

Desde la Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica de Mendoza analizaron la caída del turismo en la provincia

16/02/2023



El importante descenso del turismo receptivo de Mendoza, que registró una disminución del 36% en enero de este año comparado con el 2022, generó fuerte preocupación en distintos sectores que se relacionan a esta actividad económica.

Según los datos difundidos por el propio gobierno, el número de turistas que arribaron a Mendoza durante la primera quincena de enero de 2023 alcanzó las 140 mil personas, 80 mil menos a las 220 mil informadas durante el mismo período del año 2022. Esto significa que en solo un año la cantidad de argentinos y extranjeros que eligieron a nuestra provincia

para sus vacaciones, cayó más de un tercio.

Ante este panorama, y para conocer su postura, la emisora radial FM Vos 94.5 entrevistó a Edmundo Day, presidente de la Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines de Mendoza.

«Si hacemos un análisis detallado, se puede observar que hay distintas clases de público. El 90 %, el grueso de los visitantes, son nacionales, algunos con un gran poder adquisitivo. El otro 10 % restante lo integran turistas extranjeros. Lo que creemos es que el público de alta gama nacional, el año pasado viajó mucho por Argentina, pero este año prefirió las playas de países limítrofes como Brasil, Uruguay o Chile. Por otra parte, la clase media por todo el tema inflacionario, viajó menos, y cuando decide viajar lo hace con consumos muy medidos», analizó Edmundo Day al inicio del reportaje.

«En Mendoza los hoteles cinco estrellas registraron solo un nivel de ocupación del 60 %, mientras que el año pasado esta marca estuvo mucho más arriba. Además, el 'público gasolero' viajó por muy pocos días, como mucho estuvieron en la provincia unos tres o cuatro días. No notamos que los visitantes se quedaran unos siete o diez días en ninguna localidad, será un poco por los precios y también debido a los costos», amplió.

«El año pasado los brasileños nos dieron una gran mano entre julio y diciembre, pero en esta época del año se quedan en su país con sus playas y carnavales. De todas formas, creemos que más adelante van a volver. También, podemos percibir que tímidamente mejoró la afluencia de turistas provenientes de Estados Unidos y Europa. En cuanto a los chilenos que vienen, pienso que se debe redefinir bien si los productos que tenemos son los que a ellos les interesan. En algún momento el turismo de compra fue muy importante para atraer a esta clase de público, pero en los últimos meses encontraron poca variación en las mercancías y con altos valores. Hay que revisar la oferta que quedó de la pandemia», añadió Day.

Después, continuó explicando algunos factores más que inciden

en la caída del turismo. «Durante la pandemia tuvimos algunos errores graves como haber perdido una línea aérea como LATAM. Recién ahora se notan los efectos de esto, los pasajes están mucho más caros. Hay que estudiar varias cuestiones que refieren a la macroeconomía y luego inspeccionar si la oferta que hubo fue la mejor en cuanto a calidad de servicios y precios», remarcó el presidente de la entidad.

Luego, manifestó que el trabajo en conjunto entre varios actores es muy importante para volver a reactivar al mencionado sector. «Creemos que la articulación de la promoción desde lo público y privado es lo más relevante, ya que disponen de otra clase de recursos. Hoy la competencia entre los distintos destinos está en un nivel prepandemia», aseguró. Para finalizar, comparó la temporada de Mendoza con otros destinos clásicos del país, como Villa Carlos Paz y Mar del Plata. «En los demás destinos del país sucedió algo parecido con el público de alta gama, hubo pocas reservas en los hoteles cinco estrellas», cerró.