

Campaña internacional para promocionar la Costa Cálida más allá de la temporada alta

La Consejería de Turismo murciana da luz verde al proyecto, que comenzará en el último trimestre del año y que pretende posicionar el Mar Menor como destino turístico más allá de los meses de verano

La Región de Murcia "está viviendo uno de sus mejores veranos en lo que a llegada de turistas extranjeros se refiere", destacó hoy el consejero de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo, Juan Hernández, que aportó los datos de los primeros seis meses del año, en los que viajaron a la Región 452.412 turistas extranjeros, 93.818 más (un 29,1 por ciento) que en el mismo periodo del año anterior, en el que se registraron 358.594 turistas.

La Consejería, a través de Instituto de Turismo, va a llevar a cabo una campaña internacional para promocionar la Costa Cálida y la zona del Mar Menor, logrando así combatir la estacionalidad, mejorar la percepción del destino e incrementar el volumen de extranjeros que visitan la Región. El proyecto comenzará el último trimestre del año y su convocatoria pública será el próximo mes, con una inversión de 300.000 euros.

La campaña internacional está destinada a Reino Unido (principal mercado de la Región) y países nórdicos y persigue un posicionamiento internacional de destino a través de los productos que más encajan en cada mercado, "así como combatir la estacionalidad, incidiendo no sólo en las temporadas puramente vacacionales, sino llegando también a los meses más bajos, lo que incentiva la ocupación durante todo el año mejorando los beneficios económicos y de empleo", según destacó el consejero Juan Hernández, quien hoy mantuvo un encuentro con representantes del sector hostelero del Mar Menor junto a la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego.

También se busca mejorar la percepción del destino en la mente del consumidor, así como el incremento del volumen de extranjeros que visitan la Región de Murcia. El objetivo marcado para 2016 es alcanzar la cifra de 925.000 turistas extranjeros, lo que supone un 7,3 por ciento más que en 2015.

Hernández destacó que la campaña de publicidad 'online' se plantea para "los meses en los que los extranjeros empiezan a pensar en sus próximas vacaciones, precisamente con el objetivo de incidir en la mente del consumidor en el momento de decisión de la compra, esto es, entre enero y febrero, que es cuando tiene lugar un 40 por ciento de las reservas vacacionales en los países a los que va dirigida la campaña".

Este año, y en base a la coyuntura internacional, "se considera imprescindible llevarla a cabo en mercados como Reino Unido, donde el fenómeno del Brexit ha levantado las alarmas en el principal mercado internacional para la Región de Murcia". De hecho, durante el primer semestre del año, Reino Unido fue el principal país emisor de turismo extranjero hacia la Región con 210.840 turistas, aportando el 46,6 por ciento del total.

Aunque la campaña de publicidad 'online' va dirigida a público final, el Instituto de Turismo informará de la realización de la misma "a todos los turoperadores que venden nuestro destino en los mercados emisores". "Al ser una campaña 'online' todo aterriza en www.murciaturistica.es, donde se habilita un enlace directo a los turoperadores que programan la Región, facilitando así el canal de venta al usuario interesado en nuestro destino", añadió el consejero.

La nueva campaña internacional se une a las acciones puestas en marcha por la Consejería relacionadas con "fortalecer la demanda turística regional incrementando su grado de internacionalización para sacar provecho de las nuevas oportunidades, diversificando mercados y construyendo ventajas competitivas", señaló Hernández, quien subrayó que las acciones vinculadas al turismo "redundan en la creación de empleo de calidad".

Gasto extranjero

Durante los seis primeros meses del año 2016 se ha registrado una distribución del gasto según países más equilibrada que en años precedentes. Así, el Reino Unido, que fue el país emisor extranjero que mayor gasto turístico generó en la Región con 189,5 millones de euros, lo que supuso el 41,6 por ciento del total frente al 44,1 por ciento en 2015.

Los turistas de Francia duplicaron su gasto en la Región hasta los 60,2 millones de euros, situando a este mercado emisor como el segundo en términos de gasto con una cuota que pasa del 8,5 por ciento en 2015 al 13,2 por ciento. Los Países Nórdicos, con 36,7 millones, ocupan el tercer lugar en lo que va de año con un peso del 8,1 por ciento. Países Bajos ha sido el cuarto mercado para la Región, pasando a ser el responsable del 7,0 por ciento de los ingresos por turismo extranjero, desde el 3,6 por ciento del año anterior, seguido por Alemania, Bélgica e Irlanda.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de la CARM

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Murcia Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>