

## Productos locales y ecoturismo. Marca de garantía “Territorio Sierra Espuña”

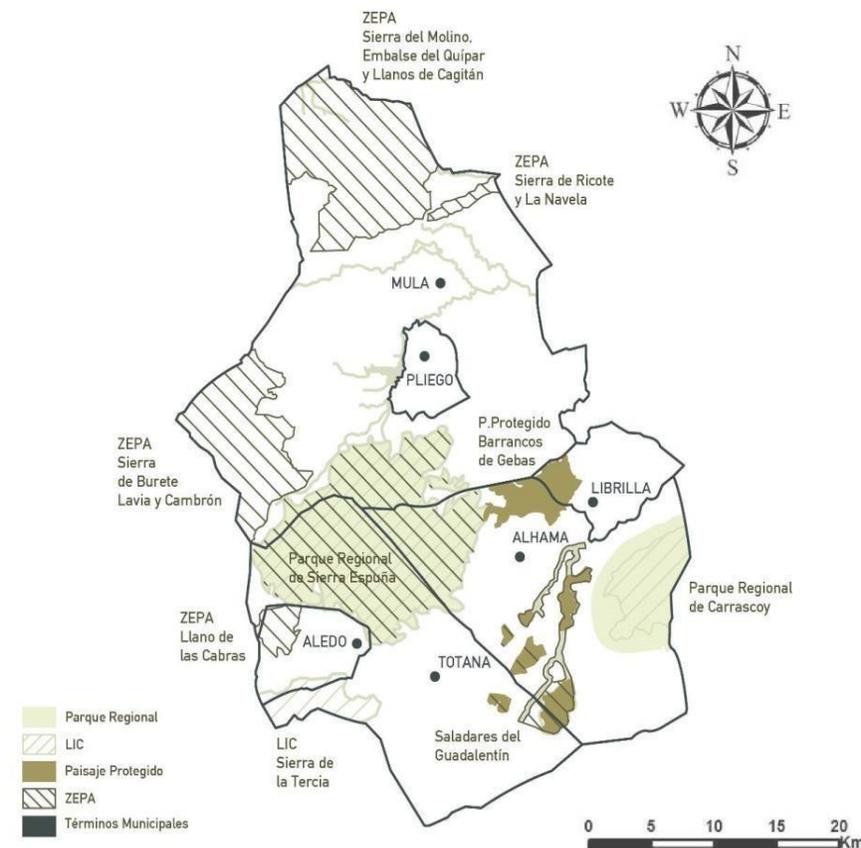
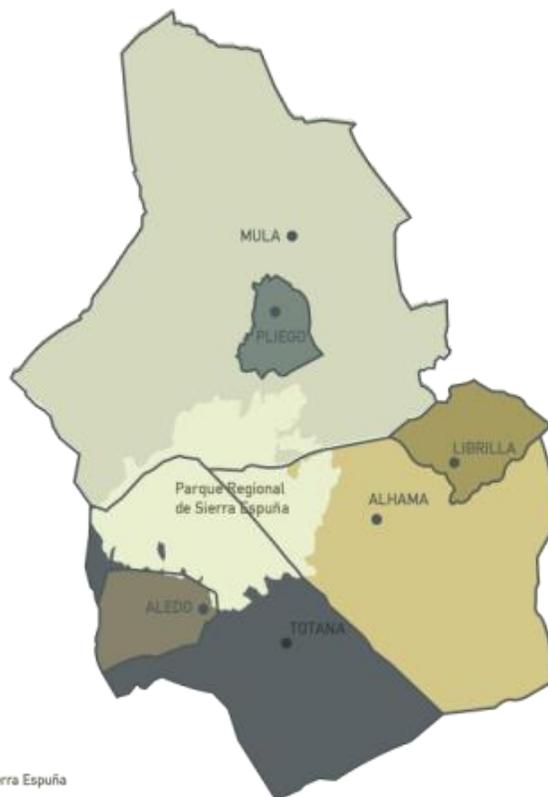


MARCA DE GARANTÍA  
“TERRITORIO SIERRA ESPUÑA”

- 6 términos municipales
- 2 comarcas geográficas
- 1.370 km<sup>2</sup>
- 81.142 habitantes
- 47.551 hectáreas protegidas (34,8%)

- 2 Conjuntos Históricos
- Más de 50 BIC
- 8 museos
- 4 Patrimonio de la Humanidad
- 4 Oficinas de Información / Centro de visitantes

## REGIÓN DE MURCIA



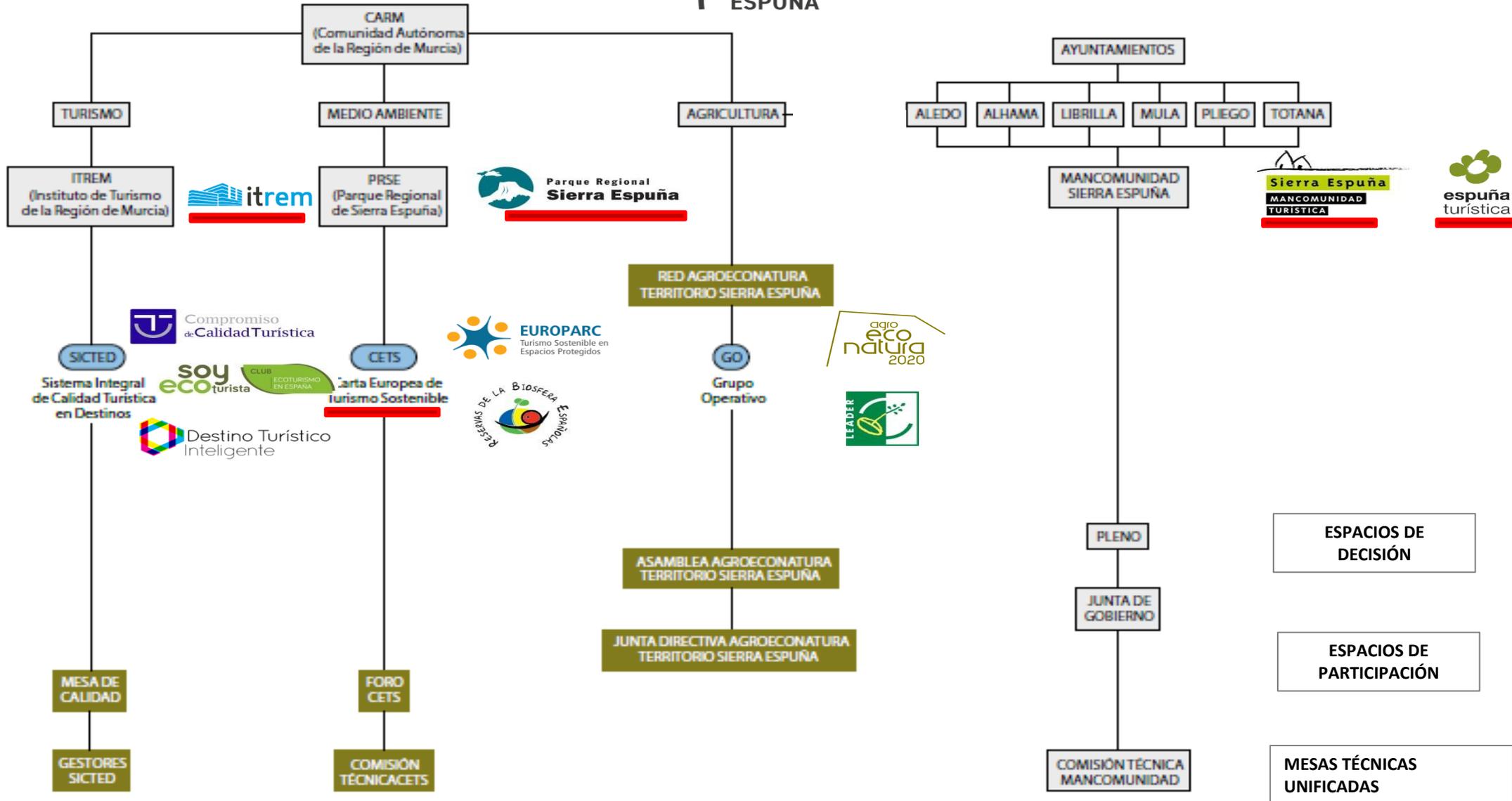
- 1995 Creación del **Grupo de Acción Local** (Integral, Sociedad para el desarrollo rural) para impulsar el desarrollo socioeconómico de las comarcas del Noroeste, Pedanías Altas de Lorca, Bajo Guadalentín, Río Mula, y Sierra Espuña, abarcando una superficie de 4.583,4 Km<sup>2</sup> (14 municipios), lo que representa el 40,5% de la superficie regional.
- 1999 Creación **asociación de empresarios** (Espuña Turística)
- 2001 Creación de la **Mancomunidad de Sierra Espuña**.
  - 2001-2004 Ejecución de un Plan de Dinamización Turística.
  - 2005-2006 Ejecución de un Plan de Promoción y Comercialización Turística.
  - 2007-2001 Plan de Infraestructuras.
  - 2011 Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos.
  - 2020 Plan de Sostenibilidad Turística.
- 2012 **Carta Europea de Turismo Sostenible** de Sierra Espuña y su área de Influencia socioeconómica.
  - Plan de Acción 2012-2016.
  - Plan de Acción 2017-2021.
- 2020 **Plan de Sostenibilidad Turística** del Territorio SE 2020-2023



## PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURISTICA DEL TERRITORIO SIERRA ESPUÑA

Eje	Línea
1. Adecuación de los recursos culturales y naturales para su aprovechamiento turístico sostenible	1.1. Adecuación de los recursos para reforzar la oferta conjunta de turismo cultural
	1.2. Adecuación de los recursos naturales para reforzar la oferta de productos ecoturísticos
2. Incremento de la calidad y la competitividad del destino y de su sector turístico	2.1. Mejora de la calidad y la seguridad en los servicios
	2.2. Posicionamiento como destino ecoturístico accesible
	2.3. Mejora de la competitividad
3. Mejora de la comunicación	3.1. Mejora de la información
	3.2. Mejora de la promoción
	3.3. Mejora de la comercialización
4. Mejora de las infraestructuras turísticas	4.1. Mejora de las infraestructuras turísticas
5. Refuerzo de la gobernanza colaborativa, sensibilización y fomento de la participación en aras de la sostenibilidad	5.1. Sensibilización sobre la sostenibilidad turística
	5.2. Mejora de la gobernanza y refuerzo de la participación

# ORGANIGRAMA Y HERRAMIENTAS DE PARTICIPACIÓN



## ESTUDIO DEL POTENCIAL DEL TERRITORIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MARCA LOCAL

- Plan de Acción CETS 2012-2016

- Tema Clave 9: **Desarrollo Económico y Social**

- **Acción 9.7.** Potenciar una imagen de marca que actúe de paraguas entre todos los agentes públicos y privados que incidan en la promoción del destino turístico

- **Acción 9.8.** Elaboración de un documento de requisitos para obtener la marca paraguas que identifique la producción local de calidad.



- 37% Superficie de producción ecológica regional (8.556 has)
- 57 Elaboradores de productos ecológicos
- 17 Artesanos alimentarios y 24 no alimentarios
- 3 D.O
- Mayores productores de almendra de la Región (5.722 has)
- 19 servicios turísticos de calidad



ACTUALIZADO  
EN 2020



- ↑ Superficie Cultivo ecológico
- ↓ Explotaciones de menos de 2 has
- ↓ Artesanos

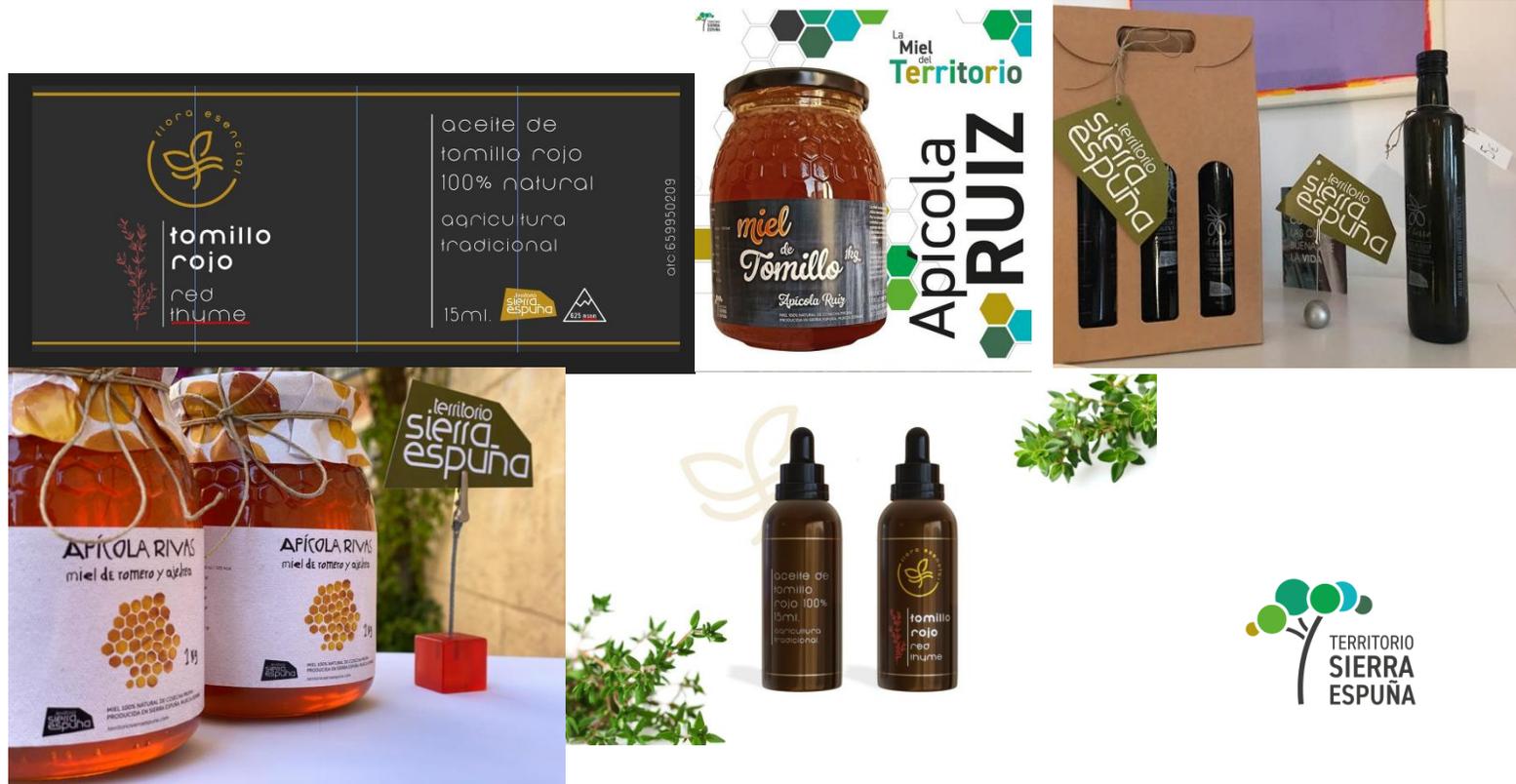
## CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS AGRICULTORES

- Plan de Acción CETS 2017-2021

- Tema Clave 7: **Procurar Beneficios para la Población Local**

- **Acción 7.2.** Puesta en valor de la agricultura, ganadería y apicultura tradicional

- 42 socios (pequeños agricultores, administraciones públicas, asociaciones de vecinos y conservacionistas y otras personas)
- Proyecto de Innovación Agraria.
- Proyecto Leader para implantar la marca.
- Proyecto de empleo "AgroecoEspuña".
- Preparando un segundo proyecto de innovación agraria.



agro  
eco  
natura  
2020

## CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA DE GARANTÍA

- Plan de Acción CETS 2017-2021

- Tema Clave 7: **Procurar Beneficios para la Población Local**

- **Acción 7.1**. Implantación de la Marca de Destino Territorio Sierra España.



- Carnes y embutidos
- Frutas, hortalizas y cítricos
- Conservas, encurtidos y productos cosméticos
- Carne, Leche y embutidos
- Vino y licores.



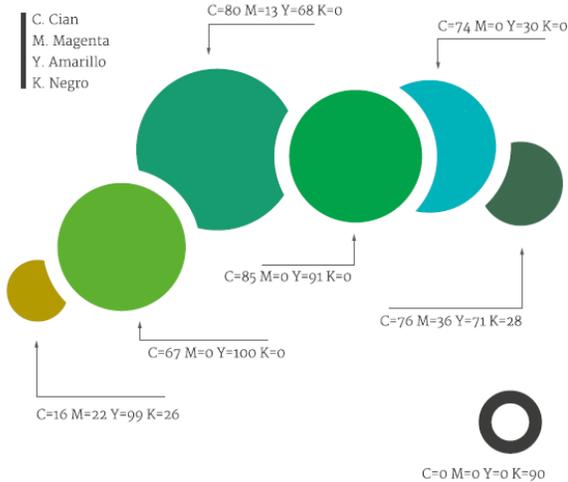
# IMAGEN DE MARCA



Tamaño mínimo recomendado



Negativo







# Un día con el Pastor



## RETOS DE LA MARCA DE GARANTÍA TERRITORIO SIERRA ESPAÑA

- Dar a conocer la marca en todos los rincones del territorio y multiplicar las autorizaciones de uso.
- Construir un paquete de herramientas y beneficios para los autorizados.
- Promover un sistema alimentario territorializado que potencie el consumo de producto local.
- Introducir los productos en la cadena de valor del turismo.
- Crear más agroexperiencias en colaboración con el sector primario

## VIDEO

<https://www.youtube.com/watch?v=ym2fhNNSVmk>



TERRITORIO  
**SIERRA**  
**ESPUÑA**

Francisco José Sánchez Férez  
Gerente Mancomunidad de Sierra Espuña  
[quico@territoriosierraespuna.com](mailto:quico@territoriosierraespuna.com)  
629909475