

■■■■■ RETOS DE 2001 PARA LA REGIÓN DE MURCIA ■■■■■

Una nueva imagen de reclamo para el turista

En los próximos dos años, la Región podría contar con unas 18.000 camas hoteleras con las que afianzar el turismo

El turismo de la Región de Murcia ha comenzado el siglo XXI con una imagen diferente, más moderna, luminosa y colorista. Una nueva marca-paraguas que acoge la oferta multiproducto del sector turístico regional para hacer de la diversidad su mejor carta de presentación. Murcia Turística es la ambiciosa propuesta de la Consejería de Turismo y Cultura y el principal reclamo de una campaña de promoción que ha sentado las bases en el año

2001 para, a partir de ahí, proponer el turismo como pieza indispensable del desarrollo económico de la Región. En septiembre, la recién creada Consejería de Turismo y Cultura presentó en sociedad la marca Murcia Turística, con un diseño moderno y atrevido, con la que la Región afronta un siglo que marcará el asentamiento definitivo del turismo como uno de los principales argumentos de su economía.

Murcia Turística está concebida como la marca-paraguas –denominación bajo la cual se engloba a multitud de servicios turísticos independientes– de todos los productos del sector en sus distintas modalidades de sol y playa, turismo náutico, de interior, belleza y salud, cultural y de ciudad, de congresos y de cruceros. Un planteamiento que coincide con una tendencia al alza de las cifras del sector registradas durante 2000 y que continuará en este año.

Plena ocupación

El incremento de la ocupación hotelera en junio y septiembre, preámbulo del cien por cien alcanzado en julio y agosto, y los resultados del sector en septiembre y octubre, han provocado la ruptura de la tradicional estacionalización y se ha dejado sentir como un índice positivo, después de años de trabajo continuado.

Murcia Turística tiene los argumentos suficientes como para ofrecer una imagen de la Región optimista. Un turismo rural caracterizado por la cantidad y calidad de sus alojamientos, sobre todo en el Noroeste y en el Valle del Ricote. Un turismo de ciudad y cultural, presidido por tres proyectos señeros como Cartagena, Puerto de Culturas, Lorca, Taller del Tiempo y Caravaca, Ciudad Santa, al que se une el interés especial por la recuperación del patrimonio histórico-artístico de los principales enclaves de la Región y que son los ejes de la ruptura de la estacionalidad.

Y el imparable desarrollo de infraestructuras, que anuncia la superación en los próximos dos años de las 18.000 plazas hoteleras, es la piedra de toque del sector a corto y medio plazo.

Por tanto, las perspectivas del sector ante el siglo en ciernes son extraordinarias. Se han esta-

blecido los cauces necesarios para que la Región de Murcia se identifique con un turismo plural, singularizado en su sol y su playa, en el perfil de sus ciudades, que conjugan modernidad y tradición, sus paisajes naturales y su riqueza cultural, marcada por el carácter generoso de sus gentes.

Mejora de infraestructuras

Murcia Turística es la extensión del dinamismo del sector y un ejemplo de su atractivo y modernidad, al que favorecerá el hecho de que durante este mismo año la Región podrá recibir un mayor número de visitantes por la mejora de sus infraestructuras de comunicación. En concreto, la finalización de la autovía Madrid-Murcia traerá consigo una conexión más rápida con el centro y el norte peninsular y una oportunidad de disfrutar de una Región de Murcia joven y atractiva.



Calidad y formación

La nueva marca quiere hacer también referencia a otro de los parámetros considerados básicos desde la Consejería de Turismo y Cultura y que ésta pretende trasladar a todas las parcelas del sector, la calidad. La formación continua de empresarios y profesionales, de manera que parte de ellos la concienciación de ofrecer un producto de máxima calidad, es una de las máximas pensadas para la optimización del sector. Variedad y calidad son, por tanto, dos de los argumentos que esgrime la Región de Murcia turística del siglo XXI. Su imagen y sus atractivos tendrán presencia en toda la geografía nacional, así como en los mercados exteriores potencialmente interesantes para la Región, con la puesta en escena de una campaña promocional que abarca desde spots de cine y televisión a folletos explicativos; pasando por anuncios y encartes en prensa, cuñas de radio, vallas publicitarias u objetos de merchandising.



**Si tu
marca personal
es única,**

**¿por qué no hacer
lo mismo con tu marca
empresarial?**



Para hacértelo fácil hemos creado el servicio MARCANET.COM, la única base de datos que te ofrece información "on line" sobre marcas Nacionales y Comunitarias.

De una forma rápida, comprobarás, **GRATUITAMENTE**, si la marca que quieras registrar está disponible, si realmente es única, o existen parecidos con otras, evitándote sorpresas desagradables de última hora.

Además, con el servicio MARCANET.COM, ahorrarás **TIEMPO y DINERO**.

Tú ya eres único, ahora la marca de tu empresa depende de ti. **Regístrala**.

Marc@Net.com

Marcamos la diferencia

Archivo Edición Ver Tra FAVORITOS Ayuda
Atrás Adelante Detener Actualizar Inicio Búsqueda
Dirección <http://www.marcenet.com>
902 11 97 30
Desde nuestro
NUMERO DE ATENCIÓN AL CLIENTE
también te registramos tu marca.
No dudes en llamarnos.

