

El desafío del turismo en Mendoza ante un panorama económico cambiante

09/12/2024



Con un panorama económico en constante transformación, el sector turístico de Mendoza enfrenta desafíos y oportunidades de cara a la temporada de verano. La combinación de factores como la devaluación del real brasileño, la baja del dólar en Argentina y las nuevas herramientas de financiación para el turismo interno plantea un escenario complejo para los operadores turísticos. Ricardo Beccaceci, presidente de la Cámara de Turismo de Mendoza, analizó en detalle este contexto y compartió las estrategias del sector para impulsar la actividad.

“Estamos en un momento donde se combinan elementos

desfavorables que impactan tanto en el turismo interno como en el receptivo”, explicó Beccaceci a Diario San Rafael y FM Vos 94.5. “Por un lado, con un dólar más accesible en relación al peso argentino, muchas personas optan por vacacionar en el exterior. Por otro, los turistas extranjeros encuentran que los precios en Argentina han dejado de ser tan competitivos”. En este sentido, el turismo brasileño, históricamente uno de los segmentos más importantes para Mendoza, enfrenta complicaciones adicionales. “La devaluación del real encareció el dólar para los brasileños, lo que a su vez hace que el producto turístico argentino sea más costoso para ellos”, señaló.

A pesar de estas dificultades, Beccaceci descartó la posibilidad de un éxodo masivo de turistas locales hacia Brasil debido al alto costo de los pasajes aéreos. “Un boleto hacia destinos brasileños cercanos no baja de los 600 o 700 dólares, lo que segmenta a los consumidores y posiciona a la oferta argentina como una alternativa más accesible”.

De cara a una nueva temporada, el sector turístico mendocino mantiene expectativas moderadas pero optimistas. “Enero y febrero han sido tradicionalmente los meses de mayor actividad turística en Mendoza. Aunque esperamos un movimiento significativo, no creemos que se llegue a ocupar la totalidad de las 45.000 plazas hoteleras registradas que tenemos en la provincia”, afirmó Beccaceci.

El presidente de la Cámara destacó que Mendoza cuenta con una infraestructura robusta en términos de hospedaje, gastronomía y servicios turísticos. Sin embargo, reconoció que esta capacidad fue diseñada para un nivel de demanda superior al que se proyecta para esta temporada. “Hay una cantidad importante de plazas informales que también participan del mercado, lo que amplía la oferta disponible pero complica aún más la ocupación plena”, explicó.

Una de las estrategias clave para potenciar el turismo interno radica en la implementación de herramientas de financiación. “Con la baja de la inflación y las tasas de interés, han surgido planes de cuotas sin interés que son fundamentales

para familias que desean vacacionar en Argentina”, señaló. Beccaceci destacó el rol de los bancos y operadores turísticos en ofrecer opciones de pago accesibles. “Esto representa una ventaja competitiva frente al mercado brasileño, donde la financiación de pasajes aéreos y paquetes turísticos no es tan común”.

Por otro lado, Aerolíneas Argentinas ha contribuido al impulso del turismo interno con promociones específicas. “La venta de pasajes en 18 cuotas sin interés para ciertas tarjetas y bancos es un beneficio significativo que puede incentivar a muchos viajeros”, mencionó.

En términos promocionales, el sector apuesta por comunicar los atractivos únicos de Mendoza, que la posicionan como uno de los destinos más elegidos del país. “Estamos en tercer lugar en preferencia nacional, y eso no es casualidad”, destacó Beccaceci. “Debemos redoblar esfuerzos para promover tanto las bondades de la provincia como las condiciones de financiación y accesibilidad que ofrecemos”.

La combinación de paisajes deslumbrantes, una oferta gastronómica destacada y una rica tradición vinícola siguen siendo los principales imanes para el turismo en la provincia. “Mendoza tiene todo para competir a nivel nacional e internacional. Ahora, el desafío es adaptarnos a las nuevas condiciones del mercado y maximizar nuestra capacidad de atracción”, concluyó Beccaceci.