

El turismo en Mendoza cierra el año con baja ocupación y expectativas moderadas para el verano

26/12/2025



Los últimos datos oficiales confirman una balanza turística deficitaria, con fuerte crecimiento del turismo emisor. Desde el sector advierten que la provincia terminará el año con niveles de ocupación muy por debajo de lo esperado y ponen el foco en la competitividad, el turismo interno y las políticas económicas.

Los recientes datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, que reflejan un crecimiento superior al 15% del turismo emisor, volvieron a encender las alertas en el sector turístico argentino. La mayor cantidad de personas

que eligen viajar al exterior por sobre los destinos nacionales impacta de lleno en provincias como Mendoza, donde la actividad atraviesa un año complejo y con números que se ubican lejos de los promedios históricos. Así lo analizó Marcelo Rosental, presidente de la Cámara Hotelera de Mendoza, quien trazó un diagnóstico crítico sobre la situación actual, el cierre del año y las perspectivas para la próxima temporada de verano.

“Si estamos hablando en referencia a los datos que sacó el INDEC sobre octubre, el turismo en Argentina vive una crisis”, afirmó a **Diario San Rafael** y **FM Vos 94.5** Rosental, al tiempo que explicó que las estadísticas siempre se conocen con un mes de retraso. En ese marco, señaló que **“hay una balanza obviamente deficitaria, hay mucha más gente que se va al exterior de la que viaja por Argentina”,** una tendencia que se viene consolidando a lo largo del año y que responde, según indicó, a factores macroeconómicos.

En ese sentido, remarcó que **“por condiciones macroeconómicas obviamente no somos un destino competitivo en Latinoamérica hoy en día”,** lo que coloca a Mendoza y al resto de las provincias en una situación desventajosa frente a países de la región. Esa pérdida de competitividad se refleja directamente en los niveles de ocupación. **“El año va a terminar en un 50-55 por ciento de ocupación, muy lejos del 70 que tendría que tener la provincia promedio anual”,** sostuvo, y calificó el escenario como **“lamentable, pero es la realidad que estamos viviendo”.**

Rosental recordó que históricamente Mendoza se ubicaba entre 18 y 20 puntos por encima de esos valores, lo que dimensiona aún más la caída registrada durante 2025. De todos modos, señaló que hubo algunos indicios positivos en las últimas semanas. **“Tuvimos ahora una muestra de lo que podría llegar a ser la temporada, que fue el último fin de semana largo, que fue bastante bueno comparado a las ocupaciones mensuales que teníamos”,** indicó, destacando un leve repunte del turismo

interno.

De cara al verano, el sector apuesta a un comportamiento más espontáneo del turista. **“Estamos apostando a que haya reservas de último minuto”**, explicó Rosental, y agregó que “no va a ser muy difícil superar el 35-40 por ciento que tuvimos en el mes de febrero de este 20-25 que se está yendo”. En ese análisis también influyen las variaciones cambiarias de los países vecinos. **“Brasil y Chile apreciaron su moneda, con lo cual se está haciendo un poco más caro para los argentinos viajar. Igual sigue siendo conveniente, pero se está haciendo un poco más caro”**, señaló.

Esa situación abre una ventana para el turismo interno, aunque con cautela. **“Es muy probable que el turismo interno se reactive”**, dijo, aunque aclaró que “tenemos más expectativas que realidades”. Actualmente, las reservas para enero y febrero son escasas. “No hay muchas reservas todavía tomadas para enero y febrero, pero esperamos que se reactive solo”, expresó.



El sector advierte que Mendoza cerrará el año con una ocupación promedio del 50-55%

En paralelo, Rosental se refirió a las políticas de promoción impulsadas por la provincia. Destacó que Mendoza **“es una de las más activas a nivel promoción”** y mencionó las acciones conjuntas con el Banco Nación, que incluyen cuotas y créditos para viajar dentro del país. Sin embargo, reconoció que el contexto general sigue siendo adverso.

Consultado sobre la percepción de Mendoza como un destino caro o de elite, una imagen que se potencia en redes sociales, Rosental fue enfático. **“Todo el turismo es bien recibido en Mendoza y va a ser bien recibido siempre”**, afirmó. Según explicó, desde hace años se trabaja para diversificar la oferta. **“Se ha trabajado muchísimo para tener una amplia paleta de opciones para todo tipo de mercados, desde el público C hasta el ABC1”**, sostuvo.

En esa línea, aclaró que **“hay ofertas para público de lujo, hay ofertas para clase media, para todo tipo de público en Mendoza”**, y mencionó iniciativas como Manso Bodega, Manso Alojamiento y Manso Restaurant, pensadas para distintos presupuestos. Para graficar la diversidad, utilizó una comparación clara: **“Es como en una vidriera de una joyería, tenés oro, tenés plata y tenés acero quirúrgico. Es el bolsillo. Vos decidís qué es lo que vas a comprar”**.

Rosental defendió además la existencia de propuestas de alta gama. **“Si no tenés restaurantes Michelin, bodegas de súper lujo, que te hagan atractivo, la verdad que Mendoza no estaría en la cantidad y calidad que tiene hoy. Es aspiracional”**, afirmó, y aclaró que muchas de estas propuestas **“se autopromocionan”** a través de influencers y redes sociales, aunque no representan la totalidad de la oferta.

En cuanto al sur provincial, puso especial énfasis en San Rafael. **“San Rafael es para todo tipo de público”**, aseguró, y destacó el perfil del visitante. **“El turista que va a San**

Rafael es un turista fiel, vuelve una y otra vez y encima lo recomienda", señaló, valorando el turismo familiar y las actividades de aventura como uno de los grandes atractivos del departamento.

También mencionó nuevas tendencias que comienzan a ganar espacio, como el turismo en campers. **"Toda esta movida que hay de turismo por campers, con paradores, todo eso suma muchísimo"**, indicó, y se mostró optimista a largo plazo. "Para adelante no hay techo, lo que nos tiene que acompañar son las políticas a nivel macro".

En ese punto, volvió a insistir en la necesidad de reformas estructurales. "Reforma laboral, reforma impositiva, todo lo que nos haga más competitivos frente a los mercados de la región", enumeró. Comparando con Brasil y Chile, explicó que, aunque los precios subieron, "sigue siendo conveniente porque ellos no tienen la carga impositiva ni la masa salarial que tenemos nosotros".

Finalmente, aclaró que los datos de ocupación que maneja el sector corresponden exclusivamente a la hotelería formal. "Hablamos de ocupación hotelera 100%, que es el número que nosotros manejamos", explicó, y agregó que los alojamientos no registrados "son imposibles de medir". Con ese panorama, el desafío para la próxima temporada será superar los bajos registros del último verano y captar a un turista que, según anticipó, optará por "vacaciones más cortas, pero vacaciones al fin".