



UN NUEVO MODELO TURÍSTICO PARA LA REGIÓN DE MURCIA

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

REGIÓN DE MURCIA

2022-2032





**VISIÓN ESTRATÉGICA
PRINCIPALES EJES DE ACTUACIÓN**

VISIÓN ESTRATÉGICA. PRINCIPALES EJES DE ACTUACIÓN

ESTRATEGIA 1

MEDIDAS DE URGENCIA PARA EL RESCATE Y REACTIVACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL

PLANES DE RESCATE AL SECTOR TURÍSTICO Y HOSTELERO

Líneas de ayudas: 74 millones euros.

Fondos europeos Next Generation.

Sello de calidad 'Turismo Seguro'.

Capital Española de la Gastronomía, Seguro Covid-19, 'Bono turístico', 'Visitas guiadas gratuitas',...



VISIÓN ESTRATÉGICA. PRINCIPALES EJES DE ACTUACIÓN

ESTRATEGIA 2

RECONSTRUCCIÓN, CAMBIO ESTRUCTURAL E IMPULSO DE LA COMPETITIVIDAD

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

Renovación y revitalización de los destinos.

Extender los beneficios del turismo a todo el territorio.

Oferta experiencial de alto valor los 365 días del año.

Gestión de productos basada en la innovación colaborativa con el sector.

Digitalización, inteligencia y formación como instrumentos de competitividad.





1 RENOVACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

1. RENOVACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

RENOVACIÓN DE LOS DESTINOS MADUROS, CREACIÓN DE OFERTA Y MODERNIZACIÓN DE LA EXISTENTE

PLANES DE ACCIÓN EN DESTINOS

Captación de inversiones.

Estímulos a la inversión.

Gestión de fondos Next Generation de la U.E.

Actualización del marco jurídico para la renovación y el reposicionamiento de la oferta.



1. RENOVACIÓN Y REVITALIZACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

REVITALIZACIÓN DEL MAR MENOR: PROYECTO ESTRATÉGICO DEL PLAN GENERAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

OBJETIVOS

Posicionar la Costa Cálida y el Mar Menor como un eje estratégico del **TURISMO AZUL**:

SOL Y PLAYA + DEPORTES NÁUTICOS + PLAYAS DEPORTIVAS +
EVENTOS + NATURALEZA + CULTURA + GASTRONOMÍA

Potenciar la desestacionalización y la sostenibilidad.





2

**EXTENDER LOS BENEFICIOS DEL TURISMO
A TODO EL TERRITORIO**

2. EXTENDER LOS BENEFICIOS DEL TURISMO A TODO EL TERRITORIO



COHESIÓN TERRITORIAL A TRAVÉS DEL TURISMO

Conexión de destinos.

ADN TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Multiexperiencial, acogedor, de escala humana, no masificado, sostenible y seguro.

LAS EMPRESAS Y EMPRENDEDORES/AS PARTE FUNDAMENTAL EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS

Apoyo para construir un extenso catálogo de vivencias.

NUEVO PLAN DE ENOGASTRONOMÍA

Transversal y muy valorado por el turista.

IMPLICACIÓN DE LOS PROPIOS RESIDENTES EN EL DESARROLLO TURÍSTICO

Para reforzar la cohesión territorial, combatir la despoblación y avanzar en el desarrollo social y económico.



3

**OFERTA EXPERIENCIAL DE ALTO VALOR
LOS 365 DÍAS DEL AÑO**

3. OFERTA EXPERIENCIAL DE ALTO VALOR LOS 365 DÍAS DEL AÑO

NUEVO PLAN DE DESARROLLO DE PRODUCTOS

Metodología específica y compartida con el sector para la **detección, mejora y aceleración de productos turísticos paquetizables y comercializables.**

3 ÁREAS DE GESTIÓN

Categorización y priorización de producto.

Matriz producto /mercados: conectividades Aeropuerto.

Plan de Promoción anual.



3. OFERTA EXPERIENCIAL DE ALTO VALOR LOS 365 DÍAS DEL AÑO

PORFOLIO DE PRODUCTOS

TURISMO AZUL

CIUDADES, CULTURA Y PATRIMONIO

INTERIOR Y NATURALEZA

DEPORTE

ENOGASTRONOMÍA

SALUD Y BIENESTAR

MICE Y NEGOCIOS



3. OFERTA EXPERIENCIAL DE ALTO VALOR LOS 365 DÍAS DEL AÑO

ESQUEMA DINÁMICO DE PRODUCTOS: CON ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS.

PRODUCTOS TOP:

+ desarrollados y competitivos.

ESTRATÉGICOS:

De interés para el mercado. Complementan a los Top.

DE OPORTUNIDAD Y NICHOS:

Con potencial o dirigidos a mercados muy concretos.

A man and a woman are walking hand-in-hand on a stone staircase. The woman is wearing a light pink dress and the man is wearing a light blue shirt. They are standing in front of a large, ancient stone wall that curves across the background. The sky is a clear, deep blue. The overall scene is bright and sunny, suggesting a pleasant day at a historical site.

4

GESTIÓN DE PRODUCTOS BASADA EN LA INNOVACIÓN COLABORATIVA CON LOS AGENTES DEL SECTOR

4. GESTIÓN DE PRODUCTOS BASADA EN LA INNOVACIÓN COLABORATIVA CON LOS AGENTES DEL SECTOR

NUEVO SISTEMA DE GESTIÓN CON NUEVAS FÓRMULAS DE TRABAJO COMÚN

Ayudas y subvenciones; Oficina de Inteligencia Turística; Centro de Cualificación Turística y asesoramiento técnico.

Clubs de productos; mesas de trabajo y mesas de coordinación.



4. GESTIÓN DE PRODUCTOS BASADA EN LA INNOVACIÓN COLABORATIVA CON LOS AGENTES DEL SECTOR

TRABAJO COLABORATIVO CON LAS EMPRESAS

PLAN DE ACELERACIÓN EMPRESARIAL

Incentivar y mejorar el ecosistema empresarial.

PROGRAMA DE ACELERACIÓN EN LA CREACIÓN DE EXPERIENCIAS Y PRODUCTOS

Especialización, trabajo en red e intercambio de buenas prácticas.

COMERCIALIZACIÓN

Las experiencias y productos generados se trasladarán al mercado por medio de su incorporación al Plan de Promoción anual.



5

LA DIGITALIZACIÓN, LA INTELIGENCIA Y
LA FORMACION COMO INSTRUMENTOS
DE COMPETITIVIDAD



5. LA DIGITALIZACIÓN, LA INTELIGENCIA Y LA FORMACION COMO INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD

OFICINA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA REGIONAL 'SMART OFFICE'

Aúna el **conocimiento turístico**, el análisis de las **estadísticas** y las nuevas fuentes de **big data**, conformando un verdadero **asistente** para el desarrollo de nuevas estrategias de promoción, comercialización y gestión de los destinos.

Puesto a **disposición del sector**.



5. LA DIGITALIZACIÓN, LA INTELIGENCIA Y LA FORMACION COMO INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS DESTINOS A TRAVÉS DEL MODELO DTI

Apuesta por la implantación del **Destino Turístico Inteligente** como modelo de **gestión turística** y hoja de ruta, para la reactivación y transformación sostenible, segura, accesible e innovadora de los municipios.

Sensibilización y acompañamiento a los destinos en su transformación hacia del DTI.

Formación a los gestores de los DTI.

Gobernanza Participativa: Mesa DTI Región de Murcia.

Acciones de divulgación del modelo DTI regional.



5. LA DIGITALIZACIÓN, LA INTELIGENCIA Y LA FORMACION COMO INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD

DIGITALIZACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS. APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SECTOR TURÍSTICO

CUATRO ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

Transferencia tecnológica.

Integración de oferta turística en múltiples canales.

Apoyo a la comercialización on line de nuevos productos turísticos.

Desarrollo de **portfolios de soluciones tecnológicas** en colaboración con los colegios oficiales.



5. LA DIGITALIZACIÓN, LA INTELIGENCIA Y LA FORMACION COMO INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD

MAYOR EMPLEABILIDAD, CUALIFICACIÓN, EMPRENDIMIENTO Y ATRACCIÓN DE TALENTO

DESCENTRALIZACIÓN, DIVERSIFICACIÓN E INNOVACIÓN

MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD Y CUALIFICACIÓN PRACTICA

APOYO AL TALENTO Y LA ESPECIALIZACIÓN





UN NUEVO MODELO TURÍSTICO PARA LA REGIÓN DE MURCIA

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

REGIÓN DE MURCIA

2022-2032

