

El turismo cayó un 2,3% este fin de semana largo respecto a 2022, pero ciertos destinos regionales crecieron hasta un 70%

20/11/2024



Un relevamiento realizado por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) determinó que frente al mismo fin de semana de 2022 (el año pasado estuvo el balotaje presidencial y no se lo considera) viajó un 2,3% menos de turistas que gastaron, en conjunto, un 9,8% más en términos reales, lo que marca que hubo una mayor preponderancia del consumo. La tendencia marcó viajes más breves y una búsqueda de destinos

que ofrecieran actividades o celebraciones especiales. Los destinos más visitados registraron una disminución en las reservas en hospedajes tradicionales, especialmente en ciudades con alta afluencia durante el invierno. Sin embargo, la Costa Atlántica y las zonas regionales como el litoral, Córdoba y Cuyo mostraron un crecimiento significativo, con un aumento del 70% en estas últimas.

Entre los destinos destacados, la Ciudad de Buenos Aires tuvo una ocupación hotelera del 86%, seguida por Mar del Plata y la ciudad de Mendoza, ambas con un 80%. En San Luis, Potrero de los Funes y Merlo alcanzaron el 96% y 76%, respectivamente, mientras que Iguazú superó el 80%. Las provincias de Corrientes y Entre Ríos también reportaron un promedio de ocupación del 79% y 74%.

Para los analistas, este comportamiento turístico refleja un cambio en las preferencias de los viajeros hacia destinos que combinan naturaleza, eventos culturales y actividades recreativas, adaptándose a contextos económicos y sociales cambiantes.

«Se movilizaron cerca de 1,4 millones de personas en todo el país con nivel promedio de pernocte de dos noches, con un gasto de 70 mil pesos por día en todo concepto. El impacto económico fue significativo, con un gasto total de \$196.233 millones en los principales destinos turísticos. Ha sido un fin de semana bastante satisfactorio. Con esto se movilizan bastante las economías regionales del interior del país», aseguró a FM Vos 94.5 el secretario de Turismo de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa, Gregorio Werchow.

A su vez, señaló que en los últimos años cambió la manera de vacacionar de los argentinos. «Lo que ocurre en Argentina va de la mano de lo que está sucediendo en el mundo. Hace muchos años se vacacionaba todo el mes de enero o febrero solamente, mientras que ahora los periodos son más cortos, pero más veces en el año. En ese sentido, los fines de semana largos son muy productivos. Además, para esta fecha tuvieron buen movimiento tanto los destinos consolidados como los emergentes», sostuvo.

Luego, comparó los números que dejó este fin de semana con respecto a los de años anteriores. «No se lo puede comparar mucho con el 2023 porque para esa fecha el año pasado tuvo lugar el balotaje presidencial. Si uno lo compara con el 2022 hubo un 2,3 menos de movilización de personas, aunque el nivel de consumo fue mayor. En los fines de semana largos de tres días tiene mucho impacto la movilización o el traslado más que nada a centros turísticos cercanos, hacia provincias vecinas o destinos dentro de la mismas», observó Werchow.

Finalmente, contó cuáles son las expectativas que tiene el sector de cara a la temporada que se avecina. «Estamos pensando que durante el verano se va a trabajar bien, pero tampoco podemos ignorar las variables de la macroeconomía que nos juegan en contra. Aunque en este momento el tema cambiario no nos favorece, hay mucha oferta y promociones en cada uno de los destinos. Se puede pagar en cuotas a diferencia de los destinos del extranjero. En líneas general, creo que vamos a tener una buena temporada. El sector logró sostenerse y recuperarse tras la salida de la pandemia», concluyó.