



La Región se posiciona como uno de los destinos favoritos de España para hacer turismo en familia

La Comunidad ha lanzado una campaña digital que estará activa hasta el próximo mes de diciembre y se difundirá en todo el ámbito nacional



Una familia navegando en el Mar Menor.



La Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes sigue avanzando en el impulso de la promoción de la Región como destino ideal para familias. En esta línea se sitúa la nueva campaña de alcance nacional que pone en valor toda la variedad de recursos turísticos regionales especializados y adaptados a este segmento.

La campaña digital que arrancó en julio y está incluida dentro del programa FEDER 2021-2027, va a estar activa hasta el próximo mes de diciembre e incide en los mercados nacionales limítrofes a la Región de Murcia como Almería, Alicante y Albacete, así como en aquellos destinos nacionales donde el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia dispone de conexión aérea directa, como Madrid, Cataluña, Canarias, Asturias, Cantabria, Mallorca y País Vasco.

El director del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, Juan Francisco Martínez, ha destacado que el objetivo de esta iniciativa "es dar a conocer y poner en valor la oferta de turismo familiar de la Región a un mayor número de turistas potenciales, utilizando para ello la capacidad de los medios de comunicación digitales para difundir contenidos de calidad y relevantes a audiencias específicas y de forma más inmediata y segmentada".

Martínez explicó que el turismo familiar es un segmento transversal "con un gran potencial de crecimiento, que encuentra en la Región algunas ventajas decisivas, como su reducido tamaño y la rapidez para trasladarse de un lugar a otro, el clima, su amplia oferta de turismo azul, cultural, de naturaleza y de ocio, su gastronomía y su carácter no masificado".

Entre las acciones que incluye la campaña se contemplan actuaciones con creadores de contenido, publicidad en revistas específicas como 'Viajar con Hijos', 'Sapos y Princesas' y 'Viajar en Familia', publicidad digital, así como difusión en redes sociales, sorteos en líneas aéreas y envío de newsletters.

Del mismo modo, el Instituto de Turismo, en colaboración con las oficinas de turismo, ha trabajado en categorizar todas aquellas actividades y gastroexperiencias regionales que se ajustan al segmento de familias, parejas y niños. Todas ellas se han recogido en un apartado específico de web turismoregiondemurcia.es.

Esta estrategia refuerza el trabajo realizado desde 2023, como un Plan de acción de co-marketing para el impulso del turismo familiar puesto en marcha entre el Itrem y la agencia de viajes especializada 'Viajar en Familia', diseñado para dinamizar este producto turístico e impulsar su comercialización online y offline.

El año pasado la Comunidad también estableció un acuerdo con el medio 'Agenda Menuda', que conllevó el envío de mails, newsletters, publicación de posts en redes sociales, así como publicidad a escala regional.

Según el XI Estudio de Turismo Familiar, realizado la Federación Española de Familias Numerosas (FEFN) en colaboración con la consultora DNA, los destinos de sol y playa serán la opción preferida para las vacaciones del 66 por ciento de las familias del país. Además, el 46 por ciento de las familias gastará más en viajes.



De esta forma, la Región, con sus dos mares y más de 100 playas, una planta turística alojativa en aumento, que roza las 50.000 plazas en el litoral y que representa el 64,4 por ciento de la capacidad regional de alojamiento (77.282); y un porcentaje del 84 por ciento del total de turistas que viajan a la Costa Cálida que lo hacen en familia o en pareja, es una de las grandes beneficiadas de esta tendencia, según Martínez.