



Costa  
Cálida

Región  
de Murcia

PUESTA EN  
MARCHA  
PRODUCTO  
SALUD-  
MÉDICO

**PROMOCIÓN  
SALUD-MÉDICO**

1ER TRIMESTRE 2016

## OBJETIVO

Entre los principales retos del Plan Estratégico Turístico, se encuentra combatir la estacionalidad, diversificando productos y mercados. Para ello se ha comenzado a trabajar el producto de salud enfocado desde el punto de vista médico, ya que posee un importante potencial de crecimiento en el mercado internacional, y un gasto superior a la media. Además, se trata de una de las peticiones principales del sector empresarial dedicado al Turismo de Salud de nuestra Región. La Región ofrece un escenario adecuado para esta tipología de turismo, gracias a su clima favorable y buenas infraestructuras médico-sanitarias. El objetivo principal es la configuración de esta tipología de producto dentro del marco turístico de la Región, y una vez definidas sus características, posicionar a la Región de Murcia como destino médico a través de la marca “Costa Cálida Cares” utilizando para ello las diferentes vías de comercialización y promoción que intervienen en este producto.

## RESULTADOS

Nos encontramos ante un producto que es difícil obtener resultados inmediatos a corto plazo, producto emergente tanto a nivel internacional como regional, en la Región de Murcia no existía una oferta estructurada, no se contaba con contactos de agentes que intervienen en el proceso de comercialización ni con información relativa a ferias específicas de este sector, por lo que se partía de cero, pero en pocos meses se ha conseguido:

- Creación de una marca comercial bajo la que aglutinar este producto en la Región de Murcia, con la marca Costa Cálida Cares, y apoyar así al consorcio de salud para que bajo este paraguas se puedan sumar los diferentes agentes de la región que intervienen en este producto, de tal manera que puedan ir todos en la misma dirección en cuanto a promoción se refiere y generar sinergias de colaboración.



- Sensibilización sobre la necesidad de estructura y adaptar la oferta de forma óptima hacia el cliente final. Se está trabajando en la creación de paquetes productos que puedan ser comercializados entre los diferentes actores.

- Aunque existen muchos mercados potenciales, se ha definido aquellos más interesantes para la región, como son Reino Unido, Alemania, Rusia, Países Escandinavos, las razones de escoger estos países están basadas principalmente en que se encuentran en el área cercana de influencia de la Región, existen conexiones aéreas, tienen presencia de colonias de segundos residentes en la región y/o cerca de la Región.

- Recopilación de propuestas de acciones en medios de comunicación online y offline con la finalidad que una vez el producto este estructurado se puedan realizar acciones de comunicación.
- Detectar un número considerable de ferias específicas donde poder promocionar la oferta de la región. En el año 2015 se acudieron a 2 ferias con stand propio, una en Moscú y otra en Estocolmo. Durante Fitur se mantuvieron contactos con diferentes agentes que estaban presentes en Fitur Salud. Este tipo de acciones ha dado lugar a comenzar a elaborar una BD específica del producto de salud-médico para poder utilizar en acciones promocionales futuras.
- Realización del primer fam trip de turismo médico en la Región de Murcia con un facilitador médico nacional, del que se extrajeron diferentes vías de colaboración.
- Envío de 5 newsletters internacionales dirigidas a público final y profesionales con información sobre el producto de salud en la Región.

## CONTACTO

**Responsable acción:** *Raquel Zamora Martínez – Área de Promoción*

**Teléfono / email:** 968 35 77 29 / [raquel.zamora@carm.es](mailto:raquel.zamora@carm.es)