

Turismo: buscan replicar estrategias de Puerto Madryn y El Calafate para posicionar a San Rafael en el exterior

05/02/2021

Días atrás estuvo en nuestro departamento la Secretaria de Promoción Turística de la Nación, Yanina Martínez, quien destacó la intención de empezar a proyectar a San Rafael hacia el turismo internacional. En este marco, según pudo saber nuestro diario, el objetivo apunta a emular otros destinos exitosos en materia de visitantes extranjeros como los son Puerto Madryn y El Calafate.

En los últimos años nuestro departamento ha mostrado una gran capacidad de captar turistas del mercado interno y este año eso se ha reflejado en los números. En enero llegaron más de 80 mil visitantes y el destino se consolidó como el más importante de Mendoza, lo que lo ubicó entre los 20 puntos más visitados del país.

Ahora el desafío es avanzar en el turismo internacional, un segmento que representa apenas una pequeña porción para un departamento que tiene un gran potencial para recibir visitantes de otras partes del mundo.

La promesa de Nación, según comentó Gabriel Bessone, titular de la Cámara de Turismo local, fue «visibilizar el destino en las campañas que Argentina hace fuera del país, con estáticas en aeropuertos y que aparezca el destino con la misma fuerza y a la par de un Calafate o Puerto Madryn, -por ejemplo- para atraer extranjeros».

Puerto Madryn en Chubut se ha consolidado en turismo internacional gracias a sus atractivos como el avistaje de ballenas y fauna acuática, el buceo. España, Francia y Chile son los países de los que provienen la mayoría de los

visitantes extranjeros.

En El Calafate aproximadamente el 50% de sus visitantes llega del extranjero. De esta manera se convierte en el segundo destino turístico argentino más visitado por los extranjeros, detrás de la ciudad de Buenos Aires.

Sin dudas, se trata de un plan muy ambicioso para poder avanzar de aquí al futuro, pero –lo cierto- es que para lograrlo se debe avanzar en algunos puntos. Es por eso que se tratará de avanzar en el tema del costo de los vuelos e incluso conseguir financiamiento para mejorar la infraestructura (principalmente el aeropuerto) y lograr mayor conectividad.

Uno de los potenciales de San Rafael es que cuenta con una zona urbana pintoresca, sin grandes edificios ni con la contaminación de las grandes urbes, y a su vez con encantos naturales a pocos kilómetros del centro de la ciudad.

De aquí a futuro el desafío será consolidar la marca San Rafael a nivel nacional, pero también exportarla y ofrecerla al mercado mundial. «Tiene todas las características para que eso suceda», explicó días atrás la funcionaria nacional.