

San Rafael refuerza su presencia turística con acciones promocionales en la costa atlántica

14/12/2025



La Dirección de Turismo realizó una serie de actividades en Mar del Plata, Villa Gesell, Mar de las Pampas y otras localidades balnearias, con el objetivo de fortalecer la marca San Rafael e impulsar la próxima temporada estival mediante acciones conjuntas entre el sector público y privado.

La Dirección de Turismo del municipio llevó adelante una intensa agenda de promoción en distintos puntos de la costa atlántica, en el marco de una estrategia que busca consolidar la presencia de San Rafael como destino nacional y ampliar su oferta turística de cara a la temporada que se avecina. La directora del área, **Victoria Contardo**, describió el detalle del trabajo que se viene realizando y destacó la importancia

de las acciones coordinadas entre el ámbito estatal y los prestadores locales.

La funcionaria explicó que el equipo viajó a diversas ciudades balnearias con la finalidad de acercar la marca San Rafael a un público masivo que, en gran parte, ya reconoce al departamento por su naturaleza, sus paisajes y el crecimiento de sus bodegas y propuestas gastronómicas. **“Estuvimos por la costa promocionando la marca San Rafael, nuestro destino turístico”**, detalló a **Diario San Rafael** y **FM Vos 94.5**. Agregó que el itinerario incluyó varias jornadas de actividad: **“Estuvimos por Mar del Plata, dos días en Mar del Plata, dos días en Villa Gesell y Mar de las Pampas”**.

Durante cada presentación, el equipo mostró material informativo, llevó productos regionales y coordinó actividades junto al sector privado, que aportó vinos y artículos típicos para degustaciones. En ese sentido, Contardo remarcó la importancia del trabajo integrado: **“Hemos hecho parte de la costa con presentación de destinos, llevando nuestros productos, una acción pública y privada, los privados aportando sus vinos, sus productos”**.

Consultada sobre la organización de estas acciones, la directora subrayó que existe una planificación que se sostiene durante todo el año. **“Es un trabajo que se viene haciendo en conjunto”**, explicó, y afirmó que los vínculos se generan tanto en encuentros nacionales como en espacios de capacitación. **“Por ejemplo, hay encuentros en municipios turísticos en el país, foros nacionales de turismo donde siempre hacemos contactos”**, señaló. También describió que la combinación de atractivos entre el mar y los paisajes del sur mendocino impulsa nuevas alianzas: **“El mar es la combinación perfecta nuestra. Tenemos ríos, montañas con el mar”**.

La funcionaria indicó que cada viaje incluye un plan de prensa cuidadosamente preparado: **“Acá hacemos una acción, cuando vamos a viajar programamos todo lo que es prensa para salir en**

notas, en diario, en radios". A esto se suman las rondas de negocios que realizan los operadores turísticos, con el fin de generar vínculos comerciales que luego se traducen en reservas y propuestas ampliadas. "Digo que las acciones siempre son en conjunto", insistió Contardo.

Uno de los aspectos centrales de estas campañas es el contacto directo con la gente que se acerca a los stands. A partir de las consultas, percepciones y encuestas, la Dirección de Turismo pudo identificar intereses claros del público. **"Lo que venimos viendo, que esto también se trabajó con la marca, con encuestas que hacíamos, siempre es muy conocido por Cañón del Atuel, toda nuestra naturaleza"**, expresó. A su vez, destacó el fortalecimiento de nuevos ejes turísticos: "Estamos trabajando en nuestra gastronomía y nuestras bodegas".

La funcionaria sostuvo que los visitantes identifican con claridad los atractivos que históricamente ubicaron a San Rafael entre los destinos más elegidos del país. **"Creo que San Rafael está consolidado con toda la parte de Los Reyunos, Valle Grande"**, afirmó, al mismo tiempo que insistió en la necesidad de sumar propuestas, especialmente vinculadas a experiencias gastronómicas y enoturísticas. Según explicó, esta tendencia responde a la búsqueda de vivencias más personalizadas: "Hoy en turismo se dice que el pasajero viaja por buscar una experiencia".

Entre los avances más destacados, Contardo mencionó que distintas bodegas locales han logrado reconocimiento en competencias internacionales. **"Las bodegas están trabajando bien, han ganado un premio"**, señaló. Para ella, esa calidad impulsa la obligación de visibilizar lo que se produce en el departamento: "Creo que tenemos buenas cosas para ofrecer y hay que mostrarlas".

Durante la conversación, también analizó el nivel de conocimiento que el público tiene sobre el departamento y su diferencia respecto de otras zonas de la provincia. Contó que

el lanzamiento de la marca San Rafael permitió medir la percepción externa. “La marca está consolidada un 60% con la mayoría de la gente”, afirmó. Remarcó que la identificación es clara: “La mayoría nos conoce”. Aunque todavía existen casos aislados donde se confunde algún atractivo con localidades del norte, el trabajo sostenido ha dado resultados importantes.

Para Contardo, la clave está en mantener una propuesta variada que motive el deseo de regreso. **“Es un destino que no defraudamos, un destino que siempre da para volver”**, sostuvo. En esa línea, enfatizó la importancia de continuar expandiendo opciones: “Tenemos que ofrecer más cosas para que esa persona que viene vuelva con más cosas para hacer como experiencia”.

La directora valoró el compromiso del sector privado, el acompañamiento institucional y el impacto que tienen estas acciones a lo largo de los meses previos a la temporada. Consideró que cada presentación refuerza la visibilidad de San Rafael y estimula a potenciales turistas a considerar el destino. Afirmó que el esfuerzo compartido es fundamental para que el departamento siga creciendo en materia turística y continúe siendo una referencia a nivel nacional.