

Ñuble impulsa campaña turística para mejorar posicionamiento a nivel nacional

REGIÓN. La iniciativa, que tendrá una inversión de \$135 millones, busca fortalecer la visibilidad de la región mediante medios digitales, publicaciones y acciones promocionales.

Felipe Placencia
cronica@cronicachillan.cl

El Servicio Nacional de Turismo, Senatur, de la Región de Ñuble, invertirá \$135 millones para ejecutar una campaña comunicacional orientada a posicionar a la Región de Ñuble como un destino turístico atractivo a nivel nacional.

La iniciativa, publicada el pasado 4 de marzo en Mercad Público, contempla una serie de acciones promocionales que incluyen apariciones en medios de comunicación, plataformas digitales y publicaciones especializadas.

El objetivo es instalar a Ñuble en la mente del público objetivo, destacando sus experiencias turísticas y potencial como destino.

De acuerdo a los antecedentes del proceso, la campaña busca ampliar el alcance de la oferta regional mediante estrategias de difusión que permitan llegar a audiencias específicas, fortaleciendo así la competitividad del territorio en el escenario turístico nacional.

El plazo para participar en esta convocatoria se extenderá hasta el próximo 24 de marzo, fecha en la que se cerrará el proceso de postulación para las empresas interesadas en ejecutar el plan.

Este tipo de iniciativas se enmarca en los esfuerzos por reactivar y potenciar el turismo en Ñuble, una industria clave para la economía local, especialmente en temporadas donde la región compite con otros destinos consolidados del país.

\$135 millones destinará el Servicio Nacional de Turismo en Ñuble a una campaña de promoción de la región.

6 destinos consideraría por lo menos la actividad de promoción que se espera realice el sector público,



PAISAJES TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE ÑUBLE, PARTE DE LA OFERTA QUE BUSCA SER POSICIONADA A NIVEL NACIONAL MEDIANTE UNA NUEVA CAMPAÑA.

Cabe recordar que la evaluación que hicieron las cámaras de turismo de la Región de Ñuble de la última temporada estival fue dispar.

El presidente de la Cámara de Comercio, Turismo y Desarrollo de Cobquecura, Francisco Maldonado, aseguró hace unas semanas que “el balance para nosotros es positivo”, pese a que inicialmente existía preocupación por el impacto de los incendios en la llegada de visitantes.

Mientras que el presidente de la Cámara de Turismo de Quillón, Hans Hube, sostuvo que “tema de turismo acá no lo estamos terminando bien”.

ÑUBLE TIENE MUCHO QUE OFRECER

Precisamente, tras ser consultado, Hube reaccionó a esta inversión que realizará Senatur Ñuble para el posicionamiento a nivel nacional de la región. “Creo que como destino hay que evaluar si efectivamente lo que se gastó, digamos, lo que se utilizó como campaña promocional del destino fue suficiente o no. Porque ese valor es del año



ACTIVIDAD TURÍSTICA EN ÑUBLE DURANTE LA TEMPORADA ESTIVAL.

pasado, según tengo entendido, y estaría como replicado para para este año”.

Continuó diciendo que “que Sernatur tiene una labor y una tarea súper importante, porque tiene que obviamente darle auge a los destinos, que son seis destinos en la región, para que podamos ser visibilizados en todo el país y afuera del país. Por eso es importante el nivel promocional. Esto va a ser materializado, como debes saber, en los aeropuertos, en el metro de Santiago, en los buses, en va-

rias otras partes también, para de alguna forma promocionar, incentivar el viaje hacia Ñuble. Porque Ñuble tiene mucho que mostrar”.

IMPULSO

A juicio Hube, “como destino nosotros estamos muy capa caídas por los incendios que nos afectaron y nos dejaron al debe en todas nuestras actividades promocionales de turismo. Inicialmente te había comentado que partió súper bien en enero, pero justo los incendios que fueron el 18 nos

produjeron muchos daños. Y eso se reflejó en una caída, obviamente, de la demanda por hospedaje”.

El representante de los empresarios turísticos de Quillón recordó que “la Municipalidad intentó, a través de una reprogramación de actividades, remontar esto. No pudimos llegar a tener los resultados que hubiéramos querido esperar”.

De acuerdo Hube, a los recursos que se destinan, indico que “si bien es cierto, la región en sí tiene un presupuesto muy acotado, a diferencia del año pasado, este año según las informaciones que tengo son \$85.700 millones, lo cual viendo los valores de actualización monetaria estaríamos con menos recursos”.

Por ende, de acuerdo a su apreciación, “hay que hacer un esfuerzo doble, en tratar de mejorar la capacidad de promoción del destino Quillón y tener confianza en que las políticas regionales, en conjunción con las nacionales, nos van a permitir remontar. No nos olvidemos que en noviembre de este año

“Creo que como destino hay que evaluar si efectivamente lo que se gastó, digamos, lo que se utilizó como campaña promocional del destino fue suficiente o no”

Hans Hube
Empresario

tenemos el Campeonato Sudamericano de Canotaje y Paracanotaje, y en ese plano nosotros ya estamos en conversaciones”.

Hube detalló que se efectuó “una reunión con la Cámara de Comercio y vamos a tener próximamente otra reunión más ampliada con todas las organizaciones sociales y asociaciones para ver qué es lo que podemos hacer, de qué manera podemos enfrentar nosotros la situación turística que se nos viene”.

Agregó que “obviamente que si la Municipalidad nos presta colaboración sería mucho mejor, fantástico, porque a través de la Municipalidad se pueden apalancar recursos que vayan en directa relación al desarrollo, promoción e incentivo de promocionar el destino Quillón. Eso es lo que te podría informar respecto al valor de promoción”.

CONSIDERACIÓN

Una voz respetada en el sector turístico es la del empresario Andrés Paquien. “Desconozco como será la campaña. Debería considerar a todas las comunas de Ñuble. Cada una tiene algo que ofrecer. Quillón su laguna sus vinos, sus licores especiales, la atención en las viñas, su clima que favorece la producción de frutas y hortalizas”.

“Si es campaña internacional deberá promover La Cordillera de Ñuble que invita a los esquiadores y amantes de la nieve”, opinó el empresario Paquien finalizó diciendo que “parte de esos recursos se puedan distribuir para los programas con subsidio para adultos mayores, que ayuda mucho, porque da trabajo en temporada baja a empresarios turísticos y sus trabajadores”. <3