

La región sur de Mendoza, protagonista de una nueva estrategia turística

19/12/2024



El sur de Mendoza ha tomado un papel central en la nueva campaña de promoción turística que presentó el Ente Mendoza Turismo (Emetur). Según explicó su vicepresidente, Cynthia Maggioni, el objetivo es mostrar las particularidades de cada región mendocina de manera específica, comenzando por San Rafael, General Alvear y Malargüe. “La campaña consiste en sumar a todo lo que ya veníamos haciendo, pero con un enfoque particular. Vamos a promocionar cada región de la provincia destacando sus atractivos, productos y experiencias”, afirmó Maggioni a Diario San Rafael y FM Vos 94.5.

En esta primera etapa, el trabajo de recopilación de material audiovisual se centró en lugares emblemáticos del sur, como Valle Grande y Los Reyunos en San Rafael, con el apoyo de cámaras de turismo y prestadores locales. “Estas decisiones no se toman de manera aislada, sino en acuerdo con el sector

privado. Son ellos quienes sugieren qué lugares y experiencias deben ser destacados en cada etapa”, explicó.

La campaña, que incluye difusión en redes sociales y acuerdos publicitarios en provincias vecinas, busca atraer a turistas cercanos mediante una oferta clara y segmentada. “Es importante que el material llegue a la mayor cantidad de personas posible. Por eso invitamos a que todos lo compartan en sus redes sociales. Mientras más se difunda, más turistas conocerán lo que Mendoza tiene para ofrecer”, expresó Maggioni, quien subrayó que el primer video de la campaña ya comenzó a circular el pasado fin de semana.

El enfoque regionalizado también responde a una necesidad histórica de promover zonas específicas que, según la funcionaria sanrafaelina, no siempre han recibido la misma visibilidad que los destinos tradicionales de Mendoza. “Cuando promocionamos la provincia de manera general, a veces San Rafael queda relegado. Esta campaña busca revertir eso, mostrando cada región con su nombre y apellido”, destacó.

La planificación no se limita al sur provincial. En futuras etapas, la campaña se expandirá hacia otras regiones como Valle de Uco, la zona este, el área metropolitana y Alta Montaña, cada una con sus características particulares. “Queremos que todos los destinos sean reconocidos por sus identidades únicas. Este es solo el inicio, y esperamos seguir desarrollándolo durante todo el año que viene y el resto de la gestión”, comentó la funcionaria.

Otro aspecto destacado de la iniciativa es el estrecho trabajo conjunto con prestadores turísticos registrados en el ente provincial. “Ellos son parte activa del proyecto. Nos reciben en sus lugares y productos, ayudándonos a tomar el material necesario para la promoción”, señaló Maggioni, quien agregó que la campaña no busca reemplazar las acciones ya realizadas, sino complementarlas. “Esto no quita nada de lo que venimos haciendo a nivel nacional e internacional. Es un esfuerzo adicional que suma valor al trabajo existente”.

La funcionaria también remarcó el impacto positivo que esta iniciativa puede tener en la economía local. “Más turistas

significan más empleos y más actividad económica en nuestra provincia. Sabemos que este tipo de promoción es clave para seguir creciendo como destino”, afirmó.

Los materiales generados en San Rafael estarán disponibles a partir de la próxima semana, una vez concluida su edición. La idea es que este contenido, adaptado a las características de cada región, sirva como una herramienta efectiva para atraer visitantes y fortalecer la actividad turística. “Invitamos a toda la prensa y a los ciudadanos a que lo compartan en sus redes. Este es un esfuerzo de todos para mostrar lo mejor de Mendoza”, dijo Maggioni.