

Extremadura se lanza a por un turista de alto poder adquisitivo, pero que huye de la ostentación, sino que busca experiencias exclusivas a la vez que auténticas. La consejería de Cultura ha puesto en marcha una contratación para elaborar la estrategia y el plan de acción «para el lujo silencioso».

Este nuevo contrato está dotado con 51.500 euros y tiene un plazo de ejecución de cinco meses. Según recoge el pliego de condiciones, «el lujo silencioso es una tendencia que se aleja del lujo ostentoso y evidente». Se trata de una oferta «que se basa en la atención y los detalles; donde se valora lo intangible, se prioriza la calma, la autenticidad y las experiencias».

«El lujo ya no se mide tanto por la ostentación sino por la emoción», añade la documentación del contrato. «Nuestra propuesta de lujo está basada en disfrutar de experiencias que marquen la diferencia. Una forma de turismo tranquila donde el tiempo se para y lo importante es disfrutar de cada minuto, donde sentir la experiencia del destino y respirar el bienestar de tomarse la vida con calma».

Para ello, se pretende incidir en «alojamientos discretos pero exclusivos, experiencias únicas que huyen de la masificación, establecimientos con una cuidada atención al detalle y que ofrecen servicios especiales y personalizados». Todo ello con un enfoque orientado al disfrute, al bienestar y la conexión con lo autóctono y lo local, que permita ofrecer experiencias únicas «que aporten ese lujo sin estridencias que es vivir con tranquilidad y disfrutar del momento».

La estrategia extremeña estará dirigida a un turista tanto nacional como internacional, «un viajero sofisticado y sibarita que prioriza experiencias personalizadas, exclusivas y enriquecedoras, pero sin que sea necesaria la ostentación».

La consejería de Cultura quiere conocer, estructurar y posicionar el segmento turístico denominado lujo silencioso en Extre-



Extremadura se lanza a por el lujo silencioso

Turismo. La Junta convoca un concurso para elaborar una estrategia que permita atraer a viajeros que gastan sin ostentación

JUAN SORIANO



madura mediante una metodología que combine investigación de mercados, análisis estratégico y plan de marketing.

El objetivo es conocer la oferta y la situación actual del turismo de lujo en la región, así como identificar los establecimientos y servicios extremeños que pueden formar parte de este tipo de oferta y elaborar con ellos una base de datos.

También se pretende conocer la percepción de la imagen de Extremadura como destino turístico y en particular dentro del tu-

rismo experiencial y de lujo; identificar al público objetivo actual y potencial de este segmento y analizar otras acciones, buenas prácticas y tendencias que puedan servir como ejemplos a seguir para la región. En concreto, se deberá analizar al menos cin-

El fin último de Cultura y Turismo es contribuir a la desestacionalización de la demanda y prolongar la estancia media

co destinos de referencia nacionales e internacionales que tengan características en común con Extremadura.

Por último, se requiere diseñar una estrategia de marketing y un plan de acción para la promoción del segmento y la creación de contenidos para la promoción del lujo silencioso en la comunidad.

Un plan trianual

El plan de acción tendrá carácter trianual (2026-2029) y deberá incluir un cronograma, el pre-

supuesto estimado y una propuesta de acciones e indicadores de desempeño. Este apartado deberá incluir los planes de medios, así como posibles contenidos para el desarrollo de la estrategia de comunicación. También se deberán plantear otras acciones susceptibles de fomentar la promoción, como asistencia a ferias especializadas, acuerdos de comarketing, colaboración con influencers o alianzas con medios de comunicación o prescriptores afines con el público objetivo y el segmento.

Asimismo, la empresa tendrá que elaborar un documento resumen de las bases para la creación de un sello o club de producto 'Lujo Silencioso', con su reglamento preliminar, los beneficios para sus integrantes y los criterios de adhesión.

Como recoge la documentación del contrato, el fin último es contribuir a la desestacionalización de la demanda, así como la prolongación de la estancia media, con la consecuente mejora de la competitividad y consolidación de Extremadura como destino de turístico.

La Junta actualizará su estrategia de turismo de naturaleza y deportivo

J. S.

MÉRIDA. La Junta de Extremadura actualizará su estrategia de turismo de naturaleza y deportivo, con especial atención a productos como el turismo de aves y el astroturismo, para tratar de atraer más viajeros a la región.

La consejería de Cultura y Turismo ha convocado un concurso dotado con 64.600 euros y un plazo de ejecución de seis meses para el desarrollo de estos trabajos. La actualización incluirá la revisión de la estrategia existente, el análisis de la evolución del segmento de turismo de natura-

leza y deportivo y de los nuevos recursos y productos turísticos vinculados a la naturaleza y la práctica deportiva en la región y la oferta de nuevos eventos en esta materia. También se pretende el estudio de los datos obtenidos, el diagnóstico, la formulación estratégica actualizada, la

identificación de mercados emisores prioritarios de este producto y el estudio de tendencias.

Los trabajos se completarán con la planificación de acciones, el diseño de una metodología que asegure una correcta gestión y desarrollo del producto y la presentación pública de los resultados en coordinación con los agentes implicados.

El nuevo plan de acción tendrá un horizonte temporal de 2026 a 2030 y deberá incluir las propuestas de actuaciones promocionales, un plan de marketing y un ca-

lendario de eventos regionales, nacionales e internacionales.

Para la consejería de Cultura, la pandemia supuso un cambio de paradigma turístico y el concepto de sostenibilidad ganó importancia en el sector. «Actualmente el turista busca destinos no masificados, espacios recónditos, rurales, abiertos, naturales, que conserven sus ecosistemas», recoge la documentación del contrato. El Gobierno regional considera que Extremadura cumple con todos esos perfiles para ser un destino preferente.