

## Contreras le presentó al EMPROTUR las acciones que se llevarán adelante desde el área

martes, 13 de enero de 2009

El ministro de Turismo de Río Negro Omar Contreras recibió en la sede del organismo en Bariloche a los integrantes del Ente de Promoción Turística de esa ciudad (EMPROTUR), en la oportunidad se abordaron temas inherentes al accionar del Ministerio y a las diferentes áreas públicas y privadas de la región, relacionadas a la actividad turística con previsiones de trabajo a corto y mediano plazo.

Allí se presentó por parte del Ministerio un completo plan de acciones referido a publicidad, promoción y concurrencia a ferias nacionales e internacionales previstas para este año. Bariloche fue la primera ciudad del país en tener una herramienta como Emprotur, Ente que se financia básicamente con el aporte local y el dinero aportado desde la provincia. En el marco de las acciones comunes Emprotur-Ministerio de Turismo, se buscará incrementar el público general en un 1,5% en el año 2009, y en un 3,5% en el año 2010. Todo el trabajo programado se proyecta en acciones conjuntas con el Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro y con la Secretaría de Turismo de la Nación. En cuanto a la captación de turistas del vecino país Chile, se intensificarán las promociones con importantes medios de comunicación de ese país tanto de gráfica como de televisión incluso a la Televisión Nacional de Chile para imponer el destino Bariloche. Siempre en el ámbito internacional se participará en la Feria de Turismo de Madrid, España (FITUR), entre el 28 de enero y el 01 de febrero. Los mercados sobre los que se trabajará los próximos dos años son los prioritarios, como Argentina, Brasil, Chile, Méjico y España; así como los estratégicos: Estados Unidos, Israel, Colombia, Ecuador, Alemania y Uruguay. Lo propio se hará con los mercados potenciales constituidos por Francia, Venezuela, Italia y Portugal. Con respecto a la promoción a nivel nacional se dividirá al país en dos grandes regiones: el sur, hasta Tierra del Fuego, en donde se difundirán y captarán turistas para la Costa Atlántica, Bariloche y el Bolsón, y el Norte con el Oeste de la provincia de Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Mendoza y Santa Fe y Neuquén ofertando los diferentes destinos de montaña que posee Río Negro. Las líneas de trabajo del Emprotur se verán acompañadas de planes de comunicación destinados a la industria del turismo y al público final, y la participación de Bariloche en el contexto de la marca Patagonia y Argentina. El Plan de Comunicación buscará aumentar el valor de la marca Bariloche integrando cada uno de los mensajes y creando un estilo propio de comunicación. Se comunicarán valores específicos destinados a los turistas y a los profesionales de turismo. Las estrategias y programas de comunicación para el mercado Argentina diagramadas en conjunto entre el Ente y el Ministerio tendrán como objetivo focalizar los trabajos en medios masivos de comunicación para presentar la ciudad, trabajar en cartelera urbana en las principales ciudades del interior; participar en las principales ferias del sector y ferias temáticas; reiterar las caravanas de promoción del verano e invierno, sumando acciones en diferentes zonas del país. Para el 2010 se focalizarán las acciones sobre el público final. En la cartelera de actividades programadas en la ciudad de Bariloche, se destacan: la Cumbre Mundial de Tango, el Congreso de Agentes de Viajes y la Fiesta nacional de la Nieve. Bariloche recibe turistas desde distintos mercados. La distribución actual de los mercados emisores a Bariloche corresponde al turismo nacional 63%, 20% de los países limítrofes y el 17% del resto del mundo. El objetivo principal del plan de promoción será aumentar la cantidad de turistas que llegan a Bariloche y los días de pernocte y gastos promedio de los mismos, con el objetivo de continuar posicionado los valores turísticos que posee la ciudad y la región. El ministro Contreras sostuvo al respecto que "la gestión actual de gobierno tiene como objetivos promover el desarrollo de los recursos turísticos; desarrollar estrategias de promoción; generar y promover productos turísticos durante las bajas temporadas para contribuir a la desestacionalización y fomentar nuevos productos que logren diversificar la oferta turística". La gestión turística actual en Río Negro está definida por el rol del Estado como orientador e impulsor del desarrollo turístico para trabajar en contacto con los sectores relacionados directa y/o indirectamente a la actividad turística.