

2



TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN: GOBERNANZA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

**ANÁLISIS PARTICIPATIVO,
POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO
Y ACTUACIONES PARA
LA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA
DE MAZARRÓN**



**TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN:
GOBERNANZA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA
ANÁLISIS PARTICIPATIVO, POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO Y ACTUACIONES
PARA LA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN**

ÍNDICE

0. INTRODUCCIÓN	5
1. METODOLOGÍA	9
2. ANÁLISIS SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE MAZARRÓN.	
Proceso participativo	15
2.1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DEL SECTOR	17
2.2. ANÁLISIS DE LA COLABORACIÓN ENTRE ACTORES DEL SECTOR TURÍSTICO	21
2.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR (DAFO-CAME)	24
3. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL DESTINO TURÍSTICO MAZARRÓN	27
3.1. PROPUESTA DE VALOR DEL DESTINO	29
3.2. SEGMENTOS TURÍSTICOS ACTUALES Y POTENCIALES	32
3.3. REORDENACIÓN DE LA OFERTA	36
4. ACTUACIONES PROPUESTAS PARA LA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN	39
4.1. GOBERNANZA Y GESTIÓN INTELIGENTE	41
4.2. DESARROLLO DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	43
4.3. CONECTIVIDAD Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	46
4.4. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL DESTINO	47
4.5. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO	47
5. CONCLUSIONES Y A PASOS A SEGUIR	52
ANEXO 1. FUENTES PRINCIPALES	55





El presente documento corresponde a la segunda fase del proyecto "Transformación del Modelo de Gestión Turística de Mazarrón: Gobernanza y Participación Ciudadana", impulsado por el Ayuntamiento de Mazarrón en el marco del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino "Bahía de Mazarrón Sostenible y Digital", financiado por los Fondos Next Generation EU a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Este entregable da continuidad al trabajo realizado en la primera fase, cuyo resultado inicial "Identificación de necesidades y diagnóstico del sector" sentó las bases metodológicas y conceptuales para el desarrollo integral del proyecto. En dicha fase inicial se llevó a cabo un análisis exhaustivo del ecosistema turístico local, identificando y clasificando los stakeholders clave del sector, así como desarrollando un diagnóstico preliminar basado en datos cuantitativos y cualitativos sobre la oferta y demanda turística, el entorno competitivo, y los factores externos relevantes para Mazarrón como destino turístico.

Sobre la base de ese primer diagnóstico, esta segunda fase profundiza, mediante procesos participativos, en el análisis de las necesidades y desafíos identificados por representantes del sector privado, durante las mesas de trabajo presenciales celebradas en abril y mayo de 2025. En dichas sesiones participaron actores clave con incidencia directa en la actividad turística local (alojamientos turísticos, restauración, turismo activo y ocio, así como asociaciones culturales y deportivas).



Este documento sintetiza los resultados obtenidos en los siguientes ámbitos:

- **La detección y priorización de necesidades estructurales y operativas fundamentales para el desarrollo sostenible y competitivo del destino.**
- **El análisis estratégico colectivo del sector turístico mediante la herramienta DAFO-CAME, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así como las líneas estratégicas necesarias para abordarlas.**
- **La construcción consensuada del posicionamiento estratégico deseado para Mazarrón y la priorización de segmentos turísticos clave que permitan diversificar y desestacionalizar efectivamente la actividad turística del municipio.**
- **Las propuestas concretas de actuación destinadas a transformar el modelo de gestión turística, enfocadas en aspectos fundamentales como la gobernanza participativa, la digitalización del sector, la movilidad sostenible y la revitalización de espacios urbanos como el centro histórico.**

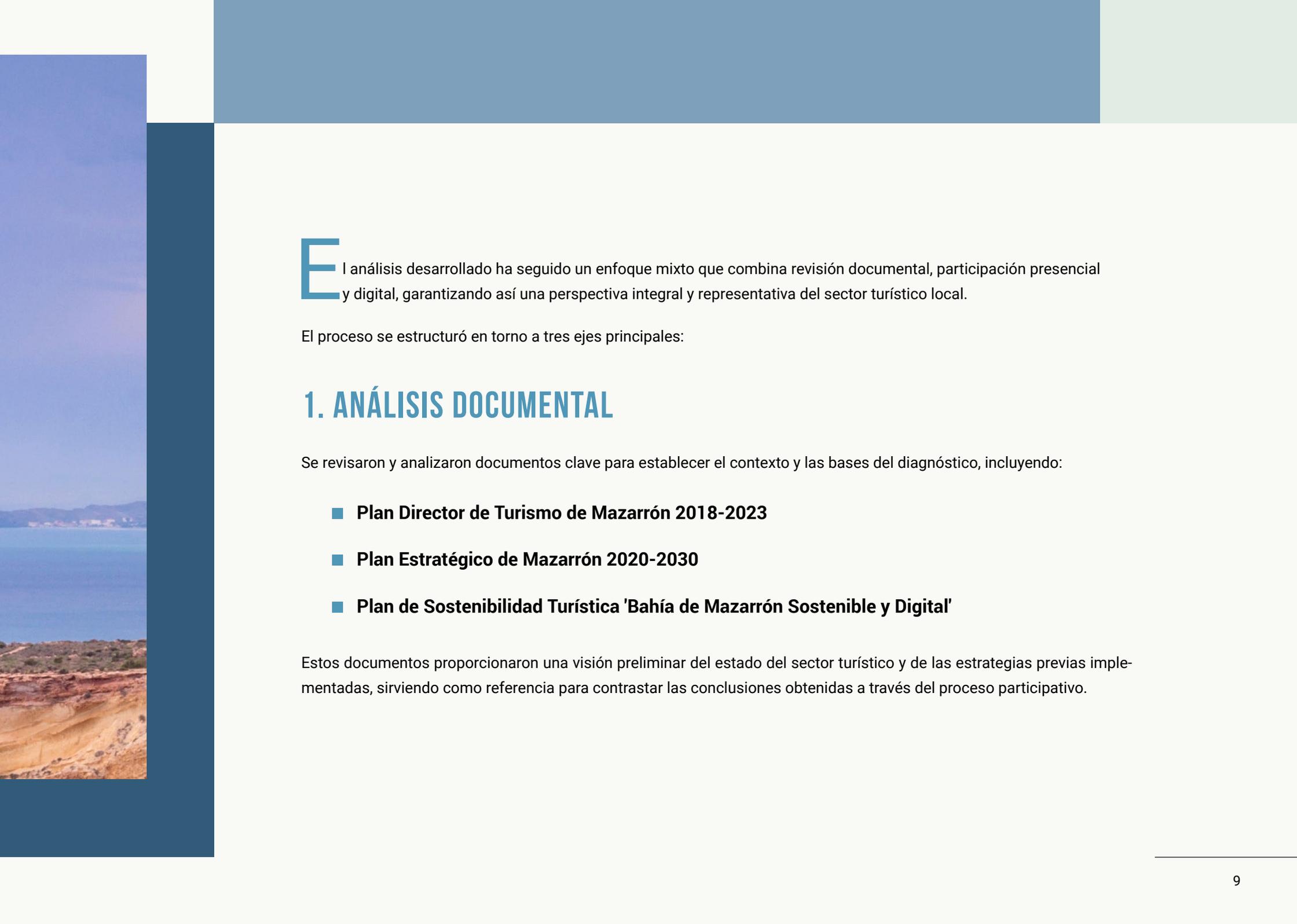
Finalmente, este documento plantea claramente las conclusiones alcanzadas y establece las bases necesarias para avanzar hacia la tercera fase del proyecto, centrada en el diseño e implantación práctica del nuevo modelo de gestión turística, alineado con las metas de sostenibilidad, digitalización y mejora de la competitividad turística del destino Mazarrón.





1

METODOLOGÍA



El análisis desarrollado ha seguido un enfoque mixto que combina revisión documental, participación presencial y digital, garantizando así una perspectiva integral y representativa del sector turístico local.

El proceso se estructuró en torno a tres ejes principales:

1. ANÁLISIS DOCUMENTAL

Se revisaron y analizaron documentos clave para establecer el contexto y las bases del diagnóstico, incluyendo:

- **Plan Director de Turismo de Mazarrón 2018-2023**
- **Plan Estratégico de Mazarrón 2020-2030**
- **Plan de Sostenibilidad Turística 'Bahía de Mazarrón Sostenible y Digital'**

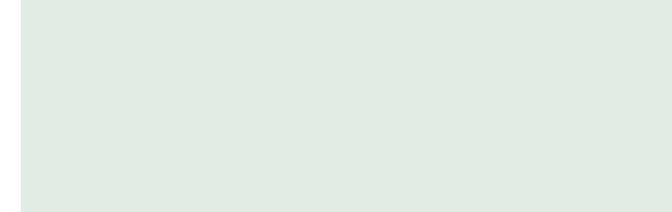
Estos documentos proporcionaron una visión preliminar del estado del sector turístico y de las estrategias previas implementadas, sirviendo como referencia para contrastar las conclusiones obtenidas a través del proceso participativo.

2. PARTICIPACIÓN PRESENCIAL (MESAS DE TRABAJO)

Para asegurar una representación directa y activa de los actores del sector, se organizaron tres mesas de trabajo temáticas. Estas sesiones se estructuraron de la siguiente forma:

Mesa	Fecha	Propósito principal
Mesa 1 – Necesidades del sector	28 abr 2025	Detectar carencias operativas, estructurales y de promoción; mapear relaciones entre actores
Mesa 2 – Análisis estratégico DAFO-CAME	28 abr 2025 (tarde)	Elaborar el diagnóstico compartido del destino y traducirlo en estrategias
Mesa 3 – Posicionamiento y segmentación	08 may 2025	Definir el posicionamiento deseado, los segmentos prioritarios y el perfil del turista objetivo

En el desarrollo de cada mesa se emplearon dinámicas colaborativas que incluían análisis DAFO, uso de canvas de destino, fichas de arquetipos de turistas y debates abiertos para captar perspectivas diversas. Durante los procesos participativos se ha partido de la recopilación solo y exclusivamente de aportaciones de los actores, sin contexto previo, de cara a concluir con una comparativa con los resultados recogidos en las bases de conocimiento y referencias documentales: Plan de turismo de Mazarrón 2018-2023 y Plan Estratégico de Mazarrón 2020-2023.



3. PARTICIPACIÓN ONLINE (FORMULARIOS DIGITALES)

Para ampliar la base de participación y permitir que tanto actores del sector como residentes locales pudieran aportar su visión, se habilitó un sistema de formularios online a través de la Plataforma de Participación Ciudadana de Mazarrón (<https://gobernanza.participamazarron.es>).

Formulario enfocado a la fase de análisis y diagnóstico:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfRoVVaCgQ1aRRnemi0BePJhhE9xQjl3hYobBzMg6IP_hPxhg/viewform

Diseñado para recoger de forma anónima las percepciones, prioridades y demandas tanto de los actores del sector turístico como de la población local. Este formulario se estructuró en torno a las siguientes secciones:

- **Identificación del Participante:** Tipo de actor (empresa, asociación, residente, visitante), relación con el sector turístico y ubicación.
- **Análisis de Necesidades:** Infraestructuras, equipamientos, formación y digitalización.
- **Desafíos y Oportunidades:** Retos específicos para mejorar la competitividad del destino y posibles alianzas estratégicas.
- **Sugerencias para el Futuro del Turismo en Mazarrón:** Propuestas para la dinamización del sector, sostenibilidad e innovación.





Formulario de participación, posicionamiento y segmentación turística de Mazarrón:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeNoHuzT-r4i0NSPG0Pz1Ug_XBFBsvhheIHmS-lhSPpsRciqQ/viewform?pli=1

Este formulario estuvo dirigido a aquellos que no pudieron asistir a la tercera mesa de trabajo. Su objetivo fue recoger aportaciones que ayudaran a **definir el posicionamiento deseado del destino Mazarrón y priorizar los segmentos de turistas clave**, considerando las capacidades del territorio, los productos existentes y las tendencias de demanda.

Las opiniones recogidas en estos formularios se han integrado en el análisis de necesidades realizado en las mesas presenciales, enriqueciendo las conclusiones y proporcionando una visión más diversa y completa del sector.

Procesado y análisis de la información

- Los resultados de las mesas y los formularios se han sistematizado en matrices DAFO-CAME, mapas de actores y fichas de segmentos para garantizar una visión estructurada y coherente.
- Se han aplicado métodos de priorización para identificar las oportunidades más relevantes de cara a la dinamización turística de Mazarrón.



2



ANÁLISIS SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO DE MAZARRÓN. PROCESO PARTICIPATIVO





El análisis participativo de la situación actual del sector turístico de Mazarrón constituye un elemento central para la transformación del modelo de gestión turística del municipio. Esta fase ha permitido integrar las perspectivas de los actores locales, identificar necesidades prioritarias y establecer una base sólida para futuras decisiones estratégicas. El proceso se ha estructurado en tres componentes clave, cada uno diseñado para abordar diferentes aspectos críticos del sector:

A. Identificación de necesidades del sector

Esta etapa ha sido fundamental para comprender las carencias y prioridades del sector turístico local. A través de mesas de trabajo y dinámicas participativas, se han recogido aportaciones que han permitido identificar necesidades estructurales y operativas esenciales para mejorar la competitividad del destino.

B. Análisis de la colaboración entre actores del sector turístico

La cooperación entre los distintos agentes del sector es un factor crítico para el éxito del modelo de gestión turística. En esta fase, se han evaluado las relaciones existentes entre empresas, asociaciones y administraciones, identificando tanto fortalezas como áreas de mejora. Aunque se reconoce un interés generalizado en fortalecer el tejido turístico local, se ha destacado la necesidad de avanzar hacia modelos de colaboración más estructurados y efectivos, promoviendo alianzas estratégicas que permitan maximizar el impacto de las acciones conjuntas y mejorar la gobernanza del destino.

C. Análisis estratégico del sector: DAFO y CAME

Finalmente, se ha realizado un análisis estratégico para transformar las conclusiones en líneas de acción concretas, utilizando herramientas como el diagnóstico DAFO (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas) y el esquema CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar). Este análisis ha permitido identificar fortalezas que deben consolidarse, debilidades que requieren intervención, oportunidades para el desarrollo de nuevos productos turísticos y amenazas que deben ser gestionadas para asegurar la sostenibilidad del destino en el largo plazo.

En conjunto, estos tres componentes proporcionan una visión integral del estado actual del sector turístico de Mazarrón, identificando tanto los desafíos inmediatos como las oportunidades a largo plazo para consolidar un destino competitivo, sostenible y atractivo para diferentes perfiles de visitantes.



2.1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DEL SECTOR

Durante el proceso de identificación de necesidades del sector, se han detectado como principales retos aquellos que, al ser abordados de manera adecuada, permitirán priorizar las necesidades reales del sector turístico en Mazarrón. Estos retos fueron identificados mediante una metodología participativa que involucró a actores clave del sector, garantizando así que las conclusiones reflejen las preocupaciones y expectativas reales de los diferentes perfiles del destino.

PRINCIPALES RETOS

■ 1. Estacionalidad del turismo

- Dependencia excesiva del turismo de sol y playa, concentrando la mayoría de las visitas en los meses de verano.
- Falta de productos turísticos diversificados para atraer visitantes en temporada baja (cultural, deportivo, gastronómico, naturaleza).
- Necesidad de crear una agenda de eventos fuera de la temporada alta para estimular la demanda en meses menos concurridos.
- Oportunidad para desarrollar experiencias vinculadas al ecoturismo y turismo activo que aprovechen los recursos naturales del municipio.

■ 2. Competencia con viviendas de uso turístico (VUT)

- Las VUT representan una parte significativa de la capacidad alojativa, concentradas en zonas residenciales costeras.
- En muchos casos, su regulación es insuficiente, lo que impacta en los precios medios y la percepción de calidad del destino.
- Necesidad de regularizar y mejorar la calidad de las VUT para integrarlas en los canales de promoción turística oficiales y minimizar conflictos con residentes.

■ 3. Infraestructuras y servicios turísticos

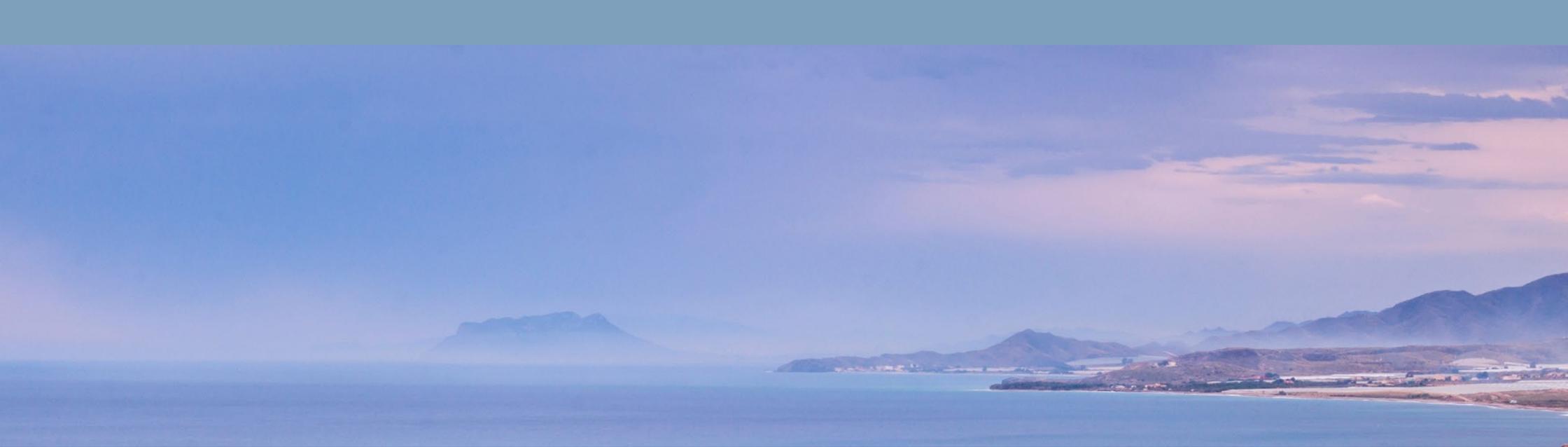
- Deficiencias en señalización, accesibilidad y mantenimiento de infraestructuras como, rutas de senderismo, patrimonio histórico local, puesta en valor de recursos naturales, minería, etc.
- Falta de servicios complementarios y actividades de ocio para extender la estancia media.
- Carencias en el transporte público que limitan la movilidad dentro del municipio.
- Necesidad de modernizar y hacer más inclusivas las infraestructuras para atraer a diferentes perfiles de visitantes.

■ 4. Colaboración público-privada y gobernanza

- Necesidad de crear mecanismos estables de coordinación para fortalecer la competitividad y cohesión del destino.
- Débil estructura de gobernanza que limita la participación activa de actores locales en decisiones estratégicas.

■ 5. Digitalización y marketing turístico

- Bajo nivel de digitalización en muchas pequeñas y medianas empresas del sector, limitando su visibilidad en mercados internacionales.
- Presencia online limitada y estrategias de marketing digital poco efectivas para captar nuevos mercados.



NECESIDADES PRIORITARIAS

A. Necesidades estructurales

- Ampliación y mejora de la infraestructura hotelera para responder a demandas de alojamiento de calidad.
- Renovación integral de equipamientos urbanos esenciales: accesibilidad universal y mobiliario urbano.
- Mejora de servicios básicos municipales: limpieza, seguridad ciudadana, sanidad.
- Desarrollo de un modelo integral de movilidad sostenible (mejora del transporte público, creación de carriles bici y aparcamientos estratégicos).
- Creación de infraestructura cultural y recreativa adicional (auditorios, centros culturales) para diversificar la oferta más allá del turismo de sol y playa.

B. Necesidades operativas

- Fomento de la cooperación entre empresas y actores locales para fortalecer redes y generar sinergias.
- Digitalización avanzada del sector turístico para mejorar la promoción y gestión de servicios.
- Diversificación de la oferta turística para reducir la estacionalidad y potenciar la economía local.
- Fortalecimiento de la gobernanza turística para agilizar trámites administrativos y mejorar la comunicación con actores locales.

C. Necesidades en promoción y comercialización

- Incrementar la efectividad y alcance de las acciones promocionales, mejorando contenidos digitales y materiales impresos.
- Implementar sistemas digitales avanzados de información turística para ofrecer experiencias integradas y personalizadas.
- Potenciar la comercialización de productos turísticos diversificados para destacar ofertas culturales, deportivas y naturales durante todo el año.

Comparativa con planes anteriores

Entre las principales necesidades identificadas los agentes destacan la mejora de infraestructuras básicas, la diversificación de la oferta turística, la profesionalización del sector y la digitalización de los servicios turísticos, todos ellos elementos esenciales para consolidar un destino más atractivo y eficiente.

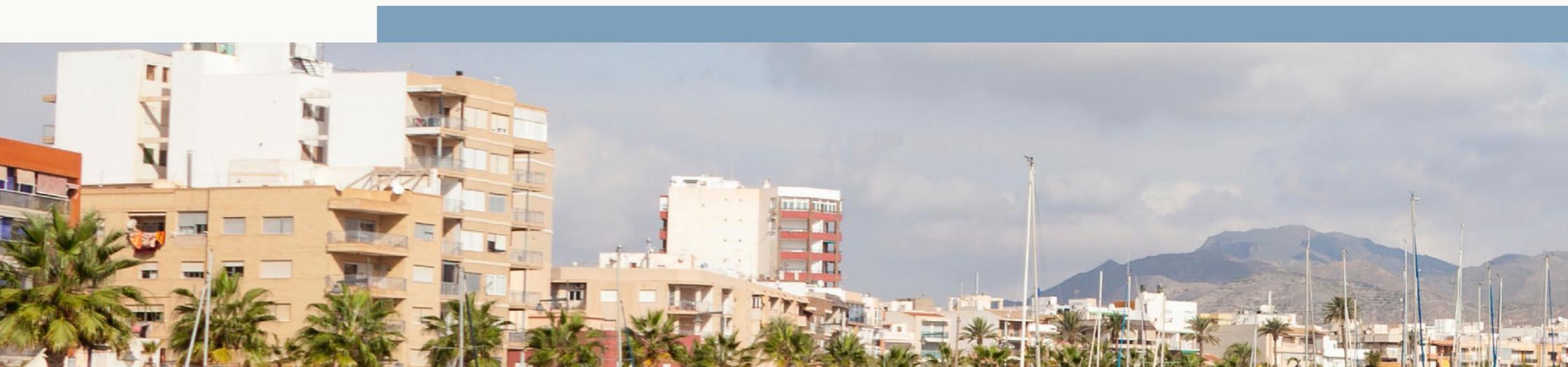
Esas necesidades identificadas están en línea con los objetivos establecidos en el Plan director de Turismo de Mazarrón

2018-2023 y el Plan Estratégico Mazarrón 2020-2030, que también destacan la importancia de mejorar infraestructuras, impulsar la digitalización y fortalecer la gobernanza.

Sin embargo, los recientes análisis indican una necesidad urgente de avanzar en la implementación práctica de estas estrategias, enfocándose especialmente en gobernanza, digitalización, mejoras urbanas y efectividad en la promoción turística para alcanzar un desarrollo sostenible a largo plazo.

2.2. ANÁLISIS DE LA COLABORACIÓN ENTRE ACTORES DEL SECTOR TURÍSTICO

El análisis de las líneas de cooperación entre los agentes del sector turístico de Mazarrón ha revelado una estructura fragmentada y, en muchos casos, poco coordinada, que limita el desarrollo estratégico del destino. Este diagnóstico se basa en las aportaciones recogidas durante las mesas de trabajo, donde se identificaron las principales barreras y oportunidades para fortalecer la colaboración público-privada y mejorar la competitividad del sector.



PRINCIPALES BARRERAS IDENTIFICADAS

1. Falta de coordinación y liderazgo institucional

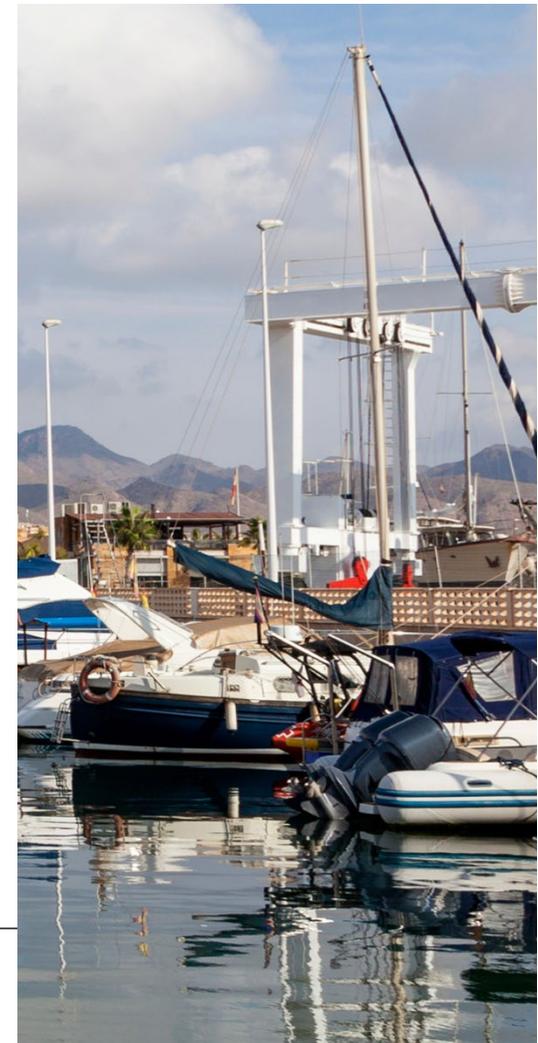
- Ausencia de un ente gestor que coordine los esfuerzos de promoción, calidad y desarrollo del destino de manera integral.
- Débil coordinación entre los actores del sector, con estructuras organizativas que funcionan de manera independiente y sin sinergias claras.
- Necesidad de crear un marco de gobernanza que articule las relaciones entre administraciones públicas, empresas y asociaciones.

2. Desconfianza y falta de cultura colaborativa

- Baja participación en redes y asociaciones debido a experiencias previas de cooperación poco efectivas.
- Falta de comunicación y transparencia en la gestión de recursos comunes y proyectos colectivos.

3. Limitada capacidad de gestión y recursos

- Muchas empresas del sector carecen de recursos humanos y técnicos para participar activamente en iniciativas colectivas.
- Falta de formación en gestión empresarial y liderazgo colaborativo.
- Carencias en el acceso a financiación para proyectos conjuntos.



OPORTUNIDADES PARA MEJORAR LA COOPERACIÓN

1. Creación de un ente gestor del destino

- Desarrollo de una estructura formal que coordine las acciones de promoción, formación y calidad turística.
- Implementación de un modelo de gobernanza participativo que integre a todos los actores relevantes.
- Definición de roles y responsabilidades claras para evitar duplicidades y mejorar la eficiencia.

2. Fomento de redes empresariales y clústeres turísticos

- Promoción de alianzas entre empresas complementarias para crear experiencias turísticas integradas.
- Creación de redes de colaboración para compartir recursos, conocimiento y buenas prácticas.

3. Mejora de la comunicación y la transparencia

- Desarrollo de canales de comunicación efectivos para facilitar el intercambio de información entre los actores del sector.
- Creación de espacios de participación y debate para fortalecer la confianza y la colaboración.
- Implementación de sistemas de transparencia que permitan evaluar el impacto de las iniciativas conjuntas.



2.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR (DAFO-CAME)

El análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es una herramienta fundamental para evaluar la situación actual del sector turístico de Mazarrón y diseñar estrategias que permitan fortalecer sus ventajas competitivas y minimizar sus debilidades. Este análisis ha sido elaborado considerando los aportes de la Mesa 2 del proceso participativo del proyecto.



Debilidades

- Desconexión territorial entre Mazarrón Pueblo y Puerto, dificultando la integración turística.
- Oferta turística limitada más allá del sol y playa (escasez de actividades complementarias).
- Baja digitalización del destino y sus empresas turísticas.
- Falta de coordinación entre actores del sector y ausencia de un ente gestor unificado.
- Déficit de servicios públicos en temporada alta (movilidad, transporte, limpieza).
- Profesionalización y capacitación insuficientes de algunos negocios turísticos.



Fortalezas

- Identidad auténtica de pueblo con carácter local.
- Alta calidad de los servicios turísticos y competitiva relación calidad-precio.
- Clima favorable que permite extender la temporada estival.
- Diversidad de recursos históricos, naturales, paisajísticos y culturales.
- Excelencia de las playas, con certificaciones como Bandera Azul y Q de Calidad.
- Proximidad a importantes mercados turísticos nacionales y europeos.



Amenazas

- Competencia creciente de otros destinos costeros de la región.
- Impacto de las crisis económicas y políticas internacionales en el turismo residencial.
- Dependencia excesiva del turismo de sol y playa, con alta estacionalidad.
- Degradación de los recursos naturales y paisajísticos por falta de gestión sostenible.
- Falta de definición y coordinación en proyectos estratégicos para el destino.



Oportunidades

- Proximidad a destinos saturados, permitiendo posicionarse como una alternativa tranquila y sostenible.
- Potencial para desarrollar productos de naturaleza y turismo activo (senderos, cicloturismo, bird-watching).
- Fortalecimiento del modelo de gobernanza participativa para mejorar la coordinación sectorial.
- Creación de experiencias integradas que combinen naturaleza, cultura y gastronomía.
- Diversificación mediante turismo náutico, cultural y de bienestar.

ANÁLISIS DAFO

Estrategia CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar)

El análisis DAFO se complementa con la matriz CAME, que permite transformar el diagnóstico estratégico en líneas de acción concretas para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector turístico de Mazarrón.



Corregir (Debilidades)

- Crear un plan de cohesión para conectar Mazarrón Pueblo y Puerto, mejorando el transporte y señalética común.
- Digitalizar la información turística mediante una plataforma integrada (web, app, cartelería QR) y formar a pymes en marketing digital.
- Fomentar el asociacionismo como representación del sector ante la administración.
- Ampliar la oferta turística más allá del buceo y actividades acuáticas, incluyendo rutas mineras, gastronomía y senderismo.



Mantener (Fortalezas)

- Mantener y reforzar la calidad-precio y la hospitalidad local como elementos diferenciadores.
- Consolidar la excelencia de las playas mediante certificaciones y conservación activa.
- Aprovechar el clima para extender la temporada estival con campañas como 'Otoño Activo' y eventos deportivos.



Afrontar (Amenazas)

- Diferenciar la oferta para reducir la competencia, aprovechando recursos únicos como calas vírgenes y patrimonio cultural.
- Crear un observatorio de mercados para adaptar precios y estrategias ante fluctuaciones económicas o crisis internacionales.
- Desarrollar un plan de promoción orientado a mercados de proximidad para enfrentar cambios en la demanda internacional.



Explotar (Oportunidades)

- Posicionar Mazarrón como alternativa a destinos saturados mediante productos sostenibles y diferenciados.
- Desarrollar productos de naturaleza y turismo activo (senderos, cicloturismo, enoturismo, bird-watching).
- Crear campañas temáticas que destaquen la diversidad de recursos naturales y culturales del municipio.
- Fomentar la participación en redes empresariales y clústeres turísticos para potenciar las sinergias entre negocios.

ESTRATEGIA CAME

El análisis estratégico realizado ha permitido identificar y priorizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes para Mazarrón. Las estrategias definidas refuerzan las propuestas incluidas en los documentos base, como el Plan director de Turismo de Mazarrón 2018-2023 y el Plan Estratégico Mazarrón 2020-2030, que subrayan la importancia de la sostenibilidad, diversificación turística, movilidad sostenible, digitalización y gobernanza participativa.

El siguiente paso será implementar estas estrategias mediante planes de acción específicos que permitan transformar a Mazarrón en un destino más equilibrado, diversificado y competitivo, alineado con los objetivos de sostenibilidad definidos para 2030.



3

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL DESTINO TURÍSTICO MAZARRÓN

El posicionamiento estratégico del destino Mazarrón es un proceso clave para consolidar su identidad turística, mejorar su competitividad y atraer nuevos perfiles de visitantes. Este proceso se ha desarrollado mediante una mesa de trabajo específica, diseñada para obtener información cualitativa y cuantitativa de los actores del sector a través del formato **Canvas de Destino**. Esta herramienta ha permitido estructurar de manera precisa los elementos fundamentales para definir una propuesta de valor clara y diferenciada, alineada con las expectativas del mercado y las prioridades estratégicas del municipio.



El proceso ha abordado los siguientes elementos clave:

- **Propuesta de Valor del Destino:** Definición de los atributos únicos que diferencian a Mazarrón de otros destinos competidores, incluyendo su patrimonio natural, cultural e histórico, así como su carácter acogedor y sostenible. Estos elementos constituyen la base para construir una narrativa coherente y atractiva para los diferentes públicos objetivo.
- **Segmentos Turísticos Actuales y Potenciales:** Identificación de los segmentos de visitantes que actualmente componen la demanda turística de Mazarrón, así como aquellos que presentan un alto potencial de captación. Esto ha incluido un análisis detallado de perfiles como el turismo cultural, deportivo, de naturaleza y bienestar, entre otros, considerando sus motivaciones, expectativas y patrones de comportamiento.
- **Reordenación de la Oferta Turística:** Reorganización de la oferta en función de segmentos específicos y ámbitos territoriales, con el objetivo de optimizar la experiencia del visitante y fomentar un desarrollo más equilibrado del destino. Esta estrategia busca adaptar los productos y servicios a las características particulares de cada grupo, mejorando así la percepción del destino y su capacidad para atraer turistas de alto valor añadido.
- **Definición del Posicionamiento Deseado:** Síntesis de los elementos clave que deben conformar la identidad del destino en el largo plazo, incluyendo aspectos como la sostenibilidad, la autenticidad y la calidad de los servicios. Este enfoque busca proyectar a Mazarrón como un lugar singular, capaz de atraer visitantes que valoran experiencias auténticas y sostenibles.

En conjunto, este análisis ha permitido establecer una visión estratégica para Mazarrón, que refuerza su capacidad para competir en un mercado global cada vez más exigente y dinámico, a la vez que mejora la cohesión entre los actores locales y promueve un modelo de desarrollo turístico más sostenible y equilibrado.



3.1. PROPUESTA DE VALOR DEL DESTINO

PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIAL

La propuesta de valor de Mazarrón se estructura en torno a cinco pilares estratégicos que reflejan su singularidad como destino turístico:

■ Legado histórico único

Mazarrón atesora un patrimonio histórico excepcional que incluye restos fenicios, vestigios mineros y una rica cultura marinera. Estos elementos no solo conectan el pasado con el presente del Mediterráneo, sino que también refuerzan la identidad cultural del destino. Este legado se refleja en recursos tangibles como el Museo de Salazones, las torres defensivas y los yacimientos arqueológicos, así como en las tradiciones locales que enriquecen la experiencia del visitante.

■ Costa y clima privilegiados

Con 35 km de costa en gran parte virgen y más de 300 días de sol al año, Mazarrón es un referente natural para el turismo de sol y playa. Sus calas protegidas, playas certificadas y aguas cristalinas no solo atraen a turistas en busca de sol, sino también a aquellos que valoran la sostenibilidad y el contacto con entornos naturales bien conservados. La combinación de clima benigno y diversidad costera crea un marco ideal para prolongar la temporada turística más allá de los meses de verano.

■ Naturaleza singular

El entorno natural de Mazarrón es uno de sus principales activos competitivos. Elementos icónicos como las Gredas de Bolnuevo, la Cueva del Agua y los hábitats de posidonia oceánica se combinan con una red de senderos que ofrecen experiencias inmersivas en paisajes únicos. Estos recursos permiten diversificar la oferta turística hacia segmentos interesados en el bienestar, el turismo activo y el contacto directo con la naturaleza.

■ Vida al aire libre todo el año

Mazarrón se posiciona como un destino ideal para actividades al aire libre, gracias a su clima y geografía privilegiada. Deportes como buceo, ciclismo, kayak y senderismo encuentran en el municipio un escenario natural inigualable. Esta oferta permite atraer a perfiles de alto valor, como deportistas y aventureros, que buscan destinos diferenciados para la práctica de actividades “outdoor” durante todo el año.

■ Gastronomía de proximidad

La cocina local de Mazarrón es un reflejo de su identidad mediterránea, basada en productos frescos del mar y de la huerta. Platos tradicionales como pescados a la sal, salazones y recetas elaboradas con productos km 0 refuerzan la autenticidad de la experiencia turística, conectando a los visitantes con la cultura local y fomentando el consumo de productos sostenibles.

PILARES DE MARCA

Pilar	Propósito	Contribución al Posicionamiento
Cultura & Patrimonio	Revalorizar el legado fenicio-minero y el centro histórico	Desestacionaliza la demanda, refuerza la identidad local y amplía el atractivo turístico durante todo el año
Deporte & Náutica	Convertir la bahía en escenario de actividades acuáticas y eventos deportivos de alto impacto	Atrae perfiles de alto gasto, fomenta estancias más largas y genera ingresos adicionales a través de eventos internacionales
Naturaleza & Bienestar	Poner en valor recursos naturales y termales bajo criterios slow travel	Diferencia el destino, prolonga la temporada baja y refuerza su imagen como destino saludable y sostenible
Sol y Playa Responsable	Mantener la playa como puerta de entrada al destino, reduciendo presión estival y promoviendo el turismo sostenible	Fideliza mercados tradicionales, mejora la percepción ambiental y optimiza la capacidad de carga del destino

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL POSICIONAMIENTO

- Diversificación de la Oferta: Superar el enfoque tradicional de sol y playa, incorporando productos turísticos innovadores como cultura, deportes náuticos, bienestar y gastronomía.
- Desestacionalización de la Demanda: Atraer visitantes durante las estaciones de primavera, otoño e invierno, aprovechando el clima favorable y los recursos culturales y naturales del destino.
- Incremento del Gasto Medio: Fomentar el consumo de productos de alto valor añadido, como experiencias culturales, actividades náuticas y servicios de bienestar.
- Refuerzo de la Identidad de Marca: Consolidar la imagen de Mazarrón como un destino auténtico del Mediterráneo, con una identidad clara y diferenciada.
- Garantía de Sostenibilidad: Implementar una gestión equilibrada de recursos y flujos turísticos para proteger los activos naturales y culturales del municipio a largo plazo.

VISIÓN COMPARTIDA DEL DESTINO

“Mazarrón, Mediterráneo auténtico de mar, historia y naturaleza todo el año”

La visión consensuada para Mazarrón refleja su aspiración a consolidarse como un destino mediterráneo auténtico, que ofrece experiencias de calidad durante los 365 días del año. Este posicionamiento se enfoca en conectar a los visitantes con la identidad local del destino, promoviendo una experiencia que combina naturaleza, cultura y sostenibilidad. Esta visión busca alejar al municipio de los modelos turísticos masificados, fortaleciendo su atractivo para segmentos de alto valor y desestacionalizando la demanda.

Esta propuesta de posicionamiento servirá como guía para el diseño de productos, la inversión pública y las acciones de promoción, asegurando la coherencia entre lo que Mazarrón es hoy y lo que aspira a ser en 2030.

3.2. SEGMENTOS TURÍSTICOS ACTUALES Y POTENCIALES

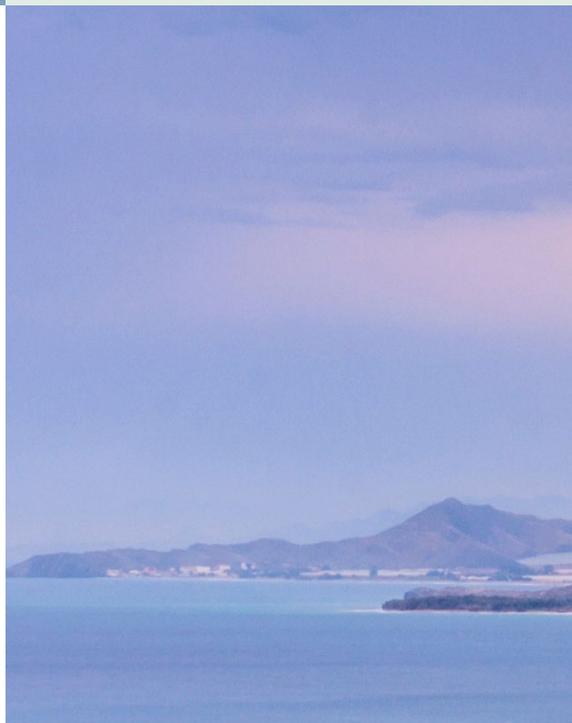
La siguiente matriz sintetiza los principales segmentos turísticos identificados en Mazarrón, considerando su peso actual en la demanda, oportunidades de desarrollo y desafíos específicos. Esta información se ha obtenido a partir de los registros del Observatorio ITREM (2024) y los aportes recogidos en las mesas de trabajo participativas, incluyendo las conclusiones de la Mesa 3 de Posicionamiento y Segmentación Turística del 8 de mayo de 2025. Esta estructura busca proporcionar una visión clara y detallada de las áreas estratégicas para la gestión turística del municipio.

Segmento	Principales Recursos / Productos	Demanda Actual (2024)	Potencial y Oportunidades	Desafíos Clave
Sol y Playa	35 km de costa con más de 30 playas, varias con certificaciones de calidad (Q de Calidad y Bandera Azul) en Bahía, Bolnuevo y Rihuete. Clima favorable con más de 300 días de sol al año.	29,31 % (segmento dominante)	Consolidar certificaciones, diversificar actividades como "Calas y Rutas" para alargar la temporada y mejorar la experiencia del visitante	Alta estacionalidad y presión sobre infraestructuras costeras en verano; riesgo de saturación y deterioro ambiental
Residencial / Larga Estancia	Aproximadamente 500 VUT (≈2.500 plazas) concentradas en urbanizaciones como Camposol, con servicios de proximidad y alta concentración de residentes extranjeros	Flujo estable de británicos, alemanes y belgas fuera de temporada alta	Fomenta la fidelización y desestacionaliza la demanda; creciente interés en bienestar y ocio local	Necesidad de adecuar servicios sanitarios, mejorar la conectividad y regulación específica para VUT
Cultural & Patrimonial	Centro histórico, restos fenicios, patrimonio minero, Museo de Salazones, torres defensivas y rutas temáticas	La motivación "Cultura" ha crecido del 0,83 % al 6,06 % (2022-2024)	Segmento priorizado para diversificar la oferta, elevar el gasto medio y desestacionalizar el destino	Mejorar señalización, interpretación y accesibilidad a recursos patrimoniales; integración en redes culturales nacionales e internacionales
Deportivo & Náutico (turismo activo)	2 puertos deportivos (589 amarres), fondos marinos con posidonia, 14 empresas de turismo activo (buceo, kayak, senderismo, ciclismo, surf)	4,14 % de las motivaciones; creciente interés por actividades al aire libre	Posicionar el destino como "outdoor" durante todo el año; elevado ticket medio y fuerte potencial desestacionalizador	Necesidad de ampliar oferta y eventos, mejorar infraestructura de conectividad y sostenibilidad de recursos naturales
Naturaleza & Bienestar (thermal)	Gredas de Bolnuevo, senderos litorales e interiores, Cueva del Agua con aguas termales	Turismo rural y de naturaleza aún residual (0,04 %), pero con tendencia al alza en "slow travel"	Diferenciación frente a destinos masificados; prolonga la temporada baja y refuerza la identidad del destino	Conservación de recursos naturales, mejora de la accesibilidad y fortalecimiento de la oferta de servicios de bienestar
Eventos y Congresos (MICE)	Fiestas locales consolidadas; alta demanda potencial para espacios multiusos y eventos corporativos	Ferias y congresos apenas representan el 0,01 % de las motivaciones	Alto gasto medio, prestigio y capacidad para captar eventos piloto; refuerza la identidad profesional del destino	Falta de infraestructura adecuada, conectividad interurbana y servicios complementarios para reuniones profesionales
Gastronómico	Productos locales (pescados, salazones, arroces); identidad culinaria destacada y cultura gastronómica regional	0,02 % de motivaciones específicas, pero alta satisfacción entre los visitantes	Aporta valor a otros segmentos, refuerza la identidad local y puede integrar experiencias "km 0" en rutas turísticas	Profesionalizar la oferta, mejorar la comunicación digital y fortalecer la cadena de suministro local
Industrial / Minero	Visitas a minas, lonja de pescado, fábricas de salazones, invernaderos agrícolas	0,32 % de motivaciones "Turismo industrial/otros"	Producto singular que diversifica la oferta y educa sobre la historia económica del territorio	Seguridad, adaptación de espacios para visitas y estrategias de marketing especializado

PRIORIZACIÓN DE SEGMENTOS TURÍSTICOS

La priorización de segmentos constituye el puente entre el análisis de la oferta y la planificación operativa. El objetivo es dirigir los recursos limitados hacia aquellos productos y mercados capaces de maximizar el valor económico, social y ambiental, contribuyendo a la desestacionalización y a la diferenciación del destino.

Para ello se ha diseñado una matriz multicriterio que integra datos del Observatorio ITREM, la capacidad de gasto estimada, la alineación con la identidad del destino y la viabilidad de implementación a corto plazo.



CRITERIOS Y MÉTODO

Para decidir dónde concentrar los recursos públicos y la acción conjunta con el sector se ha aplicado un modelo de puntuación validado por el equipo técnico. Los criterios y sus ponderaciones han sido:

Criterio	Descripción	Peso
Demanda actual	Cuota de motivaciones registradas 2024 (Observatorio ITREM)	30 %
Capacidad de desestacionalización	Potencial para generar flujos en temporada media baja	25 %
Gasto medio estimado	Nivel de gasto diario del visitante tipo	20 %
Alineación con identidad / sostenibilidad	Contribución a la marca "Mediterráneo auténtico" y a los objetivos del PSTD	15 %
Viabilidad 2025 27	Grado de madurez de la oferta y facilidad de puesta en marcha	10 %

Cada segmento se puntuó de 1 (bajo) a 5 (alto) en cada criterio; el resultado ponderado se convirtió a una escala 0 100.

TABLA DE RESULTADOS DE LA PRIORIZACIÓN

Segmento	Demanda (30 %)	Desestacionalización (25 %)	Gasto medio (20 %)	Identidad / Sostenibilidad (15 %)	Viabilidad (10 %)	Puntuación total	Nivel de prioridad
Cultural & Patrimonial	3	5	4	5	4	85	Alta
Deportivo & Náutico	2	5	5	4	4	82	Alta
Naturaleza & Bienestar	1	4	4	5	4	78	Alta
Sol y Playa responsable	5	2	3	3	4	70	Media
Gastronómico	1	3	4	4	3	65	Media
Residencial / Larga estancia	4	3	3	2	2	60	Media
Industrial / Minero	1	2	3	4	3	55	Baja
MICE (aspiracional)	1	4	5	3	2	50	Baja

Interpretación: Los segmentos Cultural & Patrimonial, Deportivo & Náutico y Naturaleza & Bienestar superan la barrera de 75 puntos y se sitúan en el grupo prioritario. Sol y Playa se mantiene como columna vertebral, pero su prioridad es media porque ya concentra recursos y presenta menor capacidad de crecimiento cualitativo. Los segmentos de baja prioridad requieren madurar producto y mercados antes de escalar inversiones

Con esta priorización, Mazarrón alinea sus recursos hacia segmentos de mayor retorno económico, social y ambiental, acelerando el cambio de modelo turístico trazado hasta 2030.

COINCIDENCIAS CON LOS PLANES ESTRATÉGICOS PREVIOS

Los segmentos priorizados para el desarrollo turístico de Mazarrón presentan una clara continuidad con los objetivos definidos en los planes estratégicos previos, incluyendo el **Plan director de Turismo Mazarrón 2018-2023** y el **Plan Estratégico Mazarrón 2020-2030**. Los aspectos coincidentes incluyen:



■ Posicionamiento estratégico

Ambos planes subrayan la necesidad de evolucionar desde un modelo turístico tradicional basado únicamente en "sol y playa" hacia una oferta más diversificada, equilibrada y sostenible. Esto incluye potenciar segmentos como el turismo cultural, deportivo y de bienestar para combatir la estacionalidad y atraer visitantes de mayor valor añadido.

■ Segmentos prioritarios

- **Turismo Cultural y Patrimonial:** Ambos documentos identifican este segmento como fundamental para diversificar la oferta turística, aprovechar los recursos históricos y patrimoniales únicos del municipio y atraer visitantes durante todo el año.
- **Turismo Deportivo y Náutico:** Los dos planes destacan el potencial de Mazarrón para consolidarse como un destino de referencia para deportes náuticos y actividades al aire libre, gracias a sus condiciones naturales y la calidad de sus infraestructuras deportivas.
- **Turismo de Naturaleza y Bienestar:** Se reconoce el valor de los paisajes naturales del municipio y su potencial para atraer visitantes en busca de experiencias de bienestar, salud y conexión con la naturaleza, en línea con las tendencias emergentes de turismo "slow travel" y sostenibilidad.

3.3. REORDENACIÓN DE LA OFERTA

REORDENACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA POR SEGMENTO

La reordenación de la oferta responde a la necesidad de pasar de un catálogo disperso de recursos a un sistema integrado de experiencias que facilite la gestión pública privada y la lectura del destino por parte del visitante. Para ello se ha:

- **Mapeado la oferta existente y los flujos de visitantes, detectando solapamientos y vacíos.**
- **Contrastado buenas prácticas de destinos mediterráneos que han diversificado con distintos ámbitos turísticos.**
- **Datos extraídos de los procesos participativos (Mesas 1, 3)**

El resultado es una nueva arquitectura territorial y temática que conecta los segmentos prioritarios definidos en el posicionamiento con actuaciones concretas de inversión, digitalización y comercialización.

PRINCIPIOS RECTORES

1. **Diversificación equilibrada:** ampliar la propuesta más allá del sol y playa para reducir la estacionalidad y captar nuevos perfiles.
2. **Agrupación territorial y temática:** organizar los recursos en “productos turísticos” que faciliten el diseño de experiencias completa.
3. **Digitalización y señalética inteligente** para conectar puntos de interés, mejorar la experiencia y obtener datos de uso.
4. **Calidad y sostenibilidad** como ejes transversales (SICTED).



PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS EN BASE AL ÁMBITO TERRITORIAL

Cluster	Ámbito	Segmentos vertebradores
Puerto de Mazarrón Bolnuevo	Litoral urbano	Sol y Playa responsable · Náutica & Deportivo · Gastronomía
Centro Histórico Barrios Mineros	Casco antiguo y entorno minero	Cultural & Patrimonial · Industrial/Minero · Eventos
Bahía y Calas vírgenes	Franja litoral oeste y este	Naturaleza & Bienestar · Turismo Activo
Camposol y Urbanizaciones	Interior residencial	Residencial/Larga estancia · Wellness · Golf/Deporte

PRODUCTOS TURÍSTICOS PROPUESTOS EN BASE A SEGMENTO

Segmento prioritario	Recursos que se integran	Forma de agrupación / Club de producto	Producto resultante
Cultural & Patrimonial	Museo de Salazones, restos fenicios, torres defensivas, patrimonio minero, conventos	“Mazarrón Historia Viva”	Ruta Fenicia Minera + Bono Museos
Deportivo & Náutico	2 puertos deportivos, fondos de posidonia, empresas de buceo/kayak, rutas BTT	“Mazarrón Outdoor 365”	Pase náutico multi actividad + Festival de Deportes de Aventura
Naturaleza & Bienestar	Gredas de Bolnuevo, Cueva del Agua, senderos costeros/interiores, aguas termales	“Natur Wellness Mazarrón”	Paquetes slow travel + retiros wellness
Sol y Playa responsable	30+ playas certificadas, servicios estacionales, rutas marítimas	Sello “Playas con Alma”	Packs playa + experiencias locales (gastronomía, cultura)
Gastronómico	Restaurantes km 0, lonja, fábricas de salazones, huerta	“Sabores de la Bahía”	Ruta Gastronómica con Pasaporte + showcookings
Industrial / Minero	Minas abandonadas, Casa Cañadica, Faro, visitas a lonja	“Historia Viva”	Experiencia “Minas y Mareas” + turismo fotográfico
MICE (aspiracional)	Espacios singulares (Casa del Mar, hoteles, puertos)	“Mazarrón Meetings”	Programas y eventos piloto



4



ACTUACIONES PROPUESTAS PARA LA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN





El proceso de transformación del destino Mazarrón hacia un modelo turístico más competitivo, sostenible y auténtico requiere un conjunto integral de actuaciones que respondan a las necesidades identificadas en el diagnóstico sectorial y los objetivos estratégicos definidos para el periodo 2025-2027 como parte del proceso de transformación del modelo de gestión turística de Mazarrón. Este marco temporal se ha establecido principalmente para alinear las acciones locales con los fondos y políticas de la Unión Europea, como el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) y los Fondos Next Generation EU, que tienen un horizonte de implementación que coincide con estos años. Estas actuaciones, alineadas con la visión “Mazarrón, Mediterráneo auténtico”, se enfocan en fortalecer la gobernanza, diversificar la oferta turística, mejorar la conectividad y adoptar tecnologías digitales avanzadas para optimizar la gestión del destino.

Las propuestas presentadas en este apartado han sido diseñadas para capitalizar las ventajas competitivas del municipio, potenciar sus recursos naturales y culturales, y consolidar su identidad como un destino auténtico y diferenciado. Además, estas actuaciones buscan responder a las demandas cambiantes del mercado turístico global, atraer a nuevos segmentos de visitantes y promover un desarrollo equilibrado que beneficie tanto a la comunidad local como a los turistas.



EL ENFOQUE ADOPTADO PARA ESTAS ACTUACIONES INCLUYE:

- **Gobernanza y Gestión Inteligente:** Mejora de las estructuras de gestión del destino para garantizar una toma de decisiones ágil y basada en datos, incluyendo la creación de unidades técnicas especializadas y mesas sectoriales permanentes.
- **Desarrollo de Productos y Experiencias Turísticas:** Diseño de productos innovadores que pongan en valor los recursos históricos, culturales y naturales del destino, fomentando experiencias inmersivas y diversificadas para atraer a turistas de alto valor.
- **Conectividad y Movilidad Sostenible:** Implementación de soluciones de transporte eficientes y sostenibles que mejoren la accesibilidad y reduzcan la presión sobre las infraestructuras costeras.
- **Transformación Digital del Destino:** Uso de tecnologías avanzadas para optimizar la gestión del destino, mejorar la experiencia del visitante y facilitar la comercialización de productos turísticos.
- **Calidad, Sostenibilidad y Resiliencia:** Desarrollo de herramientas para medir y gestionar la capacidad de carga del destino, asegurar altos estándares de calidad y promover prácticas sostenibles en toda la cadena de valor turística.
- **Promoción y Comunicación:** Diseño de campañas de marketing segmentadas y estrategias de contenido digital que refuercen la identidad del destino y aumenten su visibilidad en mercados internacionales.

En conjunto, estas actuaciones buscan transformar a Mazarrón en un destino regenerativo, competitivo y tecnológicamente avanzado, capaz de ofrecer experiencias auténticas y sostenibles que respondan a las expectativas de los viajeros modernos y aseguren beneficios equilibrados entre comunidad, visitantes y ecosistemas.



4.1. GOBERNANZA Y GESTIÓN INTELIGENTE

4.1.1 CREACIÓN DE UNA OFICINA TÉCNICA DEL PSTD (PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO)

- **Descripción:** Formación de una unidad mixta con técnicos municipales, ITREM y un gestor de fondos europeos.
- **Objetivos:** Planificación, licitación, reporting a Secretaría de Estado de Turismo y captación de fondos para proyectos estratégicos.
- **KPIs:**
 - 100% de los hitos del PSTD cumplidos.
 - 90% satisfacción de los actores locales con la gestión del plan.
- **Metas:**
 - Puesta en marcha para el tercer trimestre de 2025.

4.1.2 MESA SECTORIAL PERMANENTE

- **Descripción:** Foros trimestrales con empresarios, asociaciones y vecinos para el seguimiento de indicadores, resolución de incidencias y cocreación de productos turísticos.
- **Objetivos:** Fomentar la participación activa y garantizar la alineación de los actores locales en las decisiones estratégicas del destino.
- **KPIs:**
 - ≥20 asistentes por sesión.
 - 80% de los acuerdos ejecutados dentro de los plazos establecidos.
- **Metas:**
 - 4 sesiones anuales con participación constante.
 - Aumento del 20% en la colaboración público-privada para 2027.

4.1.3 OBSERVATORIO DE DATOS TURÍSTICOS

- **Descripción:** Desarrollo de una plataforma basada en Power BI para monitorizar datos de movilidad, estancias, gasto e índices de sostenibilidad.
- **Objetivos:** Crear un ecosistema de datos abiertos que refuerce la capacidad analítica del destino.
- **KPIs:**
 - 20 informes automáticos/año.
 - Panel en producción para el segundo trimestre de 2026.
- **Metas:**
 - Mejorar la precisión de las decisiones estratégicas mediante datos en tiempo real.
 - Incrementar en un 30% el uso de datos para planificación turística en 2027.



4.1.4 SISTEMA DE CALIDAD INTEGRAL

- **Descripción:** Integración de certificaciones como SICTED, Q de Calidad y el nuevo sello “Playas con Alma” bajo un reglamento local unificado.
- **Objetivos:** Mejorar la calidad de los servicios turísticos y la sostenibilidad del destino.
- **KPIs:**
 - 40 empresas adheridas para 2027.
 - 8 playas certificadas para 2026.
- **Metas:**
 - Posicionar a Mazarrón como referente de calidad en turismo sostenible.
 - Incrementar en un 15% la satisfacción de los visitantes.

4.2. DESARROLLO DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

4.2.1 CULTURA Y PATRIMONIO - PROGRAMA “MAZARRÓN HISTORIA VIVA”

- **Descripción:** Iluminación arquitectónica y señalización interpretativa en restos fenicios y torres defensivas, junto con el desarrollo de una app de realidad aumentada “Mazarrón 3D”.
- **Objetivos:** Desestacionalizar la demanda y reforzar la identidad cultural del destino.
- **KPIs:**
 - +20% en entradas a museos para 2027.
 - Índice de satisfacción del visitante $\geq 4,5/5$.
- **Metas:**
 - Lanzar la app “Mazarrón 3D” para el segundo trimestre de 2027.
 - Aumentar en un 30% el número de visitantes en el centro histórico para 2027.



4.2.2 DEPORTE Y NÁUTICA - “MAZARRÓN OUTDOOR 365”

- **Descripción:** Renovación de infraestructuras náuticas, homologación de rutas BTT y organización de eventos deportivos anuales.
- **Objetivos:** Consolidar Mazarrón como un destino deportivo durante todo el año.
- **KPIs:**
 - 5.000 participantes acumulados en eventos deportivos.
- **Metas:**
 - Incrementar el ticket medio de los visitantes en un 20%.
 - Crear al menos 5 rutas BTT homologadas para 2026.

4.2.3 NATURALEZA Y BIENESTAR - “NATURWELLNESS MAZARRÓN”

- **Descripción:** Creación de miradores accesibles, recuperar el centro termal en Camposol y programas de observación de fauna.
- **Objetivos:** Atraer turistas en busca de bienestar y contacto con la naturaleza.
- **KPIs:**
 - +10% en visitas a espacios naturales en temporada baja.
 - Índice de conservación ambiental $\geq 90\%$.
- **Metas:**
 - Establecer al menos 5 plataformas de observación para 2025.
 - Crear un circuito de bienestar para 2027.

4.2.4 SOL Y PLAYA RESPONSABLE - “PLAYAS CON ALMA”

- **Descripción:** Instalación de sensores de aforo, chiringuitos sostenibles y programas de voluntariado para limpieza de playas.
- **Objetivos:** Mantener la competitividad del producto sol y playa minimizando los impactos ambientales.
- **KPIs:**
 - Reducción del 15% en residuos de playas.
 - Índice de satisfacción en playas $\geq 4,6/5$.
- **Metas:**
 - Instalar sensores en al menos 4 playas para 2026.
 - Crear una red de voluntariado con 100 participantes anuales.



4.3. CONECTIVIDAD Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

4.3.1 LANZADERA ESTACIONAL Y RUTAS MULTIMODALES

- **Descripción:** Creación de una lanzadera estacional y una app de rutas multimodales para mejorar la movilidad turística.
- **Objetivos:** Reducir el uso de vehículos privados y mejorar la experiencia del visitante.
- **KPIs:**
 - -10% en uso de vehículos privados en zonas costeras.
 - +25% en usuarios de transporte público para 2027.
- **Metas:**
 - Establecer 3 rutas principales para el tercer trimestre de 2026.
 - Incrementar el uso de transporte público en un 30% para 2027.

4.4. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL DESTINO

4.4.1 PLATAFORMA DIGITAL “MAZARRÓN 360”

- **Descripción:** Desarrollo de una aplicación móvil para gestión de reservas y experiencias turísticas.
- **Objetivos:** Mejorar la experiencia digital del visitante y optimizar la gestión del destino.
- **KPIs:**
 - 25.000 descargas anuales.
 - Ratio de conversión de reservas del 12%.
- **Metas:**
 - Implementar al menos 10 puntos de acceso WiFi para 2026.
 - Crear un marketplace con 50 proveedores locales para 2027.

4.5. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO

4.5.1 CAMPAÑAS MULTISEGMENTO Y TEMÁTICAS

Para posicionar a Mazarrón como un destino turístico competitivo y diferenciado, se propone el diseño de campañas multisegmento que respondan a las características únicas del destino y a los perfiles prioritarios identificados. Las campañas estarán estructuradas en torno a las principales motivaciones de viaje y los pilares del posicionamiento estratégico.



PROPUESTAS DE CAMPAÑAS:

Otoño - Cultura y Patrimonio:

- **Campaña:** "Historias del Mediterráneo"
- **Objetivo:** Promover los recursos culturales e históricos del destino, como los restos fenicios, las torres defensivas y el patrimonio minero.
- **Estrategias:** Producción de vídeos cortos para redes sociales, rutas guiadas con influencers culturales y colaboración con bloggers especializados en historia y patrimonio.
- **Canales:** YouTube, Instagram, Facebook y blogs especializados.
- **KPIs:**
 - +30% en visitas a museos y sitios históricos.
 - Aumento del 20% en las búsquedas online relacionadas con la historia de Mazarrón.

Primavera - Turismo Deportivo y Náutico:

- **Campaña:** "Mazarrón en Movimiento"
- **Objetivo:** Posicionar a Mazarrón como un destino ideal para actividades al aire libre y deportes náuticos.
- **Estrategias:** Vídeos de aventura, contenido generado por usuarios (UGC), retos deportivos en redes sociales y campañas de publicidad programática geolocalizada.
- **Canales:** Instagram, TikTok, YouTube y portales especializados en deportes.
- **KPIs:**
 - 5.000 participantes acumulados en eventos deportivos para 2027.

Verano - Sol y Playa Responsable:

- **Campaña:** "Playas con Alma"
- **Objetivo:** Fidelizar a los turistas tradicionales de sol y playa, promoviendo un turismo responsable.
- **Estrategias:** Concursos fotográficos, campañas de sensibilización sobre la sostenibilidad y contenido interactivo en redes sociales.
- **Canales:** Instagram, Facebook, TikTok y plataformas de reserva de viajes.
- **KPIs:**
 - Reducción del 15% en residuos en playas.
 - Aumento del 20% en la satisfacción de los visitantes en las principales playas del destino.

Invierno - Naturaleza y Bienestar:

- **Campaña:** "Mazarrón, Respirar y Conectar"
- **Objetivo:** Atraer visitantes interesados en experiencias de bienestar y contacto con la naturaleza durante la temporada baja.
- **Estrategias:** Colaboración con microinfluencers de bienestar, contenido de experiencias slow travel y campañas de email marketing a segmentos específicos.
- **Canales:** LinkedIn, Instagram, blogs de bienestar y plataformas de viajes de lujo.
- **KPIs:**
 - +10% en visitas a espacios naturales en temporada baja.
 - Aumento del 15% en las reservas para retiros de bienestar.

4.5.2 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y MARKETING DE CONTENIDOS

Para fortalecer la presencia digital de Mazarrón y mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda, se recomienda:

- **Desarrollo de vídeos promocionales** que destaquen las experiencias auténticas del destino.
- **Creación de un canal oficial de YouTube** con series documentales sobre la historia, naturaleza y gastronomía de Mazarrón.
- **Implementación de campañas de contenido interactivo**, como recorridos virtuales y vídeos en 360°.
- **Incentivos fiscales y apoyo logístico** para producciones cinematográficas y anuncios publicitarios que utilicen localizaciones emblemáticas del destino (modelo Peñíscola).
- **KPIs:**
 - +30% en tráfico web internacional.
 - 1 millón de visualizaciones en YouTube para 2027.

4.5.3 PROGRAMA DE EMBAJADORES Y MICROINFLUENCERS

- **Descripción:** Formación de residentes extranjeros como microinfluencers para promocionar el destino en mercados clave como Reino Unido, Bélgica y Países Bajos.
- **Objetivos:** Crear una comunidad de embajadores que refuercen la identidad del destino y generen contenido auténtico para redes sociales.
- **KPIs:**
 - +50 microinfluencers activos para 2027.
 - +20% en menciones y contenido generado por usuarios (UGC) sobre Mazarrón.
- **Metas:**
 - Incrementar en un 30% las reservas directas desde estos mercados para 2027.
 - Aumentar la visibilidad del destino en plataformas como Instagram y TikTok.

4.5.4 ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS Y PRENSA

- **Creación de un calendario anual de eventos de prensa**, viajes de familiarización (fam trips) y visitas de bloggers e influencers.
- **Participación en ferias internacionales y eventos turísticos** para promover el destino entre profesionales del sector.
- **Alianzas estratégicas con medios de comunicación y plataformas digitales** para ampliar el alcance de las campañas.
- **KPIs:**
 - +30% en menciones del destino en medios internacionales.

4.5.5 MARKETING DIGITAL Y AUTOMATIZACIÓN DE CAMPAÑAS

- **Implementación de herramientas de automatización para gestionar campañas** multicanal, segmentar audiencias y optimizar el retorno de inversión.
- **Uso de tecnologías de geolocalización y big data** para personalizar mensajes y ofertas en tiempo real.
- **Integración con plataformas de gestión de reservas y experiencias** (p.ej., Mazarrón 360).
- **KPIs:**
 - 10.000 descargas de la app "Mazarrón 360" para 2027.
 - +30% en tráfico web orgánico.



CONCLUSIONES Y A PASOS A SEGUIR

5

La segunda fase del proyecto ha permitido establecer una base sólida para la transformación del modelo de gestión turística de Mazarrón. Se han identificado las principales fortalezas y oportunidades del destino, así como los retos y desafíos a superar para consolidarlo como un destino competitivo, sostenible y atractivo a largo plazo.

LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES DE ESTA FASE SON:

- **Posicionamiento Estratégico del Destino:** Mazarrón se ha definido como un destino auténtico, sostenible e innovador, con una oferta turística diversificada que abarca desde experiencias culturales y patrimoniales hasta turismo regenerativo.
- **Segmentación Priorizada:** Se han identificado segmentos clave como turismo cultural y patrimonial, turismo deportivo y náutico, turismo de naturaleza y bienestar, y turismo regenerativo, alineados con los recursos únicos del territorio.
- **Reordenación de la Oferta Turística:** Las actuaciones propuestas buscan crear una oferta diversificada y de alta calidad, con un enfoque en sostenibilidad, digitalización y gobernanza para atraer visitantes durante todo el año.

PRÓXIMOS PASOS EN LA FASE 3:

- Definir un modelo de gestión integral que articule la colaboración público-privada y garantice la sostenibilidad del destino.
- Desarrollar un plan de implantación que incluya cronogramas, responsables, indicadores de éxito y mecanismos de seguimiento y evaluación.
- Crear estrategias de comunicación y promoción para consolidar la nueva identidad del destino.
- Fortalecer los mecanismos de gobernanza participativa para asegurar decisiones inclusivas y transparentes.
- Implementar sistemas de monitoreo para medir el impacto y ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos.



ANEXO 1

FUENTES PRINCIPALES





1. **Plan director de Turismo Mazarrón 2018-2023**
2. Documento oficial que define las estrategias turísticas iniciales para Mazarrón.
3. **Plan Estratégico Mazarrón 2020-2030**
Plan estratégico municipal que establece objetivos y acciones clave para el desarrollo sostenible y competitivo del municipio.
4. **Entregable Fase I: Identificación de Necesidades y Diagnóstico del Sector**
Documento previo del mismo proyecto, donde se realiza la identificación inicial de actores (stakeholders) y diagnóstico turístico preliminar.
5. **Conclusiones Mesa 1: Necesidades del sector turístico de Mazarrón**
Resultados obtenidos en sesiones participativas de abril y mayo 2025, centradas en la detección y priorización de necesidades estructurales, operativas y promocionales.
6. **Conclusiones Mesa 2: Análisis estratégico del sector turístico de Mazarrón (DAFO-CAME)**

Resultados de la sesión participativa en la que se elaboró el análisis estratégico mediante la metodología DAFO-CAME.

7. **Conclusiones Mesa 3: Posicionamiento y Segmentación Turística**

Resultados de sesiones participativas destinadas a definir el posicionamiento estratégico deseado y la priorización de segmentos turísticos.

8. **Documentos y bases de datos oficiales:**

- Registro de empresas turísticas de la Región de Murcia: <https://www.itrem.es>
- Portal de Turismo Región de Murcia: <https://www.turismoregiondemurcia.es>
- Portal oficial SICTED: <https://www.calidadendestino.es>
- Ayuntamiento de Mazarrón: <https://www.mazarron.es>

Estas fuentes han servido para fundamentar, contrastar y garantizar la continuidad y coherencia de las propuestas planteadas en el presente documento.



**TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN:
GOBERNANZA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

**ANÁLISIS PARTICIPATIVO, POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO
Y ACTUACIONES PARA LA DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE MAZARRÓN**

