

Bariloche lidera el regreso del turismo post-pandemia

lunes, 18 de octubre de 2021

El último fin de semana largo la ciudad llegó al 98% de ocupación, con la llegada de más de 30.000 turistas. El evento gastronómico Bariloche a la Carta fue un gran atractivo, que Bariloche promovió con inteligencia. Con meses invertidos en giras, ferias y campañas, la planificación de la promoción fue la clave del éxito.

“Las casualidades no existen, decía mi tía Nelly, y como en casi todo creo que tenía razón”. Así reflexionaba el intendente de Gustavo Gennuso, cuando en los días posteriores lo llamaron de decenas de medios nacionales para explicar el éxito de visitas que vivió la ciudad durante el fin de semana largo del 8 al 11 de octubre.

Lo cierto es que la ciudad -capital indiscutida del turismo patagónico pero también una de las más castigadas por la pandemia por la suspensión de su principal actividad productiva- lideró todos los rankings y superó las expectativas aún de los más optimistas: Bariloche recibió a más de 30.000 turistas en 4 días, que llegaron en los más de 15 vuelos diarios que tuvo el destino. Con un 98% de ocupación de las plazas en hotelería, la ciudad generó más de 660 millones de pesos, una inyección de ingresos más que vital para una economía golpeada por la falta de turismo, primero suspendido y luego autorizado pero con diversas restricciones producto de la situación sanitaria.

Gennuso encuentra la explicación en el arduo trabajo de planificación, gestión y promoción que realizó Bariloche, en un trabajo de coordinación inédito entre el sector público y el privado, uniendo más que nunca el esfuerzo de la Secretaría de Turismo municipal, el Emprotur (Ente Mixto de Promoción Turística), las cámaras locales de Turismo y de Comercio, la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y los sindicatos vinculados al sector, en un permanente contacto con el Gobierno Provincial y la Nación.

“Aún en los más oscuros de los tiempos pandémicos seguimos trabajando para que nuestra principal actividad económica pueda regresar a dar trabajo a la comunidad -sostiene el intendente-. Nunca bajamos los brazos y cuando la realidad nos proponía quedarnos adentro, usamos el tiempo para planificar, gestionar y comenzar a ejecutar. En todo momento nos reunimos con el sector privado para juntos acordar estrategias camino a la resurrección laboral”.

Bariloche fue, en diciembre de 2020, punta de lanza en la reactivación del turismo: la ciudad focalizó el esfuerzo en la realización de una “prueba piloto” de regreso de los turistas, en cantidades moderadas, con minuciosos protocolos de prevención y apuntando a los visitantes rionegrinos. La incertidumbre era mucha, y los ojos del país se posaron en la ciudad: la experiencia fue muy positiva y habilitó un espíritu de confianza que de a poco se fue fortaleciendo.

“Empezaron a hacernos sentir que había un camino a transitar”, recuerda Gennuso. A esas primeras semanas de diciembre le siguieron entonces las giras por localidades de Río Negro para promocionar la Navidad en Bariloche, otro de los eventos con los que la ciudad contaba para atraer miles de turistas antes de la pandemia. “Ni bien se pudo empezamos a visitar centros de promoción de todo el país, hicimos campañas promocionales muy amplias buscando el público nacional”, cuenta el intendente. En enero se realizó una edición especial de verano de Bariloche a la Carta (suele realizarse en octubre, pero en 2020 había sido imposible hacerlo) y nuevamente se demostró que la ciudad podía abrir sus puertas de manera cuidada y segura. Los turistas empezaban a querer volver.

Hay que decirlo: era una apuesta grande, pues implicaba invertir en planificación y promoción cuando aún no se sabía qué iba a suceder con la situación sanitaria del país. La expansión de la variante Delta en Estados Unidos y Europa amenazaba con llegar a la Argentina. La campaña de vacunación nacional avanzaba a buen paso, pero no había garantías para nadie. Aquellos 9 días de restricciones de mayo eran ominosos para muchos.

Mientras algunos destinos turísticos argentinos dudaban, Bariloche puso la energía en esa apuesta, confiando en la trayectoria de la ciudad para hacer frente a desafíos anteriores (uno de los más recientes, la erupción del Cordón Caulle en 2011). “Era nuestra forma de decir ‘estamos vivos, Bariloche sigue adelante’, que no se olviden de nosotros y poder seguir mostrándoles el brillo de nuestra localidad”, rememora Gennuso.

La ciudad volvió a convocar a los turistas para su tradicional Fiesta del Chocolate, que aún con restricciones y modificaciones volvió a ser un éxito de visitas. Gennuso y el sector turístico profundizaron a partir del otoño la participación en ferias y eventos promocionales -como la Feria Internacional de Turismo (FITUR) realizada en Madrid en mayo-, acuerdos de promoción turística mutua con localidades del Alto Valle rionegrino y de la provincia de Neuquén, giras con atractivos y “photo opportunities”, descuentos y facilidades, gestiones de incremento de la conectividad aérea, capacitaciones a operadores turísticos y la incorporación de nuevas acciones de visibilización a través de redes sociales y medios de comunicación que llegaron incluso a la Copa América 2021.

“Preparamos el invierno en medio de la segunda ola de Covid, pero con la fe puesta en que después del esfuerzo enorme que nos impusimos para bajar los efectos de la pandemia íbamos a poder tener visitantes -destaca el intendente Gennuso-. En julio nos jugó una mala pasada la nieve, pero aún así la gente quiso venir. Y salimos nuevamente localidad por localidad a buscar visitantes para la Fiesta Nacional de la Nieve, que se realizó con una ciudad llena de alegría pero también con mucho respeto por los aforos y medidas de prevención”. Bariloche liderando el ranking de reservas en el programa nacional PreViaje fue la confirmación de esta tendencia positiva.

Todo este trabajo, que llevó tantos meses de logros incrementales, se cristalizó durante este pasado fin de semana largo de octubre, y el aglutinante fue el evento gastronómico Bariloche a la Carta, que ya se hizo un nombre en el calendario de eventos nacionales e incluso a nivel internacional. La edición 2021 de BALC, la 8º de la historia de este atractivo de media estación, fue un faro que iluminó la ciudad. “Por eso decimos que no es una casualidad que el BALC se haya colmado de gente y que Bariloche haya estado llena de carteles de ‘No hay lugar’ después de tantas dificultades. Fue fruto de un trabajo duro al que se le puso mucha fuerza y esperanza cuando todo indicaba que esos atributos se habían perdido”, resume Gennuso.