

Con Patricia Vaca en Madrid.

“Misiones se posicionó, pero no nos tenemos que dormir porque alguien se lleva nuestro pedazo de torta””



Por Hernán Dobry

MADRID (Especial para *Plan B*). La provincia de Misiones estuvo presente en la 44<sup>o</sup> Feria Internacional de Turismo (FITUR), el evento más importante del mundo de esta industria, que se realizó en el predio de IFEMA, en la ciudad de Madrid, en España, entre el 24 y el 28 de enero para promocionar las principales atracciones locales.

Durante las cinco jornadas, pasaron por el evento unas 250.000 personas, de las cuales 153.000 fueron profesionales del sector que se acercaron en los primeros tres días a cerrar negocios y a conocer las nuevas ofertas que planteaba cada país.

Las Cataratas del Iguazú, una vez más, fueron unas de las atracciones más requeridas en el stand argentino, según pudo comprobar este cronista en su recorrida por los pabellones.

También, hubo espacio para el público general, unos 97.000 visitantes, que disfrutaron de un paseo por FITUR durante el sábado y domingo. Allí, pudieron conocer de primera mano información sobre diferentes destinos en donde poder pasar sus próximas vacaciones.

Esta edición de la feria superó en un 13,70% la cantidad de personas que se acercaron a IFEMA, en comparación con lo registrado en 2023.





Patricia Vaca, titular de la Federación de Cámaras de Turismo de Misiones habló con *Plan B* tras atender a operadores de Europa interesados en el destino. “Hay que mejorar siempre”.

A su vez, marcó un récord en la cantidad de propuestas ya que se desplegaron en sus nueve pabellones stands de 9.000 empresas, 152 países, 96 representaciones oficiales, 806 expositores titulares.

Algo similar ocurrió en las instalaciones que montó la Argentina, donde se agotaron los escritorios disponibles para los operadores turísticos que había puesto a la venta la Cámara Argentina de Turismo (CAT), al punto de que muchos vinieron sin tener un lugar disponible.

La provincia, una vez más, fue una de las más requeridas del país tanto en los tres días en los que la feria estuvo abierta para los profesionales del sector, así como en las dos jornadas en las que llegó de visita el público general.

Su representante, Patricia Durán Vaca, presidenta de la Federación de Cámaras de Turismo de Misiones, mantuvo numerosas reuniones con operadores, cadenas de hoteles internacionales y otros sectores de la industria para intentar atraer a cada vez más turistas a que visiten las propuestas locales.

Sobre el final del evento, mantuvo una entrevista exclusiva con *Plan B*.

**-¿Cuál fue el plan del sector privado para posicionar a Misiones en FITUR?**

-Hacemos mucha sinergia con los clientes, con actividades y acciones. En FITUR, tuvimos varias reuniones pactadas, porque no podés ir sin esa previsibilidad. Cuando tomamos una decisión sobre a qué mercado ir, somos muy cautos, porque no se puede estar en todas las ferias.





## El stand de la Argentina en la FITUR 2024.

### -¿Cómo recibieron a la provincia como destino turístico?

-Al igual que la Argentina, Misiones es un lugar y un destino elegido por todos. No nos tenemos que dormir en los laureles porque si no estamos, alguien se lleva nuestro pedazo de la torta. Entonces, debemos cambiar siempre, con hoteles nuevos y hacer más atractivos turísticos. Hay que ponerle un toque de cosas nuevas que eso es lo que permite que nuestro lugar sea atractivo, porque hay pasajeros que vienen muchas veces. Si un extranjero va tres veces a Misiones, que ya es un montón, está bueno que diga que la ve mejor que antes, más linda, con más servicio y profesionalismo. Un recurso que no hace esto lamentablemente no reluce por más hermoso que sea.

### -¿Qué es lo que hace falta para atraer a más turistas extranjeros a Misiones?

-La provincia está haciendo muchísimo desde hace años. Llegamos a esta posición gracias al trabajo mancomunado que hicimos los sectores públicos y privados. Siempre hablamos y consensuamos. Es igual que en una casa: hay que arreglarla, ponerla linda y que se vea la Misiones auténtica. No hace falta mucho para eso, porque nuestra comida es auténtica, una fusión de sabores de todos lados debido a la cantidad de inmigrantes que hubo. Esto hace que sea tan rica y que venga un alemán y diga: "me sentí identificado porque me fui a este lugar y hay comida alemana", o que le pase lo mismo a un polaco. Lo más hermoso que tenemos es nuestra biodiversidad que la mantenemos intacta y, también, el turismo sustentable.

### -¿Qué se necesita para que se concrete esa mejora en la infraestructura?

-Una mano va de la otra. Tenemos una capacidad de soporte en este momento dada por varios elementos. Contamos con una cierta cantidad de plazas hoteleras, por lo tanto, todo el año tendría que haber turistas, no solamente en temporada. De hecho, hemos logrado que Misiones no tenga estacionalidad, que es algo muy importante. Hay que trabajar más la baja temporada. Se ha hecho muchísimo en lo que respecta a los servicios dentro de todos los parques que tiene la provincia, pero siempre nos falta algo más. Nunca hay que quedarse en la zona de confort ni como empresa privada ni como Estado. O sea, siempre tenemos que estar incómodos para ir para adelante.

### -¿Cuáles son los escollos que se están enfrentando?

-No te diría que son escollos sino cosas a superar. Hacer una sinergia pública-privada en las 600 hectáreas de Puerto Iguazú en la cual se creó ese lugar maravilloso. No teníamos hotel internacional y ahora lo tenemos. Gracias a ese destino contamos con hoteles maravillosos que van desde los muy económicos hasta los muy altos, pero con una impronta muy fuerte no solamente en Iguazú sino en toda la provincia a nivel de turismo extranjero.

### -¿Cuánto puede crecer Misiones en turismo?



-No es una cuestión de cuánto queremos crecer. Tenemos que ser muy precisos en adónde queremos ir y qué es lo que queremos tener. Estas definiciones lo hablamos nosotros en el sector privado y a todos nos gustaría tener un porcentaje. Estamos llegando, en este momento, a un buen porcentaje de ocupación. Nuestra plataforma está compuesta por un turismo internacional y nacional, al que jamás lo tenemos que dejar de cuidar porque no sabemos lo que va a pasar en el mundo. Al argentino, debemos protegerlo como oro igual que al extranjero. También, se encuentra el misionero que empezó con la pandemia y nos encanta. Para nosotros, son importantes todos los segmentos y lugares de donde provienen. No queremos solo al internacional sino todo, porque cada uno nos salvó en determinado momento. Hubo una crisis mundial y Misiones vivió gracias a la Argentina y hubo otro tipo de crisis y vino el extranjero. En la pandemia, tuvimos a los locales. Todo esto no tiene techo ni límite, es una decisión de que salgamos a captar determinados mercados. En este momento, con lo que tenemos, estamos bien posicionados, comparados con el resto de las provincias argentinas. Eso lo medimos permanentemente con El Calafate, Ushuaia, Buenos Aires, Mendoza y Salta.

*Hernán Dobry, para Plan B, desde Madrid (España) / 12-2-2024*

👁️ 79 total views , 7 views today



Mas leídas



**Exclusivo: Misiones debe a sus contribuyentes más de un año...**



**Enviado de Milei escuchó a yerbateros dijo que Notta no va y...**

A small table with multiple columns and rows of data, likely a spreadsheet or a data table.

**Para Milei sólo un diputado misionero votó "en favor del pue...**

A small table with multiple columns and rows of data, likely a spreadsheet or a data table.

**En la industria yerbatera preocupa la baja de stocks y empez...**

