

Campaña busca posicionar a Viña como atractivo turístico

PROPUESTA. “Visita Viña” es el nombre de la iniciativa que cuenta con un spot de TV y varios eventos para el verano.

Equipo Crónica
ciudades@mercuriovalpo.cl

La Municipalidad de Viña del Mar ya se está preparando para la temporada estival mediante el plan turístico “Visita Viña”, con el cual pretende continuar con la reactivación económica del comercio local y atraer una gran cantidad de visitantes de todo Chile y el mundo. Un spot televisivo en distintos canales, show de Año Nuevo y otras diversas actividades son parte de los atractivos de este ambicioso proyecto.

“Hemos preparado una robusta campaña para que la ciudad muestre todos sus atributos, (...) en diversas plataformas que utilizaremos en un inédito plan estratégico de po-

sicionamiento de la comuna como destino predilecto para el mundo entero”, anunció la alcaldesa de la Ciudad Jardín, Macarena Ripamonti.

En este sentido, la jefa comunal recalcó el trabajo mancomunado que han hecho con quienes serán los más beneficiados con el programa.

“La colaboración con los gremios turísticos y hoteleros ha sido fundamental, y el trabajo conjunto ha generado grandes expectativas para el cierre del año y la temporada estival que se avecina. La ciudad está avanzando, Viña del Mar se está convirtiendo en un pilar importante en la reactivación económica del país. Estamos comprometidos en impulsar un desarrollo económico integral para toda la ciudad”.

“Hemos preparado una robusta campaña para que la ciudad muestre todos sus atributos (...) en diversas plataformas que utilizaremos”.

Macarena Ripamonti
Alcaldesa de Viña del Mar

PANORAMAS

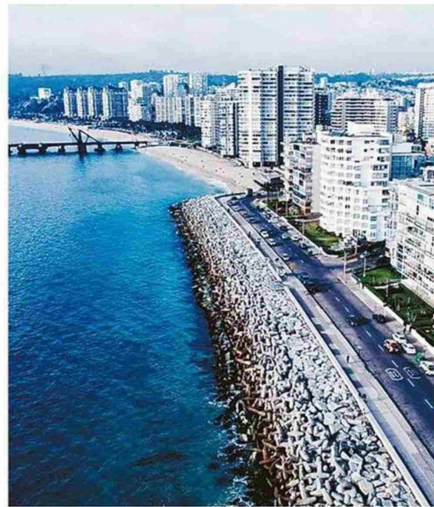
Entre los eventos y actividades que se tienen planeados para el verano, desde el municipio viñamarino destacan la reapertura del Teatro Municipal, que contará con presentaciones artísticas, el uso de la Quinta Vergara como punto de encuentro de emprendedores y escenario para el inédito cierre de la Teletón, un show de celebración de año nuevo en el Estadio Sausalito y algunas intervenciones urbanas que buscarán potenciar la experiencia para los turistas.

Según explicó el director de Turismo de la ciudad, Pablo Pizarro, el programa “Visita Viña” tiene en cuenta tres focos principales. “El primero son las actividades y panoramas de gran convocatoria todo el año; el segundo es potenciando nuestra web www.visitaviña.cl, donde se puede encontrar la mayor cantidad de eventos y actividades. Y tercero, hemos hecho un gran esfuerzo para tener un nuevo, mejorado y más cautivante spot ciudad, que muestre los atributos de la comuna en canales de TV abierta y la señal internacional junto a otros medios y plataformas”, puntualizó.

ACEPTACIÓN

Este plan ha generado buenos comentarios en el rubro comercial de Viña del Mar, al ser una buena chance de continuar reponiéndose de los efectos negativos de la crisis sanitaria.

“Me parecen súper bien es-



VIÑA DEL MAR DESARROLLA ESTRATEGIA PARA CAUTIVAR EL TURISMO.

tas campañas, como hoteleros pequeños necesitamos, más que nunca, el apoyo del municipio, pues ya viene la temporada estival y porque somos un gremio muy dañado por el efecto pandemia. Muchos estamos con deudas, reinventándonos, entonces solos no podríamos”, valoró María Soledad San Martín, representante de la Asociación Viñamarina

de Empresas Turísticas (AVET), quien relevó que ya están viendo efectos positivos, especialmente por la realización del show de Año Nuevo.

“Es un impulso súper positivo que nos ha permitido tener entre un 5 y 10 por ciento de reserva anticipada de los clientes. Eso nos ayuda mucho, porque nos da certeza de que sí va ocurrir”, expresó. **CS**