionales y publicitarias se continúa haciendo hincapié en estos grupos.

ANÁLISIS FODA

Un análisis FODA, consiste en analizar los puntos fuertes y débiles de un destino; así como las oportunidades y amenazas; en este caso se realizara un análisis FODA del Cerro Chapelco.

FORTALEZAS.

- Personal altamente capacitado y entrenado.
- Diversidad de refugios y restaurantes.
- Alternativas turísticas para personas que no practican esquí.
- Cercanía con San Martín de los Andes.
- Variedad de recursos naturales: bosques y lagos.

OPORTUNIDADES

- Incremento anual de la demanda que practica actividades invernales.
- Situación monetaria cambiaria favorable para el turismo internacional, en el periodo considerado.
- Tendencias turísticas a buscar nuevos entornos naturales.
- Oferta de plazas hoteleras escasa, en relación a la demanda turística que visita el centro invernal.

DEBILIDADES

- Falta de mantenimiento en los caminos que dan acceso al Cerro Chapelco.
- Escasez de plazas hoteleras en el centro de esquí.
- Suba indiscriminada de precios según temporada.
- Fuertes y constantes reclamos de las comunidades mapuches.

AMENAZAS

- Mayor desarrollo tecnológico para medios de elevación en centros invernales como Catedral y Las Leñas.
- Gran Inversión publicitaria en centros de esquí, competencia de Cerro Chapelco.
- Quejas de turistas en temporada alta por demoras en medios de elevación.

ANÁLISIS DE INVERSIÓN EN NUEVAS PLAZAS HOTELERAS

A través del análisis que se desarrolla a continuación, se pretende demostrar, la viabilidad que existe en la zona del Cerro Chapelco para la construcción de nuevas plazas hoteleras; para ello se analizarán diversos datos.

- El siguiente texto fue extraído de la Subsecretaría de Desarrollo Económico, Municipalidad de San Martín de los Andes, Neuquén, Argentina. 2007 – 2008, de la sección información a inversores.

Posibilidades de inversión.

“Si bien las posibilidades de inversión turística en la localidad son muy variadas, debe considerarse que actualmente resultan deseables para un mejor posicionamiento y consolidación de la imagen de San Martín de los Andes como destino turístico de nivel internacional, aquellas que se relacionen con: Inversiones que produzcan un mayor impacto en la economía local a través de la generación de mano de obra local con mayor estabilidad. Inversiones genuinas dirigidas hacia proyectos rentables de hotelería, principalmente considerando el tipo y tamaño de los mismos, con capacidad propia (técnica y financiera) para generar e insertarse en los mercados y/o atraer nuevos segmentos de demanda turística.

Proyectos que produzcan innovaciones en el tipo de Producto que se ofrece para un determinado segmento de mercado (ecolodges, agroturísticos, resorts) o por empleo de eco-tecnologías constructivas. Empresas de establecimientos hoteleros de categorías 4 o 5 estrellas, que consoliden la oferta en esas tipologías.

Como se observa claramente en las consideraciones anteriores no se menciona la construcción de establecimientos extra-hoteleros, como las cabañas y los apart hoteles. Se considera de suma importancia para el desarrollo de un centro turístico, procurar un equilibrio entre las plazas hoteleras y extrahoteleras. De este modo se desalienta la multiplicación de proyectos inviables económicamente que desequilibran la oferta global.

Dado que en los últimos años las inversiones se han volcado fundamentalmente hacia ese tipo de establecimientos, con pocas unidades cabañas o departamentos, hoy es necesario establecer nuevos lineamientos y reorientar las inversiones en procura de restablecer el mencionado balance, y de constituir empresas sustentables económicamente.

El propósito de esta información es brindar al público interesado, todos los elementos suficientes para que las inversiones que se radiquen en la localidad y su área de influencia, se concreten con la seguridad de constituirse en unidades productivas, que aporten a la diversificación de la oferta actual, que además sean susceptibles de generar y captar nuevos segmentos de demanda, y que a través de una definición adecuada del tamaño y tipo de proyecto, acompañado de la información de base necesaria y con estudios de

rentabilidad económica -financiera, se transformen en unidades productivas rentables en sí mismas".³⁷

- Se destaca a continuación los aspectos administrativos y legales orientados a articular las inversiones en la localidad con la preservación de la imagen y la sustentabilidad del destino, en un marco de accesibilidad al entorno físico para residentes y turistas.

Generales:

1. Código Urbano de Edificación Municipal
2. Evaluación de Impacto Ambiental
3. Ciudad y Turismo Accesible. Ordenanza nº 3395/99 de Eliminación de las Barreras Físicas Urbanas, Arquitectónicas y de Transporte Y Resolución nº 4516/2004 aplicable a todos los edificios de uso público, incluidos alojamientos y gastronomía, entre otros.
4. Zonificación y Normas Urbanísticas. Del Casco Central Ordenanza 2210/96 y 2869/98 . Ordenanza 3012/99 Normas Urbanísticas para la Vega y Áreas Contiguas.
5. Instrumentos de Ordenamiento: Ordenanza 2210/96

Directrices urbanísticas.

Gestión de los proyectos a través de una Comisión de Producto Urbanístico.

La protección del paisaje urbano y natural.

Turísticas:

6. Alojamientos Turísticos Ordenanza nº 3929/00 de San Martín de los Andes y otras normas complementarias.
 7. Leyes, Decretos y Reglamentaciones Nacionales: Ley Nacional 18.829/ 70 (Agencias de Viajes y Turismo) y Decretos reglamentarios complementarios.
 8. Leyes, Decretos y Reglamentaciones Provinciales
 9. En jurisdicción del Parque Nacional Lanín existen normas legales para el desarrollo de las diversas actividades turísticas (guías de turismo, agencias de viajes, excursiones, rafting, pesca, etc.)
- Asistencia Financiera para el Sector Turístico **(ver conclusiones preliminares)**

³⁷ Subsecretaría de Desarrollo Económico, Municipalidad de San Martín de los Andes, Neuquén, Argentina. 2007 – 2008

Conclusiones preliminares

Como conclusión preliminar luego de analizar el texto en profundidad, podríamos establecer que un desarrollo económico en la zona deberá cumplir con los lineamientos planteados por la Subsecretaría de Desarrollo Económico; éstos se basan fundamentalmente en un mejor posicionamiento y consolidación de la imagen de San Martín de los Andes como destino turístico. Es importante aclarar que se busca atraer a nuevos segmentos de demanda turística apuntando a proyectos que sean del tipo ecolodges, agroturísticos o resorts.

Particularmente en lo que refiere a inversiones se busca que éstas produzcan un mayor impacto en la economía local a través de la generación de mano de obra local con mayor estabilidad; dado que son los establecimientos extra hoteleros aquellos que generan menor cantidad de puestos de trabajo en relación con los establecimientos hoteleros.

Según mi opinión es de preferencia por parte de la Subsecretaría de Desarrollo Económico la construcción de plazas hoteleras y no así extra hoteleras, ya que establecimientos hoteleros de categorías 4 o 5 estrellas, son los que escasean en la zona del Cerro Chapelco.

Como el texto plantea, es necesario establecer nuevos lineamientos y reorientar las inversiones en procura de restablecer el equilibrio entre tipología de alojamientos hoteleros y extra hoteleros, procurando que las empresas tengan un desarrollo a largo plazo.

Desde el punto de vista de esta investigación se advierte que la Subsecretaría de Desarrollo Económico, Municipalidad de San Martín de los Andes, fomenta la inversión en lo que refiere la creación de nuevas plazas hoteleras.

Como se explicito anteriormente en el punto que analiza la oferta hotelera, se ha podido observar que solo existe un hotel en las cercanías del centro de esquí, y dando cuenta que la hotelería es un factor de desarrollo imprescindible en los centros invernales, se puede decir entonces que la creación de nuevos proyectos de alojamientos, es fundamental.

El texto brinda en una segunda parte toda la información detallada al público interesado, acerca de los elementos suficientes para que las inversiones se lleven a cabo; éstas deberán basarse en los diferentes códigos y leyes establecidas.

Al analizar las leyes y los aspectos administrativos y legales que se establecen en cada uno de los códigos y ordenanzas municipales, se puede observar con claridad que es primordial, al momento de construir un nuevo proyecto, que éste se adapte a las diferentes normas de construcción, respetando los lineamientos que requiere para el establecimiento de un alojamiento.

En el apartado que establece: “**Asistencia financiera para el sector turístico**”, podemos observar las líneas crediticias que ofrece el MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TURISMO – BANCO DE LA PROVINCIA DE NEUQUEN. Programa de Asistencia Financiera PyME Neuquina.

El programa de Asistencia financiera, establece las condiciones de acceso al financiamiento de proyectos; la documentación que se deberá presentar, y las características del otorgamiento del crédito; entre otras.

Entre los objetivos que propone el IADEP (Instituto Autárquico de Desarrollo Productivo), se plantea:

- Promover al desarrollo y la transformación de la estructura económica de la Provincia.
- Propiciar la consolidación y el crecimiento de los centros y/o regiones del interior de la Provincia, transformando, modernizando y dinamizando la actividad productiva local, para contribuir al acceso al empleo y a mejorar la calidad de vida.³⁸

Serán beneficiarios de créditos, aquellos pequeños y/o medianos productores, empresarios, sociedades que quieran llevar adelante un proyecto productivo y/o de servicios vinculados a la producción, industria o turismo.

El destino de los préstamos tendrá como objetivo:

- A. Ampliación, refacción, terminación de hoteles, etc. (hasta \$ 500.000)
- B. Construcción de instalaciones (hasta \$ 500.000)
- C. Equipamiento (hasta \$ 250.000)
- D. Vehículos nuevos nacionales (hasta \$ 100.000)
- E. Capital de trabajo de pretemporada (hasta \$ 50.000)
- F. Construcción de nuevos hoteles (hasta \$ 1.000.000)

Es importante destacar que constantemente se hace referencia a la sustentabilidad de los proyectos que se encaren y por sobre todas las cosas estos deberán ser técnica y económicamente viables, financieramente autosostenible, y no deberán impactar negativamente sobre el medio ambiente.

Se puede observar dentro de la sección Anexos del presente trabajo de investigación los requisitos necesarios para iniciar proyectos de alojamiento, y aquellos trámites previos a la presentación de proyectos. (**Ver Anexo**)

³⁸ <http://www.neuquentur.org/es-AR/Inversores/creditos.pdf>

PLAN MAESTRO DE TURISMO

El Plan Maestro de Turismo tiene como objetivo ser el marco para el desarrollo sustentable del sector en la provincia del Neuquén. El Plan cuenta con una metodología de acción concreta y dinámica dada a través de programas específicos para cada producto y para cada destino, y de programas transversales que requieren del esfuerzo y compromiso del conjunto de los diversos niveles de gestión gubernamental -provincial, municipal- y de las asociaciones representativas del sector privado, directa e indirectamente involucradas en la actividad turística.

Dentro del plan maestro de turismo de la provincia de Neuquén se plantean diversos objetivos, en el caso de este trabajo de investigación, nos compete tratar aquellos objetivos que son del ámbito específicamente económico.

El propósito principal de estos objetivos es el de lograr un desarrollo racional de la actividad turística en el sentido de:

- Incrementar la afluencia turística, el gasto promedio de los visitantes y el efecto multiplicador, así como su redistribución equitativa en la población local.
- Optimizar las inversiones tanto del sector privado como del público. Promover la integración y complementariedad del turismo con otros sectores de la economía local y dentro del ámbito provincial
- Generar fuentes de trabajo
- Atenuar la curva de la estacionalidad
- Lograr una imagen de calidad

A través del Plan Maestro de Turismo que desarrolla la Provincia de Neuquén, podemos observar los diferentes tipos de objetivos que se plantean, con el propósito de desarrollar la actividad turística.

Podemos apreciar entonces, el interés que surge por parte de autoridades gubernamentales, de idear un plan maestro, que establezca los plazos de cumplimiento de los objetivos previamente citados.

A lo largo del Plan Maestro se pueden ver diversas acciones en lo que respecta al Cerro Chapelco, como ser mejoras en el aeropuerto, y señalización. Se pudo observar también aquello que refiere a la capacitación de personas que solicitan líneas de crédito para la inversión financiera en nuevos proyectos turísticos, siendo el mismo Gobierno de Neuquén quien brinda el apoyo, recomendaciones, y da seguimiento a estos proyectos.

LAS PENDIENTES

A continuación se detallará las características principales de la Villa de esquí “Las Pendientes”; en la cual se encuentran los diferentes alojamientos que posee el Cerro Chapelco; previamente analizados en las fichas técnicas de relevamiento hotelero y extra hotelero.

La Villa de esquí Las Pendientes brinda la posibilidad concreta de inversión en la creación de nuevas plazas hoteleras; ésta fue desarrollada sobre una fracción de 98 has. Subdivididas bajo el régimen de propiedad horizontal que rige la ley 13.512.

Está compuesta por 180 lotes distribuidos según su funcionalidad, con superficies mínimas de 2.500 m² y máximas de 10.000 m².

Allí se crearon sectores de casas unifamiliares, cabañas, hosterías, un hotel, un área comercial, otra deportiva y espacios de uso común para los habitantes de la Villa.

Las Pendientes esta integrada con el entorno, se implementaron códigos de edificación que contemplan la utilización de materiales del lugar como la madera y la piedra; el uso obligatorio de estos materiales autóctonos, hacen que se adapte perfectamente al contexto natural en el cual esta ubicada.

Está situada en la ladera del Cerro Chapelco, a 1500 m sobre el nivel del mar, la Villa de esquí se encuentra en medio de un bosque de lengas centenario. Posee 98 ha. las cuales forman un amplio balcón natural, desde el que se tiene una vista panorámica del valle del Lago Lácar, y el volcán Lanín.

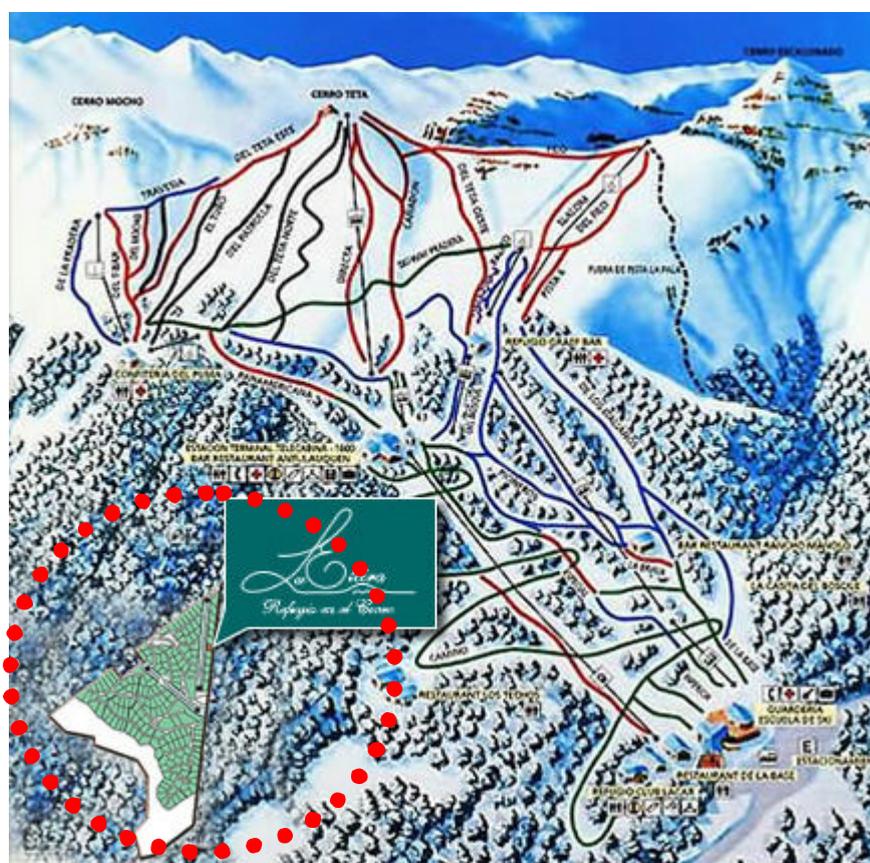
En el siguiente mapa podemos observar la venta de lotes para construcción que se ofrecen en el predio de Las Pendientes. Los marcados en color verde son aquellos que se ofrecen a la venta.



La Villa de esquí Las Pendientes posee dos pistas de esquí propias; una de 400 m de largo, ideal para el aprendizaje, con T-BAR como medio de elevación, y otra de 750 m de largo y mayor pendiente, con silla triple, que permite esquiar en una pista larga y a la vez, llegar esquiando desde allí y a través del bosque, hasta las pistas del Cerro Chapelco.

En los meses de verano, surge la posibilidad de disfrutar de una gran variedad de deportes y actividades: cabalgatas por el bosque hasta las Lagunas Verdes, paseos en mountain bike, trekking, parapente, rafting, pesca y golf, entre otras cosas. Las Pendientes tiene fácil acceso al corredor de los siete lagos donde la pesca y distintas actividades náuticas pueden realizarse³⁹.

En el siguiente mapa puede observarse la cercanía que posee con el centro de esquí y sus respectivas pistas.



³⁹ <http://www.laspendientes.com>

Conclusiones Preliminares y Propuesta

Luego de observar los diferentes servicios que brinda la Villa de esquí Las Pendientes, he llegado a la conclusión que el predio resulta muy conveniente para la instalación de un emprendimiento hotelero; debido a la cantidad de parcelas a la venta que ofrece a aquellos que deseen invertir en la zona.

Se puede ver que Las Pendientes cuenta con todos los servicios necesarios para la construcción de un proyecto hotelero como ser: Agua corriente, Gas Natural, Red Eléctrica, Alumbrado Público, Red Telefónica interna y externa, conexión a Internet, TV satelital y seguridad. Uno de los aspectos mas importantes que se puede observar es la cercanía con los medios de elevación del Cerro Chapelco; además de contar con pistas y medios de elevación propios del lugar.

Según mi opinión personal y vivencia propia en el destino, Las Pendientes constituye una clara opción de inversión para la iniciación de un proyecto de alojamiento; por los servicios que brinda, así como también por la cercanía al centro de esquí propiamente dicho.

Es importante remarcar que en la Villa de esquí Las Pendientes existe en la actualidad solo un establecimiento de carácter hotelero, es por este motivo que el tipo de inversión que según mi opinión propondría para la construcción sería el de un hotel orientado al "turismo deportivo" y al "turismo aventura". El hotel debería ofrecer las comodidades necesarias para satisfacer a aquellas personas que practican deportes como esquí y snowboard en los meses de invierno; y Kayak, Escalada, Trekking, Mountain Bike, Cabalgatas, Rafting, Canopi y Parapente, en los meses de verano.

El proyecto debería poner especial énfasis en el respeto por el medio ambiente y concientizar a aquellas personas que se alojen en el hotel acerca de los cuidados de la naturaleza.

Existe un nuevo concepto de alojamiento llamado "hoteles temáticos", en mi opinión, podría ser una innovación muy fructífera, de esta manera no sólo se brindaría el hospedaje y los servicios regulares de la hotelería, sino además una ambientación dedicada al entorno natural en el que estaría emplazado, que se combinaría con actividades, comidas y cursos relacionados.

En lo que respecta a la categoría, el hotel debería estar categorizado como tres o cuatro estrellas, basándonos en el tipo de demanda analizada, los gustos y preferencias por parte de las personas que visitan el Cerro Chapelco.

Teniendo en cuenta las superficies mínimas de 2.500 m² y máximas de 10.000 m² que oferta la Villa de esquí Las Pendientes, podríamos decir que estas dimensiones son suficientes para la construcción de un establecimiento hotelero.

Inversiones en innovaciones

Crecimiento del sector turístico invernal.

En un artículo de la Revista Fortuna (Año III N° 211 | Edición del 15 Junio de 2007) se destaca, el crecimiento que se produce año tras año, en los centros de esquí y las fuertes inversiones financieras que se realizan en estos mismos. En el artículo se establece que: “...en el primer trimestre del año 2007, ingresaron al país cerca de 580 mil turistas, un 20% más que en igual período de 2006. El ritmo del crecimiento del sector también fue acompañado por un sostenido aumento del movimiento turístico interno. La temporada de verano y Semana Santa dan cuenta de tal fenómeno...”

En lo que refiere a inversiones del sector turístico, el artículo plantea que: “...en materia de reacondicionamiento de la infraestructura de servicios, los principales centros de esquí del país realizaron inversiones por casi u\$s 15 millones. Nuevos medios de elevación, mejoramiento de las pistas y nueva infraestructura edilicia para hospedaje y gastronomía, son algunas de las obras en las que se destinaron las inversiones. Según datos provenientes del sector turístico se estima que la cantidad de turistas que visitarán los centros invernales en esta temporada aumentará entre un 6 y 7% respecto al año pasado. Se esperan entre 120 y 150 mil turistas...”

En lo que respecta la Cerro Chapelco el artículo destaca: “...para garantizar la mayor cantidad de superficie esquiable desde las pistas más altas hasta la base del cerro, Chapelco desarrolló un plan de instalación de cañones de nieve para esta temporada invernal; se adquirieron 8 cañones, cada uno de ellos cuenta con una central meteorológica propia, que determina la característica de la nieve que se desea producir. Se ubicarán cada 80 metros a lo largo de la pista pioneros previéndose para este año el funcionamiento de los cañones desde Rancho Manolo hasta la base del Cerro...”

“...Como parte del proceso de constante renovación en el Cerro Chapelco, se anunciaron inversiones por más de un millón y medio de euros (€ 1.500.000), destinadas a mejorar los servicios para la próxima temporada invernal.(2008) Este dinero servirá para equipar al cerro con nuevos pisa nieves, y dos nuevos medios de transporte para esquiadores, los innovadores medios de elevación que se montaran en las pistas de principiantes, se llaman “magic carpets”, similares a una cinta transportadora que trasladan a los pasajeros al ras del piso, hasta 100 metros más arriba. Los pisa nieves serán tres, uno de ellos con malacate para las pistas con mucha pendiente. Además se realizarán mejoras edilicias, en el puesto fijo de cota 1700, el parking de la silla cuádruple desembragable, los refugios de operadores en cota 1350 y 1700, el portal de llegada de la silla triple y los paradores Antulauquen y Graeff. Asimismo, los pasajeros contarán con nuevas oficinas para atención al cliente en Buenos Aires y San Martín de los Andes, que les permitirán un tratamiento más personalizado, junto con su dinámica pagina web.

A esto se suma el mejoramiento de pistas, más anchas y con nuevos elementos de señalización y balizado y refugios para la nueva silla triple...”

Conclusiones Preliminares

Como se ha podido observar el Cerro Chapelco, en la actualidad, es un foco de inversión y mejoras relacionadas con el disfrute del turista en el destino, para un mejor posicionamiento a nivel internacional, mejorar la calidad del servicio, y poder seguir siendo un destino competitivo en relación a otros centros invernales del país.

Se puede ver que la llegada de turistas en épocas invernales al Cerro Chapelco crece en gran porcentaje de un año a otro, así como también la inversión por parte de empresas en lo que refiere a nuevos medios de elevación, mejoramiento de pistas y nueva infraestructura edilicia para hospedaje y gastronomía.

Según los datos que provee el artículo de la revista se establece que la cantidad de turistas que visitarán los centros invernales en la temporada 2008 aumentará entre un 6% y 7% respecto al año pasado, lo cual significa un alto porcentaje de aumento respecto de años anteriores; produciendo según mi opinión un efecto multiplicador, en años siguientes.

En lo que respecta al movimiento turístico es muy importante destacar el crecimiento que registra la Argentina en los últimos cinco años. Uno de los reflejos de ese movimiento es que durante el año 2008 se construirán en la Argentina más de 300 hoteles. En ese sentido el secretario de Turismo de la Nación, Enrique Meyer, destacó que la Argentina ocupa uno de los primeros puestos en el ranking de inversiones en hotelería en Sudamérica. “Durante el año 2007 la inversión en alojamientos inaugurados fue del orden de los 210 millones de dólares, y en la actualidad están en construcción más de 300 establecimientos en todo del país que, al momento de inaugurarse, habrán significado una inversión de más de 1.200 millones de dólares”

Estas declaraciones fueron hechas en una conferencia de prensa en la que participó junto a Arturo García Rosa, presidente de HVS, una consultora dedicada al mercado de hoteles y turismo y organizadora de la South American Hotel & Tourism Investment Conference.

CONCLUSIÓN FINAL

A través esta conclusión se pretende realizar apreciaciones finales sobre el trabajo de investigación, para aquellos posibles inversores que deseen emprender nuevos proyectos en establecimientos hoteleros, con vistas a aumentar la cantidad de plazas hoteleras.

Para comenzar es primordial establecer, las características mas relevantes que posee **la oferta** hotelera y extra hotelera que brinda el centro invernal.

Se puede decir, que a través del relevamiento que se realizó en la zona, he podido observar la existencia de un solo establecimiento hotelero, de primera categoría, existiendo además cabañas y casas de montañas, todos estos ubicados en la Villa de esquí Las Pendientes.

Se puede observar además, en las visitas que se realizaron al destino, la existencia de gran cantidad de terrenos disponibles para la construcción en las cercanías de la base del Cerro Chapelco; además de los terrenos ofrecidos a la venta por la Villa de Esquí "Las Pendientes".

Desde mi punto de vista la creación de nuevos proyectos de alojamientos hoteleros, beneficiaría a la creciente demanda que visita el centro de esquí; como se ha podido observar en el análisis de la oferta, la existencia de un solo establecimiento hotelero en las cercanías del centro de esquí, es según mi opinión escaso e insuficiente, en comparación con otros centro invernales, dada la gran demanda turística que visita el destino durante la temporada invernal y los meses de verano. Según datos actualizados por el centro de informaciones ubicado en la base del Cerro Chapelco concurren al centro invernal en los meses de invierno 1900 personas aproximadamente por día de lunes a jueves, y 3100 por día, los días viernes, sábado y domingo.

La existencia de complejos hoteleros en la base de los centros de esquí, es un factor clave de desarrollo para el turismo invernal, como se ha podido ver a lo largo del trabajo de investigación, se han enumerado los diferentes centros de esquí que son en la actualidad competencia del Cerro Chapelco, los cuales tienen en su base grandes complejos hoteleros que satisfacen la demanda de plazas hoteleras.

Este tipo de inversión en nuevos establecimientos hoteleros en las cercanías del centro invernal Chapelco traería aparejado una alta ocupación de la mano de obra en los residentes, además de la creación de nuevos puestos de trabajo en los diversos establecimientos que surgirían como consecuencia, algunos ejemplos podrían ser: restaurantes, centros comerciales, etc. que se crearían para cubrir la demanda turística que arribaría al centro invernal.

En lo que respecta a servicios prestados al turista tales como restaurantes, bares y refugios en general, podríamos decir que éstos son suficientes y de buena calidad; aunque es preciso aclarar que colapsan en la temporada alta, produciéndose demoras.

Al analizar los medios de elevación, luego de haber visitado el centro invernal en reiterados años, es impactante ver las mejoras que se han producido con el correr de los años en materia de ampliación y creación de nuevos medios de elevación, como es el caso de la nueva silla cuádruple desembragable.

También es importante destacar las inversiones que se llevaron a cabo en cañones de nieve, y un nuevo medio de transporte llamado “magic carpet” que transporta a los esquiadores al ras del suelo, un hecho que solo era visto hace unos años en los más prestigiosos centros invernales de Estados Unidos, como ser Aspen. Colorado.

Un dato de interés son las múltiples actividades que el Cerro Chapelco propone para sus meses de verano, tales como son la práctica de Kayak, Escalada, Trekking, Mountain Bike, Cabalgatas, Rafting, Canopi y Parapente entre otros. La oferta de estas diversas actividades resulta atractiva para aquellas personas amantes de la naturaleza y permite la llegada de turistas al destino; lo que trae aparejado una alta ocupación de plazas hoteleras durante los meses de verano. Esto último tiene relación directa con los lineamientos planteados por la Subsecretaría de Desarrollo Económico, la cual busca atraer a nuevos segmentos de demanda turística apuntando a proyectos que sean del tipo ecolodges, agroturísticos o resort, además de diversificar la demanda en lo que refiere a temporadas.

Es preciso citar el cuadro que establece la cantidad de pernoches por temporada, (Pág. 82.) en el cual podemos observar que no existe una marcada diferencia en cuanto a los pernoches que tiene el destino en los meses de verano, con aquellos que se producen en invierno; esto se debe principalmente a que el centro invernal tiene una variada oferta de atractivos turísticos en ambos meses, lo cual se transforma en un gran beneficio y mantiene las plazas hoteleras con ocupación constante.

Así mismo la Subsecretaría de Turismo de San Martín de los Andes impulsa la inversión en nuevos establecimientos hoteleros y no así extra hoteleros, los cuales son mayoría en la actualidad; una de las razones primordiales de esta preferencia es que los establecimientos hoteleros, ocupan mas puestos de trabajos, durante mayor cantidad de tiempo.

A través de las encuestas que se realizaron en el destino y los datos estadísticos obtenidos por medio de la Subsecretaría de Turismo de San Martín de los Andes, se logró analizar **la demanda** que concurre a Cerro Chapelco. Un dato de interés es aquel que establece la evolución histórica de la demanda que concurre a la ciudad de San Martín de los Andes, y la creciente llegada de turistas que se produce en el destino. Este hecho de gran importancia, demuestra el constante crecimiento de visitantes que por consecuencia, visitan el Cerro Chapelco.

El crecimiento constante de turismo en el lugar y el aumento exponencial en ocupación de plazas hoteleras, da una clara visión del progreso que la región manifiesta tener en estos últimos años.

Otro dato de interés que surge al analizar las estadísticas que provee la Subsecretaría de Turismo de San Martín de los Andes, es la llegada al destino del turismo internacional, el cual ha ido en aumento con el correr de los años, las razón fundamental es el tipo de cambio favorable, en segundo lugar el atractivo que posee el Cerro Chapelco en comparación con otros centros invernales. Un factor tan importante como es la llegada de turismo internacional deberá ser tomado en cuenta al momento de iniciar un proyecto hotelero.

Es importante destacar que a través de las encuestas que se realizaron se obtuvieron datos relevantes para la investigación, pero es preciso destacar dos puntos fundamentales para esta conclusión. El primero es aquel que establece el tiempo que demora el turista que visita el Cerro Chapelco en llegar a su alojamiento, se pudo observar que más del 68% de la muestra encuestada demoraba más de una hora en ir, y más de una hora en volver hasta su alojamiento. Lo que se traduce en una pérdida de tiempo para aquellas personas que practican actividades invernales.

El segundo punto que debe analizarse en profundidad es aquel que plantea: de que manera contribuiría a la imagen del Cerro Chapelco la creación de nuevas plazas hoteleras en las cercanías del centro invernal, del total de la muestra un 74% estuvo de acuerdo que la creación de nuevos establecimientos hoteleros beneficiaría no solo a la imagen del destino, sino también traería como consecuencia la creación de más servicios, más medios de elevación, y mayor competitividad en relación a otros centros invernales.

Podemos decir entonces que existe un 68% de personas que practican actividades invernales que deben realizar un viaje de más de una hora para llegar de su alojamiento a Cerro Chapelco, y viceversa; además de existir un 74% de individuos que manifestaron que la creación de nuevas plazas hoteleras contribuiría a la imagen del centro invernal.

A través de las entrevistas que se realizaron a informantes claves, se pudo obtener información esencial sobre las consecuencias que traería aparejado, la construcción de una villa hotelera similar a la que existe en Cerro Catedral; las respuestas a este supuesto fueron lógicas, desde el punto de vista de los entrevistados, se perdería todo el atractivo que posee el Cerro Chapelco respecto de su entorno natural. Es válido aclarar, según mi opinión, que sí sería beneficioso la construcción de más establecimientos hoteleros, en la base del centro invernal; aunque estos deberán adaptarse a las normas administrativas y leyes de construcción, para así, seguir respetando el entorno en el que se encuentra ubicado el Centro de esquí.

En lo que respecta al tipo de alojamiento como se estableció en el punto que trata la "Inversión en Nuevas Plazas Hoteleras" en el apartado "Propuestas" pudimos establecer que el tipo de hotel al que sería conveniente orientar un proyecto es aquel que sea referido al turismo deportivo, un establecimiento que ofrezca las comodidades necesarias para satisfacer a aquellas personas que practican deportes como esquí y snowboard en los meses de invierno; y Kayak, Escalada, Trekking, Mountain Bike, Cabalgatas, Rafting, Canopi y Parapente, en los meses de verano, brindando servicios claves para el desarrollo de estas actividades como ser alquiler de equipos de nieve, profesores, guías, instructores y restauración entre otros servicios.

En lo que respecta al análisis de **la competencia**, que se realizó he llegado a la conclusión que el centro invernal Cerro Chapelco se encuentra posicionado dentro de los mejores de la Argentina; dado que los principales operadores turísticos en el hipotético caso de hacer un ranking con los mejores centros invernales del país, lo colocarían en un segundo o tercer lugar.

Se pudo observar a través del relevamiento de otros centros de esquí del país, las diferencias técnicas de cada uno.

La característica fundamental que destaca al Cerro Chapelco de la competencia directa (Catedral y las Leñas) es su entorno natural y la preferencia de los turistas que lo visitan por este tipo de paisajes, en mayoría familias, grupos de amigos y jóvenes.

Más allá de los avances tecnológicos que puedan tener centros invernales como Las Leñas o Catedral, el Cerro Chapelco sigue siendo elegido por un tipo de turista que aprecia el contacto con la naturaleza y busca la tranquilidad.

En lo que respecta al tipo de ventaja competitiva, podemos observar que Catedral es uno de los más sofisticados en cuanto a medios de elevación se refiere, además de la variedad de pistas que posee y sus grandes dimensiones.

En Las Leñas un aspecto para remarcar es la calidad de su nieve, llamada "nieve en polvo", la cual es muy buscada por los esquiadores.

A estas ventajas competitivas hay que sumarles un factor determinante como es la existencia de establecimientos hoteleros, en la base de ambos centros invernales, y a pocos metros de los medios de elevación.

Podemos observar que tanto Catedral como Las Leñas también poseen algunos aspectos negativos, como ser por ejemplo, en Catedral, donde los meses de invierno son colmados por adolescentes que concurren con motivo de su viaje de egresados, este hecho trae aparejado una sobre ocupación de refugios y medios de elevación. En Las Leñas podemos observar como desventaja, sus altos precios.

En cuanto a **los canales de comercialización** y respecto de las promociones aplicadas a los meses de vacaciones, se puede ver que éstas están directamente relacionadas con ofertas de paquetes turísticos a familias y jóvenes universitarios.

Las formas tradicionales de compra siguen siendo a través de agencias de viajes o a través de la contratación directa de los servicios en el destino, siendo su forma de pago el efectivo. La creación de varios sitios de Internet que ofertan el producto, se encuentra en gran auge en los últimos años, existiendo un mercado que compra a través de éstos, siendo la única forma de compra, las tarjetas de crédito.

En lo que respecta a la forma de pago es válido aclarar que resulta muy difícil, encontrar lugares dentro del centro de esquí donde comprar con tarjeta de débito o de crédito; así mismo ocurre en la oferta hotelera y extra hotelera que brinda la Villa de esquí Las Pendientes.

En el Cerro Chapelco, se producen durante la temporada invernal, gran cantidad de eventos relacionados con el esquí y el snowboard; estas competencias atraen una demanda turística muy importante. Uno de los eventos más importantes es el "Tetra de Chapelco" el cual se realiza la primera semana de septiembre; es una de las competencias combinadas más importantes a nivel nacional que convoca a deportistas argentinos y extranjeros.

Además de ser un desafiante reto deportivo, es una verdadera fiesta que se vive en todo San Martín de los Andes. La prueba contempla 4 disciplinas: esquí, *mountain bike*, kayak y senderismo. A través de este tipo de eventos puede observarse, sponsors y patrocinadores, auspiciando desde ropa deportiva, bebidas, telefonía celular, y bancos.

En resumen, será de gran provecho para aquellas personas que deseen invertir en el destino, tener en cuenta el tipo de turistas potenciales, que produce éste tipo de acontecimientos y el alcance que pueden tener las publicidades en competencias de estas magnitud.

La televisación de este tipo de eventos es uno de los medios de comunicación con más alcance comercial y publicitario, además de las revistas especializadas en turismo y deportes invernales.

Luego de realizar el **análisis de inversión** que posee el Cerro Chapelco, para la construcción de nuevas plazas hoteleras, he podido observar el beneficio que otorga la Subsecretaría de Desarrollo Económico de la Municipalidad de San Martín de los Andes, al poner a disposición de aquellos posibles inversores, las reglamentaciones y leyes en las que deberán basar su proyecto de inversión.

Existen gran cantidad de terrenos disponibles para la construcción en las cercanías de la base del Cerro Chapelco; además de los terrenos ofrecidos a la venta por la Villa de esquí "Las Pendientes".

Se pudo observar además que a través de las líneas crediticias que ofrece el MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TURISMO – BANCO DE LA PROVINCIA DE NEUQUEN. Programa de Asistencia Financiera PYME Neuquina; se pueden obtener créditos de hasta un millón de pesos para la construcción de hoteles. Este hecho es favorable para la creación y puesta en marcha de nuevos proyectos hoteleros.

Se pudo observar a través de la presente investigación el constante aumento de demanda que consume el destino Cerro Chapelco, de la misma forma que hemos analizado en profundidad los diversos tipos de alojamientos que brinda la zona, y dado que el turismo representa uno de los pilares básicos de la economía podríamos decir entonces que la prestación de servicios hoteleros para los visitantes conforman una de las piedras angulares del sistema económico y social.

Uno de los problemas más importantes en la gestión hotelera consiste en determinar con anterioridad el nivel de ocupación. Por lo tanto, resultará de especial interés para aquellos posibles inversores, el presente trabajo de investigación proporcionando material relevante acerca de los niveles de ocupación y las posibles competencias en el mercado.

Es por estos motivos que, según mi opinión, existen grandes posibilidades de invertir en la creación de nuevos establecimientos hoteleros, en las cercanías del Cerro Chapelco, obteniendo así la rentabilidad del proyecto que se encare.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza Miguel Ángel. Administración del Turismo: planificación y dirección. Editorial Trillas. 2ª edición. 2000. México
- Balanza Isabel Milio. Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Editorial Thomson Parainfo, Madrid. 2004.
- Boullón Roberto C Planeamiento del espacio turístico Editorial Trillas.1990 México
- Boullón Roberto C. Los Municipios Turísticos. Editorial Trillas 1990., México
- Boullón Roberto C. Las Actividades Turísticas y Recreacionales. México. Editorial Trillas. 1998
- Bote Gómez Venancio. Planificación Económica del Turismo, 2ª Reimpresión Editorial Trillas México. 1999
- Bote Gómez Venacio. Planificación Económica del Turismo. Editorial Trillas. 1997.
- Cárdenas Tabares Fabio. Jerarquización del Atractivo Turístico. En: Proyectos Turísticos, Localización e Inversión. 2ª edición. 1996. México
- Cárdenas Tabares Fabio. Producto Turístico. Editorial Trillas. 2º Edición.
- Cárdenas Tabares Fabio. Proyectos Turísticos, Localización e Inversión. Editorial Trillas. México. 1991
- Cárdenas Tabares, Fabio. Mercadotecnia y productividad turística Editorial Trillas: México D.F., 1991.
- Crosby, Arturo; Moreda, Adela. Desarrollo y Gestión del turismo en áreas rurales y naturales; España, Navarra. 1996
- Hernández Díaz Edgard Alfonso. Generación de Proyectos y Programas Turísticos. En: Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación. 3ª edición. 1996. México
- Hernández Díaz Edgar Alfonso. Proyectos turísticos, Formulación y Evaluación. Editorial Trillas. México. 1991
- Kotler Philip. Capitulo 2. Fundamentos sociales de la mercadotecnia: satisfacción de las necesidades humanas. Editorial Prentice Hall. Edición: 3a.ed .México. 1989
- Kotler, Philip. Mercadotecnia. Prentice Hall: México DF, 1991 (3º edición).

- McIntosh Robert, Shashikant Gupta. Planeación y fomento del turismo. En: Turismo; Planeación; Administración y Perspectivas. 3ª edición; Editorial Limusa S:A: 1990. p.221. México.
- Orozco Arturo J. Naturaleza de la investigación de mercados. En: Investigación de mercados, concepto y práctica. Editorial Norma S:A: 1999. p 2-7 Colombia.
- Pearce, Douglas. Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica. Segunda edición. México: Trillas; 1991
- Sabino Carlos. Como hacer una tesis.. Editorial Panapos.Caracas. 1994.
- Sancho, Amparo. Unidad 2. Turismo: concepto y definiciones. *En:* Organización Mundial del Turismo. Introducción al turismo. Primera edición. Madrid: OMT. 1998.

PAGINAS WEB RELACIONADAS CON EL TEMA

<http://municipio.smandes.gov.ar>

Página perteneciente a la Municipalidad de San Martín de los Andes.

La página informa principalmente sobre las diferentes políticas que tiene el municipio de San Martín de los Andes, y los lugares a los que uno debe dirigirse en materia de: Secretarías, Municipalidades e Informes.

<http://www.smandes.org/>

Aquí se encontrara información importante sobre el municipio de San Martín de los Andes, así como también servicios turísticos, datos útiles como transportes y comercios; donde se encontrarán tarifas, precios de alquiler; y links relacionados con otras páginas.

<http://www.sanmartinandes.com/>

Sitio de información turística de San Martín de los Andes, en donde podremos encontrar, precios de traslados de la ciudad al cerro Chapelco; como así también información sobre excursiones y alojamiento.

<http://www.cerrochapelco.com/esp/index.php>

Web oficial del cerro Chapelco, donde se informa sobre eventos y acontecimientos; además de informar sobre excursiones y promociones tanto en temporada alta como baja.

<http://www.chapelco.com.ar/home.htm>

Página comercial del cerro Chapelco.

En esta página el turista se puede informar acerca de las promociones especiales como así también el precio de los paquetes con respecto a los medios de elevación y alquiler de trajes de esquí. También brinda información muy completa sobre los atractivos cercanos al lugar.

<http://www.chapelco.org/aloja/aloja.htm>

Sitio de Información Turística y Comercial de Chapelco y SM Andes

En esta página podremos encontrar toda la nómina de alojamientos existentes en San Martín de los Andes y el cerro Chapelco, pudiendo observar que en el cerro Chapelco la única forma de hospedarse es en cabañas, campings y viviendas privadas.

<http://www.interpatagonia.com/chapelco/index.html>

Página de gran comercialización, donde se promocionan diferentes destinos turísticos de la Patagonia Argentina. Se puede encontrar mapas y sitios recomendados y gran cantidad de información sobre diferentes alojamientos; gastronomía del lugar y excursiones.

<http://egov1.neuquen.gov.ar/SEIT/servlet/hlogin>

Sitio desarrollado por la Oficina de Tecnologías de Información y Ministerio de Hacienda y Finanzas, perteneciente al Ministerio de Producción y Turismo de la subsecretaría de turismo de la provincia de Neuquén. En este sitio se podrá encontrar estadísticas relevantes relacionadas con por ejemplo: la clasificación de la demanda turística según su origen y la clasificación de la demanda turística según el motivo de la visita; entre otros. (Para ingresar es necesario ser usuario registrado; el usuario: *inversores*; contraseña *inversores*)

<http://www.patagoniasuperior.com.ar/sanmartindelosandes/chapelco.htm>

Página comercial, muy visitada por el turismo internacional donde se informa acerca de toda la actualidad del Cerro Chapelco, estado de pistas, altura y calidad de la nieve, medios de elevación habilitados, precios de pases, clases, alquiler de equipos, y pronósticos meteorológicos.

<http://www.enjoy-patagonia.org/patagonia/san-martin-de-los-andes-como-llegar-por-tierra.php>

Este Web Site es propiedad de Latin American Travel & Technologies y operado por ENJOY ARGENTINA; perteneciente a España, en donde podremos observar las diferentes recomendaciones de cómo llegar por tierra al cerro Chapelco. Además es muy original al momento de dar consejos útiles como ser; el cálculo de combustible y la aparición de animales en algunos tramos del camino. La página puede observarse en varios idiomas como ser inglés, francés y alemán.

<http://www.argentinaturistica.com/esquichapelco.htm#Arriba>

En esta página podremos encontrar mapas de pistas; direcciones y teléfonos, además de características generales de los diferentes centros de esquí de la Argentina. También podremos ver información actualizada sobre las nuevas adquisiciones en materia de renovación de equipos, como ser: cañones de nieve y nuevos medios de elevación.

ANEXOS

A continuación se detalla los trámites a realizar para iniciar un proyecto de alojamiento.

TRAMITES PREVIOS A LA PRESENTACION DE PROYECTOS

La inscripción y habilitación de todo establecimiento se efectúa con una presentación previa al inicio de obra para su pre-categorización. Los trámites, en el Municipio (Dirección de Obras Particulares y/o Secretaría de Turismo) son los siguientes:

1º) Previsado municipal de planos.

2º) Visado y Precategoría de la Secretaría Municipal de Turismo.

Se debe presentar:

OBRAS NUEVAS - TIPO A

- “ Nota del propietario de Solicitud de Precategorización elevada al Secretario Municipal de Turismo.
- “ Acta constitutiva de la Sociedad propietaria si así correspondiere.
- “ 1 juego de planos Previsados por la Dirección Municipal de Obras Particulares. Escala 1:50, con la totalidad de las cotas (con especial atención en las superficies irregulares), Caratulados **con indicación de destino: ALOJAMIENTO TURISTICO**; con detalle de:
 1. equipamiento posible en plantas acorde a la cantidad de plazas y función, en las unidades y los espacios comunes
 2. disposición del estacionamiento o cocheras
 3. áreas parquizadas y de circulación.
- “ Ficha Técnica de Servicios para la clase solicitada - según formularios
- “ Memoria Descriptiva del proyecto de alojamiento - firmada por el propietario -: en donde se expliquen las razones del partido arquitectónico, el funcionamiento y el criterio formal de la propuesta, así como las etapas constructivas.

REQUISITOS NECESARIOS PARA PROYECTOS DE ALOJAMIENTO

Los establecimientos deben inscribirse en el Registro Hotelero Municipal, para lo cual deben cumplir con los requisitos estipulados por la Ordenanza n° 3779/00.

Para la inscripción y habilitación de todo establecimiento se efectúa con una **presentación previa al inicio de obra para su pre categorización**. Los trámites a realizar en el Municipio de SManDes se efectúan en la Dirección de Obras Particulares y/o en la Secretaría de Turismo.

La reglamentación de alojamientos establece las clases: "hoteles, hosterías, moteles, apart-hoteles, cabañas, residenciales, alojamientos en áreas rurales y albergues" y la categorización de 1 a 5 estrellas para la mayoría de ellos, excepto para las tres últimas clases mencionadas que no tiene categorías asignadas.

La categoría de los establecimientos se otorga considerando la capacidad, dimensiones, calidad del equipamiento y los servicios de los mismos de acuerdo a lo estipulado en la reglamentación (tabla de puntajes).

Existen además normas urbanísticas y de diseño que competen a cada municipio según su plan regulador, por lo cual existen convenios para la habilitación y registro de los establecimientos hoteleros y otros servicios.

En virtud de la Ordenanza n° 3.078/99, con vigencia a partir del mes de Mayo de 1.999 se crea la tasa **de Evaluación de Alojamientos Turísticos** aplicable a todo trámite de habilitación de alojamiento turístico (obras nuevas y/o iniciadas-finalizadas).

Al respecto se transcribe a continuación los aspectos más relevantes de la misma, dejando aclarado que esta Ordenanza deberá modificarse parcialmente en virtud de los cambios administrativos generados a partir de la Ordenanza n° 3779/00:

ORDENANZA Nº 3.078/ 99

Artículo 1º : **Apruébese** el convenio suscripto entre la Municipalidad de San Martín de los Andes y la Dirección Provincial de Turismo, referido a la delegación, coordinación, complementación y fiscalización de los Servicios Turísticos en todo el ejido municipal de nuestra ciudad, cuyo texto obra a fojas 6,7 y 8 del expediente nº 5000-91/99

Artículo 2º: **La Secretaría Municipal de Turismo será el Órgano de Aplicación** del convenio referido y de lo estipulado en la presente Ordenanza y su reglamentación.

Artículo 3º: **Créase** la tasa de **Evaluación de Alojamientos Turísticos**, que se aplicará de la siguiente manera y en forma excluyente:

A) Obras Nuevas :

Por trámite de solicitud de Evaluación Previa como Alojamiento Turístico según Decreto Provincial nº 2.308/ 79 y normas complementarias, o las que en el futuro pudieren reemplazarlas, para obras nuevas, o ampliaciones y refacciones de alojamientos turísticos habilitados, en forma previa al inicio de la obra: **10 % de los derechos de construcción correspondientes.**

B) Obras Iniciadas o Finalizadas:

Por trámite de solicitud de Evaluación como Alojamiento Turístico, según Decreto Provincial nº 2.308/79 y normas complementarias, durante la ejecución de la obra o después de finalizada ésta, con cambio de destino, o ampliaciones y refacciones de alojamientos turísticos habilitados: **50 % de los derechos de construcción correspondientes.**

Se incluyen en este inciso las obras terminadas o en ejecución con destino declarado distinto que el turístico - en carátula de planos municipales o en la Declaración Jurada de Destino, para las que se solicite cambio de destino a los fines de utilizarla como alojamiento turístico.

C) En Funcionamiento:

Por trámite de solicitud de Evaluación como Alojamiento Turístico, habiendo operado comercialmente y sin evaluación previa como alojamiento turístico, **deberá abonarse una tasa del 100 % de los derechos de construcción correspondientes;** sin perjuicio de la o las multas que pudieran corresponder para el supuesto de haberse cometido algún tipo de infracción sujeta al código Municipal de Faltas u otras normas Provinciales.

Para las obras o establecimientos comprendidos en el inciso b) y c) del presente artículo, se otorga un plazo **de 180 (ciento ochenta) días** para iniciar los trámites de categorización, abonando la tasa correspondiente a obras nuevas.

Artículo 4º: Al momento de presentar la solicitud de Evaluación de Obras de Alojamiento Turístico, el peticionante deberá abonar una tasa **de Pesos Cincuenta (\$50,00), la que tendrá carácter de TASA MINIMA** y que se computará como pago a cuenta para los supuestos en que la tasa a dólar, conforme a las disposiciones de ésta Ordenanza, sea superior al importe indicado.

Artículo 5º: El peticionante deberá abonar la diferencia que pudiere resultar entre la tasa mínima establecida en el artículo anterior y la que resulte de la determinación que efectúe la Autoridad de Aplicación, según lo dispuesto en el artículo 3º, dentro de los cinco (5) días de notificado del cumplimiento de la evaluación.

Artículo 6º: En caso que la solicitud de evaluación, cualquiera sea la causa, fuere desistida, abandonada por el peticionante y/o fuese denegada por la Autoridad de Aplicación, ello no dará lugar a reintegro alguno de los importes abonados en concepto de tasa creada por esta Ordenanza.

Artículo 7º: Dentro de los treinta (30) días de promulgada la presente, el Departamento Ejecutivo deberá dictar la reglamentación correspondiente.

Artículo 8º: Regístrese, comuníquese, publíquese y cumplido dése al Archivo Municipal.-

Dada en la Sala de Sesiones del Concejo Deliberante, en Sesión Ordinaria nº

1 de fecha 04 de marzo de 1999, según consta en Acta correspondiente