

## La Región desplegó en 2024 más de 180 acciones para promocionar el turismo

La Comunidad se centró especialmente en las campañas de marketing para atraer visitantes tanto nacionales como internacionales



Presencia de la Región de Murcia en una de las ferias promocionales de turismo celebradas en 2024.

La Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, a través del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (Itrem), cerró 2024 con un total de 186 acciones de promoción destinadas a potenciar la Región de Murcia como destino turístico.

Así, aumentaron en un 63 por ciento las dirigidas a consolidar el mercado nacional, hasta llegar a 117 actuaciones, aprovechando el incremento de la conectividad del Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, que en 2024 ha llegado a disponer de hasta siete conexiones domésticas, incorporando los dos principales hubs aeroportuarios de España:



Madrid y Barcelona, y dando continuidad a los enlaces con Gran Canaria, Oviedo, Santander, Menorca y Bilbao.

Respecto al mercado internacional, el Itrem programó un total de 69 acciones en 15 países. Contaron con especial incidencia aquellos que disponen de conexión con el Aeropuerto Internacional (Reino Unido, Bélgica e Irlanda), además de Italia, que ha sido el país donde más actuaciones se han realizado debido a la celebración del Año Jubilar de la Vera Cruz 2024. Fueron 13 las acciones llevadas a cabo con motivo del Jubileo de Caravaca de la Cruz, de las cuales seis se desarrollaron en el mercado nacional y siete en el internacional.

Igualmente, el Itrem planificó acciones en mercados tradicionales como República Checa, Francia, Alemania, Portugal, Holanda, Dinamarca, Noruega y Finlandia, y también en mercados potenciales como Suiza y Polonia.

Por otro lado, el director del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, Juan Francisco Martínez, destacó especialmente la apuesta de la Comunidad realizada el pasado año en las campañas de marketing, “que disponen de una gran capacidad de desestacionalización, ya que cuentan con una duración de un año natural, y de diversificación, al estar especializadas en productos como el turismo azul y sol y playa-náutico, cultural y gastronómico, religioso, naturaleza o salud, y adaptadas al tipo público objetivo, como turismo familiar y juvenil, activo o senior, entre otros”.

En concreto, el Itrem activó un total de 31 campañas de marketing, de las cuales 24 fueron nacionales y siete estuvieron dirigidas a atraer turistas internacionales.

Además, durante el año pasado el Instituto de Turismo de la Región de Murcia participó en 41 ferias turísticas y eventos profesionales, de ámbito nacional, como Fitur en Madrid, donde se llevaron a cabo más de 50 presentaciones en el stand y se superaron las 68.000 visitas; Btravel en Barcelona, Expovacaciones en Bilbao, la I Feria de Enoturismo de la Región de Murcia o Intur Valladolid; o internacional, entre las que destacan la ITB de Berlín, la IGTM de Lisboa o la feria WTM de Londres, entre otras.

Asimismo, organizó 27 viajes de familiarización para operadores y prensa, fundamentalmente internacionales, y 26 workshops y presentaciones.

Por último, el Itrem lideró distintas actuaciones como la VI Bolsa de Contratación en Turismo de la Región de Murcia, que tuvo una asistencia total de 144 profesionales del sector, la I Convención de Turismo de la Región de Murcia, con la presencia de más de 300 profesionales, y el I Encuentro Internacional de Ciudades Jubilares, con 300 asistentes, tanto profesionales como público en general.