

Preocupación en el sector turístico: analizan estrategias para mejorar la promoción y competitividad

18/02/2025



El impacto de la crisis económica en el sector turístico de Mendoza ha generado preocupación entre los empresarios del rubro, quienes advierten sobre la merma en la llegada de

visitantes y la necesidad de redireccionar estrategias de promoción.

En este contexto, se llevó a cabo una nueva reunión del Consejo Consultivo de la Actividad Privada del Turismo en Mendoza, con la participación de representantes del Ente Mendoza Turismo (Emetur) y distintas instituciones vinculadas, como la Asociación Empresaria Gastronómica y Hotelera de Mendoza (AEHGA), la Cámara de Turismo de Mendoza, la Asociación de Hoteles de Turismo, Bodegas de Argentina, la Cámara de Turismo de San Rafael y la Específica de Turismo de la Cámara de Comercio de Malargüe.

Victoria Contardo, titular de la Cámara de Turismo de San Rafael, participó del encuentro y detalló a Diario San Rafael y FM Vos 94.5 que uno de los temas centrales abordados fue la promoción de los destinos. “Este tema ya se había planteado en la última reunión del 27 de diciembre. No solo hablamos de San Rafael, sino de toda la provincia. Ahora estamos a la espera de la llegada de un grupo de operadores turísticos de Brasil, entre nueve y doce personas, con quienes se avanzará en una agenda de trabajo junto al Emetur”, explicó.

En este sentido, Contardo mencionó que en la reunión se entregó un plan de participación en ferias nacionales e internacionales y se abrió la posibilidad de sumar más eventos a la agenda. “Si queremos estar en alguna feria que no está en el calendario oficial, existe la opción de gestionarlo. También hablamos de la diversificación de la oferta, para que cada localidad potencie su impronta y promocióne su atractivo particular”, agregó.

La dirigente también destacó la importancia de mejorar la gestión de incentivos para atraer turistas, como la promoción “4x3” en febrero, que permite acceder a una noche adicional sin cargo en los alojamientos adheridos. “Queremos que el Emetur ayude a difundir estas acciones desde su lugar y en sus redes para maximizar el impacto”, sostuvo.

En cuanto a la efectividad de las campañas de promoción turística actuales, Contardo indicó que es necesario analizar las estrategias a largo plazo. “Estamos en una situación

económica difícil, y cada zona lo siente de manera diferente. Creo que muchas veces queremos resultados inmediatos, pero esto es un proceso. Hay que insistir en el trabajo conjunto y asegurar que las acciones tengan continuidad en el tiempo”, remarcó.

El análisis de la temporada estival reflejó una caída en los niveles de ocupación con respecto a años anteriores. “En enero tuvimos un promedio del 74% de ocupación, aunque en algunos eventos puntuales se llegó al 92%. Sin embargo, en febrero las reservas están en un 44%, cuando en años anteriores estábamos entre el 50% y el 60%”, precisó Contardo, subrayando la preocupación del sector por la baja progresiva.

Otro de los puntos de debate fue la conectividad aérea y la falta de vuelos directos a San Rafael. “Ayer (lunes) hubo una reunión con Aerolíneas Argentinas para abordar el tema, ya que en abril se reducirán las frecuencias de vuelos. Se han hecho gestiones desde el Emetur, pero es un problema complejo a nivel país que afecta a muchas provincias”, señaló.

Sobre la pérdida de competitividad del destino frente a opciones en el exterior, la prestadora explicó que en San Rafael han impulsado descuentos del 15% y 25% en alojamiento, gastronomía y comercios para incentivar el turismo interno. “Pedimos al gobierno provincial que nos apoye en la promoción y visibilización de estas acciones, para que San Rafael se posicione por encima de otros destinos”, expresó.

Además, en la reunión se abordó la necesidad de un mayor trabajo articulado entre provincia y municipios para fortalecer la promoción turística. “Queremos que no solo se enfoque en un segmento específico, como el turismo de alta gama o el de tres estrellas, sino que se trabaje de manera más integral”, sostuvo Contardo.

Desde el sector privado insisten en la importancia de que las estrategias de promoción y desarrollo turístico se sostengan en el tiempo, independientemente de los cambios de gestión. “A veces sentimos que con cada cambio de gobierno se toma otro rumbo y eso nos perjudica. Necesitamos acciones a largo plazo y que el sector privado tenga un rol activo en la

planificación", concluyó.