

INICIATIVA

# Turismo 'vende' a Murcia como una comunidad moderna y divertida

CRISTINA FERNÁNDEZ

**S**in estereotipos, moderna, sorprendente, original y divertida. Así es la campaña que la consejería de Cultura y Turismo ha diseñado para dar a conocer la marca 'Región de Murcia', un sello con el que la Comunidad se enfrentará a un año más que difícil en el sector turístico. Esta campaña de comunicación –que será oficialmente presentada el próximo viernes en Fitur por el consejero, Pedro Alberto Cruz–, quiere romper moldes y ofrecer 'un producto' innovador y moderno –según ha podido saber LA OPINIÓN–, para lo cual se recurrirá a mensajes publicitarios muy directos, en los que no falta el sentido del humor y la ironía. Se trata, en definitiva, de crear un producto bajo un sello que ofrezca una imagen atractiva y libre de estereotipos de la Región.

Este plan de comunicación es una de las medidas con las que la consejería de Turismo hará frente a un año cuyas perspectivas son tildadas de "oscuras e inciertas", tanto por parte del director general de Promoción Turística, Ángel Campos, como por el presidente de Hostemur-Hoteles, Jesús Pacheco. No en vano, el turismo español entró en 2008 en una crisis de la que no se recuperará hasta 2010, según el último informe de Exceltur.

## Apuestan por promocionar grandes eventos culturales para atraer visitantes fuera de temporada

Así, Ángel Campos manifiesta que "en tiempos de crisis hay que estar delante, no detrás" y destaca entre las medidas que baraja la Consejería, además de la renovación de imagen, la puesta en marcha del Instituto de Estudios Turísticos y la potenciación del turismo de eventos. En este sentido, recuerda que en la Región se celebran festivales muy consolidados como el del Cante de las Minas de La Unión, el de Jazz de San Javier, el de La Mar de Músicas de Cartagena o el Espirelia de Lorca, pero también otros de más reciente creación como el SOS o el MTV con un gran potencial para atraer visitantes fuera de temporada.

Además, el director general de Promoción Turística señala que



El consejero y el director general de Promoción Turística durante la presentación del stand de Murcia en Fitur

### DATOS

#### Presentación en sociedad el 30 de enero

Turismo presentará la nueva campaña de imagen de la Región de Murcia el próximo 30 de enero en Fitur, donde también se promocionará el Resort Lorca Golf y la Audi MedCup 2009

#### Mensajes publicitarios con sentido del humor

El sentido del humor, la ironía y los mensajes muy directos caracterizarán la campaña de comunicación de la marca 'Región de Murcia'. Una fórmula diferente en estos tiempos de crisis.

#### La receta 'anticrisis' de Hostemur

La receta que Hostemur pone en la mesa para hacer frente a estos tiempos de crisis es, según Jesús Pacheco, "la de las tres 'I', que son las de la imaginación, la ilusión y la información".

las empresas murcianas que trabajan en el sector turístico se caracterizan por su solidez y experiencia ya que "ya han pasado anteriormente por otras crisis".

Respecto a los mercados que se seguirán potenciando, Campos recuerda que Inglaterra sigue siendo "nuestro emisor internacional por excelencia" –seguido de Alemania, Francia e Italia–, y que "la Región de Murcia es destino natural de la mitad norte de España". Asimismo, la Región se preparará para el

Año Jubilar de Caravaca y seguirá potenciando dos sectores que hasta ahora han evolucionado muy bien, como son el turismo de salud y el de congresos.

Campos, quien sostiene que "hemos salvado 2008", reconoce que sobre 2009 planea el fantasma de la destrucción de empleo y una tendencia al descenso del turismo nacional, aunque señala que "partimos de una mejor situación que otras comunidades". Por su parte, Jesús Pacheco, de Hostemur, re-

cuerda que los costes han subido, pero no los precios, lo que ha provocado problemas de financiación. Coincide con Campos en que la Región cuenta con algunas singularidades y que no se verá tan afectada como la Costa Brava, que dependen mucho del turismo británico, o Aragón, que sufrirá un gran bajón tras la Expo. La receta que pone en la mesa para hacer frente a la crisis es "la de las tres 'I', que son las de imaginación, ilusión e información".

La Consejería presentará en Fitur la campaña publicitaria de la marca 'Región de Murcia', en la que se evitan los estereotipos con mensajes irónicos

### BALANCE EXCELTUR

#### Nueve de cada diez empresarios tuvo menos beneficios

■ Nueve de cada diez de los empresarios murcianos sostiene que los beneficios turísticos han decrecido en 2008, según las estimaciones publicadas por la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur). Estos son algunos de los datos que se incluyen en este estudio:

■ **Balance negativo en las empresas turísticas:** Los datos apuntan a que el 89% de empresarios de la Región opinan que las ventas decrecieron a cierre del año 2008, en relación con 2007.

■ **Descenso de las pernataciones hoteleras:** Asimismo, según este informe, el número de pernataciones se redujo un 3,4% en la Región entre enero y noviembre de 2008, en relación con el ejercicio anterior.

■ **Los destinos de 'sol y playa' pierden cuotas de mercado:** Por otra parte, Exceltur advierte de que este tipo de destinos siguen perdiendo cuota de mercado respecto a los países del Mediterráneo Oriental.

El director general de Promoción Turística, Ángel Campos, asegura que Exceltur no maneja todos los datos. Destaca el aumento de visitantes extranjeros en la Región –la Comunidad donde más creció, a excepción de Aragón por la Expo– y el buen comportamiento del turismo nacional a pesar de la tendencia a la baja. También señala que creció el número total de pernataciones a 2.844.508.

## Preocupación por la destrucción de empleo

C. F.

■ Una de las principales preocupaciones que existe en el sector turístico es la reducción del nivel de empleo, ya que las previsiones de Analistas Financieros Internacionales (AFI) sobre la evolución de los afiliados a la seguridad social de la hostelería y agencias de viajes indican que para mayo de

2009 se registrará una caída por encima del 6%, lo que supondrá casi 100.000 puestos de trabajo.

De éstos, cerca de dos mil podrán corresponder a empleos del turismo regional, aunque distintos responsables del sector aseguran que Murcia cuenta con un buen punto de partida para afrontar la crisis –2008 ha sido "más flojo,

pero no catastrófico"– y eso le puede hacer resistir mejor la situación que otras comunidades.

En este sentido, Jesús Pacheco, de Hostemur, explica que algunos hoteles anticiparán su cierre tras el verano y retrasarán su apertura, lo que puede afectar a los empleos temporales. Añade que los más perjudicados serán los estableci-

mientos costeros.

Exceltur sostiene que más del 63% de las empresas turísticas españolas comenzaron a reducir sus niveles de empleo en 2008. Los sindicatos UGT y CC OO consideran que ya se están presentando en la Región regulaciones de empleo, "muchas de ellas sin fundamentos".