

El balance argentino de Fitur: expectativas en un marco austero

Acorde con el cambio de gobierno y el ajuste fiscal, Argentina tuvo un stand austero aunque muchos operadores apostando a la iniciativa privada para seguir ampliando la llegada de turistas europeos al país.



La comitiva argentina, encabezada por Yanina Martínez, Alfredo Cornejo y Agustín Díaz Gilligan.

El stand de la Argentina en la edición 2024 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), celebrada en IFEMA Madrid entre el 24 y el 28 de enero, es **el fiel reflejo de la situación que vive el país.**

La exuberancia que mostraron sus vecinos del continente para promocionar sus destinos contrastó con **la austeridad que planteó el gobierno de Javier Milei** para mostrar las atracciones nacionales en el principal evento del sector a escala mundial.

El stand consistía en una estructura de vigas blancas, con las imágenes de las Serranías de Hornocal, en la provincia de Jujuy, y el glaciar Perito Moreno, en la de Santa Cruz, en las paredes externas de una pequeña oficina, que utilizaba la subsecretaria de Turismo de la Nación, Yanina Martínez, para las reuniones que tenía pautadas.

La funcionaria encabezó una comitiva reducida, ya que apenas **seis ministros provinciales (ciudad de Buenos Aires, Córdoba, Chubut, Tierra del Fuego, Jujuy y Mendoza) y un solo gobernador, el mendocino Alfredo Cornejo, viajaron a Madrid** para participar del evento al que asistieron 250.000 personas (153.000 profesionales) y que contó con 96 representaciones oficiales, 806 expositores titulares y 9.000 empresas de 152 naciones.

Al igual que ocurre en el país, con el Estado recortando gastos y los privados intentando hacer negocios para volver a crecer, la escasez de funcionarios contrastó con la presencia de más de **sesenta operadores turísticos, hoteleros y gastronómicos** que agotaron la capacidad disponible del poco atractivo stand para intentar acercarse a sus contrapartes para hacer negocios con la Argentina.

Según Gustavo Hani, presidente de la Cámara Argentina de Turismo (CAT), tuvieron “todos los escritorios vendidos y algunos operadores vinieron sin ellos porque ya no había más lugar”. **Antes de llegar, ya “tenían más de 3.000 reuniones pre pactadas”.**

Los principales desafíos

La Argentina cuenta con una basta cantidad de destinos desconocidos para el público europeo, que suele recalar en la ciudad de Buenos Aires, El Calafate, Ushuaia, Iguazú y en menor medida en península de Valdez y Mendoza, por lo que tiene mucho terreno por delante para crecer en el sector.

“Queremos aumentar la cantidad de visitantes en forma receptiva y **superar el récord de la prepandemia y mostrarle al mundo que somos un país confiable donde puede venir a invertir y darle mejor presencia a los destinos que tenemos** – afirma Martínez -. Depende de que todos trabajemos en equipo y en conjunto. Lo estamos demostrando el sector público y privado. El turismo va a ser uno de los motores de crecimiento que va a tener el país y de ingreso de divisas”.

Todos los funcionarios provinciales coinciden en este análisis y muchos ya están estudiando la manera para seguir creciendo en el sector con miras a atraer a sus destinos a los viajeros que llegan desde el exterior.

Mendoza busca pasar de los tres millones de turistas actuales a los cuatro millones en los próximos cuatro años, la ciudad de Buenos Aires espera incrementar los visitantes internacionales de tres a seis millones en cinco o diez años y Tierra del Fuego procura crecer de los 700.000 al millón a mediano plazo.

“La Argentina tiene que pasar de los siete millones actuales a los diez millones de turistas internacionales en los próximos años, pero eso requiere un gran trabajo entre lo público y lo privado”, detalla Hani.

Todos los funcionarios provinciales que estuvieron presentes en la FITUR coinciden en que para que esto ocurra, la Argentina debe estabilizarse económicamente y dar señales claras de previsibilidad tanto a los inversores como a quienes deciden pasar sus vacaciones en el país.

“El tema económico es un escollo para poder atraer al turismo. Las condiciones comerciales en este reciente cambio de gobierno nos generan, de algún modo, un parate para ver cómo se va a acomodar todo”, explica el ministro de Turismo y Áreas Protegidas de Chubut, Diego Lapenna.

Cornejo coincide y destaca que el principal obstáculo “es la estabilidad macroeconómica porque impacta en el turismo. Un tipo de cambio desfazado ayuda al turismo emisivo extranjero, pero la estabilidad macroeconómica produce muchos más beneficios sistémicamente a largo plazo que el deterioro del tipo de cambio que es pasajero”.

Una situación similar, perciben las provincias que están buscando inversores extranjeros para incrementar la infraestructura que les permita recibir más visitantes internacionales, especialmente en el rubro hotelero.

“La volatilidad y la incertidumbre económica que hay en el país en los últimos años no ha sido muy beneficiosa para la llegada de los inversores. Estamos mostrando los atractivos que tiene nuestro destino y la solidez y continuidad de los beneficios impositivos”, sostiene Dante Querciali, presidente del Instituto Fueguino de Turismo (INFUETUR).

Desde la CAT, Hani concuerda y resalta que “si a un inversor extranjero no le das confianza ni previsibilidad es muy difícil que lo captes. Hay una oportunidad y esperamos que se pueda aprovechar”.

El mayor escollo

Los funcionarios provinciales coincidieron que el principal obstáculo “técnico” que tiene la Argentina y las diferentes regiones para seguir creciendo en el turismo, más allá de las cuestiones económicas, es la falta de frecuencias que tienen las aerolíneas. Por eso, **confían que la política de cielos abiertos, que planea implementar Milei, logre revertir esta situación.**

“El principal escollo es la falta de vuelos. **Necesitamos más conectividad**, hemos perdido las frecuencias de Air Europa por falta de aviones, que después de la pandemia no se pudieron recuperar. Ahora, hemos cerrado nuevas frecuencias con Iberia y esperemos pronto tener más con Air Europa”, afirma Valentín Díaz Guilligan, presidente del Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires.

Desde Jujuy, su ministro de Cultura y Turismo, Federico Posadas, coincide y destaca la necesidad de crear nuevos nodos de transporte descentralizados para generar una mayor llegada de turistas al interior del país.

“Ojalá que la política de cielos abiertos tenga éxito porque necesitamos más conectividad internacional. Tenemos que empezar a pensar en un sistema radial de conectividad que convierta a Jujuy en un centro de conexión con el norte de Chile, el sur de Brasil, con Paraguay y Bolivia, para dejar de ser la periferia argentina y convertirnos el centro de Sudamérica”, señala.

Si esta política tiene éxito, Cornejo estima que Mendoza podría transformarse, también, en otro centro de llegada directa para los turistas internacionales, al punto de que estuvo conversando con Iberia sobre la posibilidad de tener un vuelo directo desde Madrid.

“Hoy somos el segundo aeropuerto emisor y receptor de extranjeros detrás de Buenos Aires. Eso nos beneficiaría para lograr **mayores conectividades con San Pablo, Río de Janeiro, Lima, Santiago de Chile, Panamá, los Estados Unidos y algún vuelo directo con Europa**. Esto generaría un tráfico muy superior al que tenemos”, subraya.

Lapenna también concuerda con los beneficios que traería la política de cielos abiertos, pero considera que el país debe realizar, además, otros cambios profundos en el sector aerocomercial local para mejorar la conectividad.

“Aerolíneas Argentinas tiene que ser más receptiva que emisiva. Muchas veces se la utilizó para sacar argentinos hacia afuera y lo más importante es que traiga billeteras a la Argentina”, concluye.

Por Hernán Dobry

España Argentina Turismo