

Autoridades del Emetur se reunieron con representantes del sector privado

10/04/2024



Durante el encuentro, se trataron, entre otros temas, la agenda de acciones promocionales de lo que resta del semestre, las métricas de la promoción Sale Mendoza Verano 2024 y la campaña de otoño, que ya se está difundiendo en mercados nacionales y extranjeros.

Se sumaron a esta reunión con modalidad mixta (presencial y virtual) la directora de Promoción Turística e Inteligencia de Mercado, Cristina Mengarelli; el asesor del Emetur, Marcelo Montenegro; Ricardo Becacecci, presidente de la Cámara de Turismo de Mendoza; María Elena Hidalgo y Eugenia Bustelo, de la Cámara de Hotelería; Victoria Contardo, presidenta de la

Cámara de Turismo de San Rafael; Jonhhy Albino, de Malargüe; Néstor Núñez, de la Cámara de Turismo de Maipú; Noelia Sahar, de AEHGA; Adrián Rossi, de General Alvear, y Juan Pablo Forconi, de la Cámara de Turismo de Las Heras.

Otro de los puntos tratados durante el encuentro fue el lanzamiento de una campaña con descuentos especiales en productos turísticos para visitantes nacionales, que tendrá vigencia desde el 1 de mayo.

Además, durante la reunión, se invitó a los participantes a formalizar su representación frente al Consejo Consultivo de la Actividad Privada, de acuerdo con el artículo 13 de la Ley 8845.

Los participantes del encuentro pudieron ver el spot publicitario que ya se emite en medios nacionales e internacionales y que lleva por nombre Mendoza, un placer. Al respecto, los creativos de esta acción publicitaria comentaron que “el otoño de Mendoza toma un giro hacia lo sensorial y emocional, con un tono pausado”.

Al respecto, Gabriela Testa, presidenta del Emetur, destacó que “el Gobierno hace una gran inversión publicitaria, considerando que el turismo genera un gran impacto en la economía y el empleo. Desde que comenzó la gestión, hemos presentado cuatro campañas para atraer a los turistas”.

“Además de las diferentes temporadas, promocionamos Vendimia y Música Clásica por los Caminos del Vino, que son propuestas culturales que proyectan marca y muestran una Mendoza que es distinta a otros destinos del país”, agregó la funcionaria.

Mendoza se promociona todo el año

El Gobierno de Mendoza, a través del Emetur, trabaja de manera simultánea con una importante inversión publicitaria, destinada a públicos masivos y con acciones promocionales en ferias y encuentros internacionales, destinadas principalmente a los intermediarios del sector, como operadores y agentes de viajes.

Las campañas publicitarias buscan atraer a turistas de todo el país y el extranjero, mientras que las promociones en ferias

tienen como objetivo fortalecer mercados como Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y las provincias limítrofes, a nivel nacional, y Chile, Brasil, EEUU, Canadá, Europa y el resto de Latinoamérica, en el ámbito internacional.

Cabe destacar que muchas de las acciones promocionales que desarrolla la provincia se realizan en cooperación con otros organismos, como el INPROTUR, Visit Buenos Aires, Destino Argentina, los municipios y diversas instituciones que representan al sector privado de Mendoza,

En el caso de Mendoza, un placer, la campaña publicitaria de otoño consiste en un sistema compuesto por material audiovisual y gráficas para medios tradicionales y redes sociales.