

# ESTRUCTURA TURÍSTICA DE LA REGIÓN DE MURCIA



## TEMARIO



Versión: 9.0  
Actualización: Octubre 2015

**Autores:**  
Jesús N. Galindo Sánchez  
Pascuala Pérez García



**Edición:**

*Instituto de Turismo de  
La Región de Murcia.-*

**Elaboración y Autores:**

*Jesús N. Galindo  
Pascuala Pérez*

Última edición: Octubre 2015

©Reg. Propiedad Intelectual 562/2012

Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total  
o parcial sin permiso expreso y  
por escrito del "Instituto de  
Turismo de la Región de Murcia"

### **1.-Introducción**

- 1.1) Objetivos generales del curso
- 1.2) Contexto económico mundial. Características básicas
- 1.3) Breve análisis de la economía mundial
- 1.4) Comportamiento del sector turístico a nivel mundial
- 1.5) Valoración del sector turístico en España, del año 2014 y perspectivas para el 2015

### **2.-Historia reciente del turismo en la Región de Murcia**

- 2.1) La Región de Murcia
- 2.2) El Mar Menor
- 2.3) La Manga del Mar Menor
- 2.4) La Costa Sur
- 2.5) El Interior
- 2.6) Estadísticas (turistas y pernoctaciones)

### **3.-Estructura turística de la Región de Murcia (Antecedentes)**

- 3.1) Evolución de la estructura turística de la Región de Murcia
- 3.2) Figuras legales asociativas creadas en la Región:
  - a).- Consorcios Turísticos
    - Administrativos
    - Empresariales
  - b).- Mancomunidades Turísticas de Municipios
    - Valle de Ricote
    - Sierra Espuña
    - Noroeste
    - Nordeste
  - c).- Asociaciones Empresariales (Sectoriales)

### **4.-Organización de la Administración Turística de la Región de Murcia**

- 4.1) La Consejería de Turismo: Organigrama y funciones
  - 4.1.1 Organigrama de la Consejería
  - 4.1.2 La Comisión Interdepartamental de Turismo
- 4.2) El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (Planes y Áreas de gestión)
  - 4.2.1 Organigrama del Instituto de Turismo
  - 4.2.2 Planes y Estudios
  - 4.2.3 Estructuras de Gestión y Organización
    - 4.2.31 Configuración Administrativa (La Secretaría General Técnica y la Oficina de Ordenación del Turismo.
    - 4.2.32 La Promoción, la Comunicación y la Innovación.
    - 4.2.33 La Formación y Cualificación específica para el sector turístico
    - 4.2.34 Otras entidades integradas en el sector turístico

### **5.-Planes de Excelencia y Dinamización**

- 5.1) Planes de Excelencia: Características
- 5.2) Planes de Dinamización: Características
- 5.3) Relación de Planes de Excelencia y Dinamización de la Región de Murcia
- 5.4) Objetivos de los Planes de Excelencia y Dinamización

### **6.-Otros programas e Iniciativas de Fomento del Turismo**

- 6.1) Turismo 2020
  - 6.1.1. Plan del Turismo Español Horizonte 2020
  - 6.1.2. Planes de Competitividad
- 6.2) Leader I
- 6.3) Leader II

- 6.4) Leader Plus
- 6.5) Leader

### **7.-Recursos Turísticos de la Región de Murcia**

- 7.1) Recursos Naturales
- 7.2) Recursos Histórico-Monumentales
- 7.3) Recursos Culturales

### **8.-Productos Turísticos**

- 8.1) Definición de Producto turístico
- 8.2) Productos turísticos inicialmente identificados en la Región de Murcia
- 8.3) Descripción actualizada de los diversos Productos Turísticos que se comercializan en la Región de Murcia.
- 8.4) Análisis estructural de diversos productos turísticos y su interrelación con los mercados potenciales.
- 8.5) Comportamiento de la Oferta y la Demanda.

### **9.-Grandes proyectos turísticos impulsados por la Administración Regional**

- 9.1) Cartagena Puerto de Culturas
- 9.2) Lorca Taller del Tiempo
- 9.3) Caravaca Jubilar
- 9.4) Murcia Cruce de Caminos

### **10.- Infraestructuras turísticas**

- 10.1) Infraestructuras de Comunicación
  - Carreteras
  - Ferrovias
  - Aeroportuarias
  - Portuarias
  - Otras: Estaciones de Autobuses y Taxis
- 10.2) Alojamientos turísticos
  - Alojamientos Hoteleros
  - Apartamentos Turísticos
  - Campings
  - Alojamientos Rurales
- 10.3) Establecimientos de Restauración
- 10.4) Proyectos de Ordenación del Territorio
  - Directrices y Plan de Ordenación del Litoral
  - Diversas actuaciones de Interés Regional

### **11.- Estrategias de Desarrollo Turístico**

- 11.1) Conclusiones del diagnóstico
- 11.2) Ejes Estratégicos
  - 11.2.1 Eje 1- Gestión y coordinación de Destinos Turísticos.
  - 11.2.2 Eje 2- Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos
  - 11.2.3 Eje 3- Nuevas formas de Promoción y Comunicación.
  - 11.2.4 Eje 4- Nuevas estrategias de INNOVACIÓN.
- 11.3) Plan de Actuación
  - 11.3.1 Gestión y coordinación de Destinos Turísticos
  - 11.3.2 Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos
  - 11.3.3 Nuevas formas de Promoción y Comunicación
  - 11.3.4 Nuevas Estrategias de INNOVACIÓN

### **12.- La Cuenta Satélite del Turismo de la Región de Murcia**

- 12.1) El impacto económico del Turismo
  - 12.1.1 El PIB Turístico

- 12.1.2 Aportación del Turismo al PIB Regional
- 12.1.3 Efectos directos e indirectos del Turismo
- 12.2) El impacto del Turismo en el empleo
- 12.3) Análisis de la Demanda Turística
  - 12.3.1 Afluencia de visitantes y estacionalidad
  - 12.3.2 Flujos Turísticos
  - 12.3.3 Mercados emisores
    - 12.3.31 Mercados Nacionales
    - 12.3.32 Mercados Internacionales
  - 12.3.4 Afluencia según motivaciones
- 12.4 Análisis de la Oferta Turística
  - 12.4.1 Oferta de Alojamiento Colectivo
  - 12.4.2 Oferta de Alojamiento Privado
  - 12.4.3 Oferta Complementaria
- 12.5 Conclusiones y Resultados

### **1.1 Objetivos generales del curso**

### **1.2 Contexto económico mundial: Características básicas**

### **1.3 Breve análisis de la economía mundial**

### **1.4 Comportamiento del sector turístico a nivel mundial**

### **1.5 Valoración del sector turístico en España, del año 2014 y perspectivas para el 2015**

#### **1.1 Objetivos Generales del Curso**

El objetivo general es dotar al alumno de la capacidad para el análisis que le permita identificar las peculiaridades del sector turístico de la Región de Murcia, conocer los diferentes agentes que participan y tienen responsabilidades en el citado sector, así como todos aquellos aspectos relacionados con:

- La estructura turística.
- Los recursos y productos turísticos de la Región de Murcia y su configuración.
- La Gestión del Turismo en la Comunidad Autónoma de Murcia.
- Los órganos de la Administración Regional con competencias en el sector.
- Planes y Programas de Fomento del Turismo.
- Grandes proyectos turísticos impulsados por la Administración Regional.
- Infraestructuras turísticas.

#### **Documentos de apoyo para la elaboración del presente temario**

- Plan de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia. Año 1996
- Plan de Fomento del Turismo de la Región de Murcia. Año 2002/2006
- Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006/2012
- Estrategias de Desarrollo Turístico (Región de Murcia) 2010-2015
- Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. Secretaría General de Turismo
- Página Web de la Consejería de Turismo
- Portal Turístico "murciaturistica.es"
- Páginas Web de los Productos "Lorca Taller del Tiempo", "Cartagena Puerto de Culturas" y "Caravaca Jubilar"
- Unidad de Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia
- Página Web de la Consejería de Obras Públicas
- Página Web de la Consejería de Agricultura y Agua (Medio Ambiente)
- Página Web de la Concejalía de Turismo (Ayuntamiento de Murcia)
- Página Web de la Autoridad Portuaria (Puerto de Cartagena)
- Estructura del Mercado Turístico de la C. Autónoma de Murcia: Pilar J. García y otros
- El mercado turístico: Carlos Vogeler Ruiz y Enrique Hernández Armand
- Estructura del Mercado Turístico: Jordi Montaner Montejano
- Informe sobre *Perspectivas Turísticas (E x celtur)*
- Documentación diversa *Plan Horizonte 2020*
- Informe del Banco Mundial *Perspectivas Económicas Mundiales*
- Datos y resultados del *Barómetro de la OMT* (Turismo Mundial)

## 1.2 Contexto Económico Mundial

El Turismo es una de las principales industrias de la economía mundial que por sus propias características se ve afectada por cualquier cambio o circunstancia geopolítica y económica. Su propia vulnerabilidad nos obliga a situarnos en un contexto económico no localista sino global. Este hecho nos va a permitir conocer y analizar dicho sector económico que, aunque ubicado en el sector servicios, no deja de estar considerado -en España- como la primera Industria a nivel Nacional.

Por lo tanto vamos, en un primer término, a estudiar cuales son las principales circunstancias que rodean hoy al Turismo para poder entender la sensibilidad y la aportación de la industria turística al proceso económico actual, a nivel mundial.

- a) La Globalización
- b) Procesos de integración Regional
- c) El Subdesarrollo y las Migraciones
- d) Problemas Medioambientales



### a. La globalización

La globalización es el proceso que, gracias a la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que le confieren un carácter global. Así, los modos de producción, de movimientos de capital y de personas se configuran a escala planetaria. En este marco se registra un gran incremento del comercio internacional y de los movimientos migratorios, debido a la caída de las barreras arancelarias, jurídico-administrativas y a la interdependencia de las naciones. La economía mundial está muy interconectada: Lo que sucede en un lugar del mundo se transmite rápidamente al resto, desapareciendo en muchos casos las fronteras nacionales. La globalización es un proceso que se ha visto impulsado, en el pasado siglo XX, durante la década de los años noventa y sus causas se deben a:

- El desarrollo explosivo de los mercados financieros debido a su liberalización.
- El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación.
- La reducción de barreras comerciales. (Expansión de las empresas multinacionales).
- Integración de antiguos países comunistas, hoy dentro de un sistema de libre economía de mercado, en el sistema económico actual de Europa.

### b. Procesos de integración Regional

Es la unión de dos ó más países de una zona geográfica concreta, con el objetivo de emprender políticas económicas comunes (comerciales, monetarias, financieras, agrarias, etc.), renunciando para ello a intereses nacionales a favor de intereses supranacionales. El proceso de integración regional más avanzado a nivel mundial es la Unión Europea, con una gran repercusión en cuanto al sector turístico se refiere, puesto que permite el libre paso de ciudadanos de la citada Unión Europea y disfrutar de asistencia sanitaria, educacional, etc.

### c. El Subdesarrollo y las migraciones



Los movimientos migratorios más importantes se dan desde los países pobres (tres cuartas partes de la población mundial) a los países ricos (Norte de América, Europa Occidental, Japón, Corea del Sur, Taiwán, Singapur, Australia y Nueva Zelanda). Las razones de estas migraciones son principalmente económicas, es decir, la carencia de recursos suficientes para poder desarrollar su vida cotidiana en su lugar de origen, sin olvidarnos de las guerras

#### **d. Problemas Medioambientales**

El deterioro de la calidad de los tres estados de la biosfera (aire, agua y tierra) y que, por tanto, repercute negativamente en el desarrollo de la vida. Los problemas medioambientales surgen a partir de la sobreexplotación de los recursos (minerales, hídricos, forestales, pesqueros, etc...) la producción y el consumo de productos energéticos, la industrialización y la generación de residuos sólidos.

El principal problema medioambiental es el efecto invernadero ó calentamiento global. Este problema se traduce en lo que se está llamando cambio climático. Otro gran problema es la contaminación de las aguas, del aire, pérdida de biodiversidad, reducción de la capa de ozono, deforestación ó desertización.

### ***1.3 Breve análisis de la economía mundial***

(Fuente Informe "Fondo Monetario Internacional, 4º trimestre 2014)

A pesar de los reveses, sigue en marcha una recuperación mundial desigual. En las economías avanzadas, los legados del boom previo a la crisis y la crisis subsiguiente, entre ellos un elevado nivel de deuda privada y pública, siguen ensombreciendo la recuperación. Los mercados emergentes se están ajustando a tasas de crecimiento económico más bajas que las que habían alcanzado durante el boom previo a la crisis y la recuperación que la siguió. A nivel general, el ritmo de la recuperación varía cada vez más según el país.

Las perspectivas también se ven afectadas por otros elementos. Los mercados financieros han sido optimistas: los precios de las acciones han subido, los diferenciales se han comprimido y la volatilidad es muy baja. Sin embargo, esto no se ha traducido en un repunte de la inversión, que se ha mantenido atenuada, sobre todo en las economías avanzadas. Y existen inquietudes de que los mercados estén infravalorando el riesgo y no estén internalizando del todo las incertidumbres que rodean las perspectivas macroeconómicas y las implicaciones para el ritmo de repliegue del estímulo monetario en algunas grandes economías avanzadas. Las tensiones geopolíticas se han agudizado.



Por el momento, sus efectos macroeconómicos parecen estar limitados mayormente a las regiones que las originaron, pero hay riesgos tangibles de trastornos más generalizados. Algunos problemas a mediano plazo que anteceden a la crisis, como el impacto del envejecimiento de la población en la fuerza laboral y el débil crecimiento de productividad total de los factores, están retomando el primer plano y es necesario abordarlos. Estos problemas se manifiestan en forma de bajo crecimiento potencial en las economías avanzadas, que podría



estar afectando al ritmo de la recuperación en la actualidad, y una reducción del crecimiento potencial en los mercados emergentes.



Como el crecimiento mundial en el primer semestre de 2014 fue más lento de lo previsto (para 2014 estaba proyectado en un 3,3%); es decir, 0,4 puntos porcentuales por debajo de lo proyectado en la edición de abril de 2014 de Perspectivas de la economía mundial (informe WEO, por sus siglas en inglés). La proyección de crecimiento para 2015 también es ligeramente menor, de 3,8%. Estas proyecciones se basan en el supuesto de que los principales factores que respaldan la recuperación de las

economías avanzadas —entre ellos, la moderación de la consolidación fiscal (excepto en Japón) y la política monetaria sumamente acomodaticia— se mantendrán activos. Las proyecciones también suponen una reducción de las tensiones geopolíticas, lo cual contribuiría a cierto grado de recuperación en las economías afectadas. Las perspectivas de crecimiento tanto de las economías avanzadas como de los mercados emergentes muestran una heterogeneidad considerable. Entre las economías avanzadas, se proyecta un repunte del crecimiento, más lentamente en Japón y la zona del euro, y más rápidamente en general en Estados Unidos y las demás regiones. Entre los grandes mercados emergentes, se prevé que el crecimiento se mantendrá elevado en las economías emergentes de Asia, con una leve desaceleración en China y un repunte en India, pero que será atenuado en Brasil y Rusia.

El ritmo de la recuperación mundial ha defraudado en los últimos años. Con un crecimiento mundial más débil de lo esperado en el primer semestre de 2014 y una agudización de los riesgos a la baja, es posible que el repunte proyectado del crecimiento tampoco se materialice esta vez o que defraude las expectativas. Esto recalca aún más el hecho de que en la mayoría de las economías el objetivo de aumentar el crecimiento efectivo y potencial debe seguir siendo prioritario. En las economías avanzadas, se necesitará el respaldo continuo de la política monetaria y un ajuste fiscal con un ritmo y una composición calibrados de manera tal que apuntalen tanto la recuperación como el crecimiento a largo plazo.

En una serie de economías, el aumento de la inversión pública en infraestructura podrá apoyar la demanda a corto plazo y contribuir a elevar el producto potencial a mediano plazo. En los mercados emergentes, el margen para respaldar el crecimiento con políticas macroeconómicas, de ser necesario, varía según el país y la región, pero es limitado en los países con vulnerabilidades externas. Y, tanto en las economías avanzadas como en las economías de mercados emergentes y en desarrollo, en general existe una necesidad urgente de reforma estructural para afianzar el potencial de crecimiento o lograr un crecimiento más sostenible.



### **1.4 Comportamiento del sector turístico a nivel mundial**

(Fuente: Barómetro de la OMT)

#### **Más de 1.100 millones de turistas viajaron al extranjero en 2014**

Según el último número del Barómetro **OMT del Turismo Mundial**, en 2014 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.138 millones, lo que supone un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior. La previsión de la OMT para 2015 es que el turismo internacional aumente entre un 3 % y un 4 %, y siga contribuyendo a la recuperación económica mundial.

El volumen de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) fue de 1.138 millones en 2014, 51 millones más que en 2013. Con el incremento del 4,7 %, este es el quinto año consecutivo en el que el crecimiento supera la media desde la crisis económica de 2009.

En los últimos años, el turismo ha demostrado ser una actividad económica sorprendentemente fuerte y resistente y con una gran



capacidad para contribuir a la recuperación económica, puesto que genera miles de millones de dólares en exportaciones y crea millones de puestos de trabajo. Esto ha ocurrido en destinos de todo el mundo, pero particularmente en Europa, a medida que la región se esfuerza por consolidar su salida de uno de los peores periodos económicos de su historia.

Por regiones, las Américas (+7 %) y Asia y el Pacífico (+5 %) registraron incrementos considerables, mientras que en Europa (+4 %), Oriente Medio (+4 %) y África (+2 %) el crecimiento fue más moderado. A nivel subregional, América del Norte (+8 %) obtuvo los mejores resultados, seguida del Noreste Asiático, Asia Meridional, Europa Meridional y Mediterránea, Europa del Norte y el Caribe, que experimentaron un aumento del 7 %.

Se espera que, como en años anteriores, el incremento de los ingresos por turismo internacional en 2014 haya seguido muy de cerca al de las llegadas de visitantes (los resultados sobre los ingresos por turismo internacional aún no han sido publicados). En 2013, los ingresos por turismo internacional se situaron en 1.197.000 millones de dólares de los EE.UU., 230.000 millones más que en 2008, el año anterior a la crisis.

#### **Perspectivas positivas para 2015**

Para 2015, la OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crezcan entre un 3 % y un 4 %. A nivel regional, se espera que el aumento sea mayor en las regiones de Asia y el Pacífico y las Américas (de +4 % a +5 % en ambos casos), seguidas de Europa (de +3 % a +4 %). Se calcula que las llegadas se incrementarán entre un +3 % y un +5 % en África y entre un +2 % y un +5 % en Oriente Medio.

Se estima que la demanda continuará creciendo en 2015 a medida que la situación económica mundial mejore, aunque todavía hay muchas dificultades en el camino. Como aspecto positivo, el precio del petróleo (en los primeros meses de 2015) ha descendido hasta un nivel sin precedentes desde 2009, lo que reducirá los costos de transporte e impulsará el crecimiento económico al elevar el poder adquisitivo y la demanda privada en las economías importadoras de petróleo. No obstante, también podría tener efectos negativos en algunos de los países exportadores de petróleo que se han convertido en fuertes mercados emisores de turismo.



Estas perspectivas positivas para 2015 se ven confirmadas por el Índice de Confianza de la OMT. Según los 300 expertos en turismo de todo el mundo consultados para elaborar el Índice, se espera que el comportamiento de la actividad turística mejore en 2015, aunque las expectativas son menos optimistas que hace un año.

### Europa consolida su posición como la región más visitada del mundo

**Europa** (+4 %), la región más visitada con más de la mitad de turistas internacionales, experimentó un incremento de 22 millones de visitantes en 2014, situándose en un total de 588 millones. Gracias a esos resultados, el turismo ha contribuido de manera importante a la recuperación económica de la región. Europa Septentrional y Europa Meridional y Mediterránea se situaron a la cabeza del crecimiento (ambas, con un +7 %), mientras que en Europa Occidental los resultados fueron más moderados (+2 %). Las llegadas en Europa Central y Oriental (0 %) se estancaron tras tres años registrando un fuerte incremento.

Las llegadas de turistas internacionales en **Asia y el Pacífico** (+5 %) aumentaron en 13 millones, sumando 263 millones en total. Los mejores resultados fueron los Noreste Asiático y Asia Meridional (+7 % en ambos casos). En Oceanía el crecimiento fue del 6 %, mientras que Sureste Asiático (+2 %) se ralentizó con respecto a años anteriores.

La región de las Américas fue la que registró mejores cifras en términos relativos, con un incremento del 7 %, dado que recibió 13 millones de turistas internacionales más y elevó el total hasta los 181 millones. El crecimiento fue impulsado por América del Norte (+8 %), donde México mostró un incremento de dos dígitos, y el Caribe (+7 %). Las tasas de crecimiento de las llegadas a América Central y América del Sur (+6 % en ambos casos) se duplicaron con respecto a 2013 y se situaron muy por encima de la media mundial.

El turismo internacional en **Oriente Medio** (+4 %) muestra señales de recuperación y ha obtenido buenos resultados en la mayoría de los destinos. La región ha recibido 2 millones de llegadas más, con lo que el total es de 50 millones. Se calcula que las llegadas de turistas internacionales a **África** crecieron un 2 %, lo que equivale a un aumento de un millón de visitas y supone que hay 56 millones de turistas que eligieron la región como destino. Aunque las llegadas a África del Norte registraron un crecimiento débil (+1%), en África Subsahariana, pese al brote de enfermedad por el virus del Ébola que se produjo en algunos países de África Occidental, se incrementaron en un 3 %. No obstante, los datos relativos a África y Oriente Medio deben tomarse con cautela, ya que se basan en datos limitados y volátiles.

### **Despega la demanda de los mercados emisores tradicionales**

El repunte del gasto en turismo internacional de los mercados emisores tradicionales ha compensado la ralentización que se ha producido en los grandes mercados emergentes, que habían impulsado el crecimiento de la actividad del sector en años anteriores.



Se estima que el número total de viajes al extranjero desde China ha aumentado en 11 millones, hasta los 109 registrados en 2014. El gasto se incrementó en un 17 % en los tres primeros trimestres de 2014, un resultado sólido, pero más moderado que en años anteriores (40 % en 2012 y 26 % en 2013, respectivamente). China es el mayor mercado emisor desde 2012, con un gasto total de 129.000 millones de dólares de los EE.UU. en 2013.

En cuanto a los otros dos grandes mercados emisores, la Federación de Rusia (-6 %) ha perdido impulso en 2014 mientras que Brasil ha seguido creciendo a un ritmo del 2 %, pese a la apreciación del dólar de los EE.UU. con respecto al real brasileño y a la ralentización de su economía. Por debajo de los diez primeros hay otros mercados emergentes menores en los que el gasto se ha incrementado notablemente; Arabia Saudita, la India, Filipinas y Qatar han experimentado un aumento de un 30 % o más.

El repunte de la demanda de los mercados emisores tradicionales ha compensado la ralentización que se ha producido en los grandes mercados emergentes. El gasto de los Estados Unidos, el segundo mercado emisor del mundo, aumentó en un 6 %. También cabe señalar la recuperación de Francia (+11 %), Italia (+6 %) y el Reino Unido (+4 %).

### **1.5 Valoración del sector turístico en España del año 2014 y perspectivas para el 2015**

(Fuente: Informe Exceltur)

#### **Balance macroeconómico del año 2014**

**El turismo ha sido locomotora de la recuperación económica española, lidera la creación de empleo y cubre el 95% de la necesidad de financiación externa en base a más afluencia exterior, sin que aún mejore el gasto real por turista extranjero.-**

#### **El turismo la locomotora del crecimiento económico y la recuperación en 2014**

- El año 2014 se cierra con un crecimiento real de la actividad turística generada (PIB turístico) del +2,9%, que supone doblar la tasa de crecimiento estimada por el Consenso de Analistas para el conjunto de la economía española (+1,4%).

- El turismo se consolida como motor de la recuperación económica en España durante el último quinquenio, con un crecimiento del +0,8% de media anual desde 2010, muy superior al -0,5% registrado por el conjunto del PIB español. Tras los últimos datos oficiales de cierre de septiembre a noviembre revisamos al alza nuestra estimación de crecimiento del PIB turístico para el conjunto de 2014 hasta el +2,9%, respecto al 2,4% presentado en el mes de julio. Ello se debe al mejor comportamiento de lo esperado de la demanda extranjera durante el último trimestre del año y el repunte de la demanda interna.

La actividad turística se sitúa a cierre de 2014 todavía tres puntos por debajo de los niveles previos a la crisis alcanzados en 2007. No obstante, gracias a la senda de crecimiento emprendida en 2010 el desempeño turístico mejora el alcanzado por la economía española, todavía algo más de 5 puntos por debajo de los niveles de 2007.



### **...continúa liderando la generación de empleo ...**

•Las ramas relacionadas con el turismo cierran el año 2014 con 53.213 afiliados a la seguridad social, un 4,1% más que en diciembre de 2013. El turismo ha liderado la generación de empleo en España durante todo el año 2014, acompañado por las actividades comerciales conexas, resultado en muchos destinos de la propia bonanza turística.

El turismo ha conseguido generar empleo neto (medido a través de los afiliados a la seguridad social) durante todos los meses del año 2014, alcanzado su máximo en el mes de mayo con 67.000 afiliados más que en el mismo mes de 2013 y sin bajar desde entonces de los cincuenta mil afiliados más, lo que supone un incremento del 4,1%. De los grandes sectores de la economía española, el turismo se sitúa como la actividad con mayor capacidad de generación de empleo tanto en términos relativos (+4,1% de crecimiento) como absoluta (+53.213 empleos), en este caso junto al comercio.

### **...aportando 49.000 millones de euros en divisas, por el gasto turístico incurrido realmente en nuestro país (excluyendo los gastos en origen)**

Estimamos para el cierre de 2014 una subida del +3,9% en los ingresos turísticos extranjeros de la Balanza de Pagos, que calcula el Banco de España, lo que supone la aportación de 48.945 millones de euros en divisas.

Un año más el modelo de crecimiento turístico sustentado en un nuevo incremento de llegadas de turistas extranjeros, que estimamos registren un aumento de 7,1% en el acumulado de 2014, vuelve a permitir una subida del total de ingresos en divisas que revierten a España, si bien aún a costa de no mejorar el perfil del consumo por turista, al volver a caer este año el gasto medio de los mismos que revierte a los destinos.

Según los datos de la Balanza de Pagos hasta octubre, gracias a este crecimiento de los ingresos en divisas, el superávit turístico ha cubierto el 95,4% de la necesidad de financiación de la economía española, desempeñando de nuevo un papel clave para afianzar la solvencia de España y la continuada reducción de la prima de riesgo.

El saldo de la balanza de turismo y viajes (*ingresos de turismo extranjero-gastos de viajes de los españoles al exterior*) hasta el mes de octubre se situaba en un superávit de 32.720 millones de euros, claves para compensar los 33.840 millones de euros a los que ascendía la necesidad de financiación de la economía española hasta entonces.

### **El turismo extranjero alcanza niveles máximos de afluencia en 2014**

- Según las cifras facilitadas el año 2014 se cerró en máximos de llegadas de turistas extranjeros, cercanos a los 65 millones, lo que supone un incremento del 7,1% respecto a los niveles de 2013.

- Los buenos registros de los indicadores de volumen de turistas se confirman igualmente en términos de pernoctaciones en alojamientos reglados, recogidos por el INE, que, sin embargo, crecen sustancialmente por debajo (+2,8%) del número de llegadas de extranjeros, aunque situándose en los valores máximos desde el 2001, según los datos oficiales, facilitados por el INE hasta noviembre de 2014.



### **Dos tendencias muy marcadas en 2014: 1. Buen comportamiento de la demanda extranjera paquetizada de sol y playa.**

- El turismo extranjero paquetizado por tour operadores dirigido a los destinos del sol y playa español (principalmente a Canarias, Andalucía y la Comunidad Valenciana) ha registrado un notable crecimiento (+6,6%) de afluencia a lo largo del año 2014, favorecido por el mejor comportamiento macroeconómico de nuestros principales mercados, así como por el efecto de la inestabilidad en Egipto, manifestada sólo hasta el mes de julio, mes tras el que ese país, ha venido reflejado unos sustanciales ritmos de recuperación hasta el cierre del año 2014.

La primera mitad de 2014 y muy especialmente los meses de invierno en Canarias, los destinos costeros del sol y playa español se han beneficiado del efecto de la progresiva caída del turismo en Egipto tras el cambio de régimen de julio de 2013. A partir del mes de julio de 2014, se ha observado sin embargo, un notable cambio de tendencia con intensos ritmos de recuperación del turismo hacia este país del Mediterráneo en el cuarto trimestre, que ha incidido sobre el segmento del sol y playa español, confirmando la muy relevante incidencia que la inestabilidad de algunos países competidores tiene sobre el desempeño y crecimiento de actividad en este importante segmento de la oferta turística española.

### **Mayor crecimiento relativo de los perfiles de consumo turístico extranjeros con un menor gasto promedio en destino...**

Tanto por medios de transporte como por tipologías de alojamiento, los datos oficiales revelan que los perfiles de consumo que lideran el crecimiento de la afluencia turística a España, son los caracterizados por un menor gasto en destino.

- Según el medio de transporte son los pasajeros internacionales llegados en compañías aéreas de bajo coste y los turistas llegados en coche los que más crecen en el acumulado hasta diciembre de 2014 (un 10,4% y un 9,8%, respectivamente) con gastos de 74 y 56 euros en destino (sin incluir el transporte).

- Ello se contrapone al estancamiento (+1,7%) de los pasajeros llegados en compañías aéreas tradicionales de red, caracterizados por una derrama en destino notablemente superior (105 euros, igualmente sin incluir transporte)

- Según las tipologías de alojamiento, los turistas extranjeros alojados en viviendas en alquiler crecen un +17,2% en 2014, encadenando 4 años por encima del incremento de los turistas alojados en alojamientos hoteleros y otra oferta residencial reglada, que suben un 5,3% en 2014.

Más allá de su urgente y obligada regulación para resolver el actual problema de competencia desleal -*que no se reduce a pagar impuestos*- lo cierto es que las estadísticas oficiales reflejan con creciente preocupación el bajo impacto económico del gasto diario por estancia de este tipo de turista en España. Concretamente la **Encuesta Egatur** elaborada por **Turespaña** cifra en 67 euros el gasto en España (eliminando el transporte) de los turistas alojados en viviendas en alquiler, por los 114 euros de los turistas que utilizaron hoteles y/u otras tipologías de alojamientos reglados.

**...esas tendencias están impactando sobre los resultados de las empresas turísticas regladas tanto en los destinos urbanos como en los de costa.**

En un subsector ya de por sí caracterizado por su sobreoferta de capacidad alojativa entre todas las diversas tipologías posibles, el 60,8% de los establecimientos hoteleros españoles sufrieron una merma de sus resultados en 2014 por el exponencial crecimiento de la oferta y alquiler irregular de apartamentos turísticos no reglados.

Ello se deriva de una pregunta específica e incorporada en la última Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, al cierre del año 2014, con el fin de valorar la incidencia de este fenómeno.



- El fenómeno tiene una incidencia similar en los destinos urbanos y en los vacacionales de la costa. En ambos casos la mayor parte de empresarios (en torno al 40%) cifran en un impacto entre el 0 y el 5% la caída de sus resultados por este efecto

- Por territorios los más afectados son la ciudad de Barcelona y las ciudades de la Comunidad Valenciana, Murcia, el País

Vasco y las zonas de costa de Andalucía y Baleares.

**Los mercados: francés, belga, italiano y portugués crecen de manera intensa en 2014, mientras cae el mercado ruso.**

- España se ha beneficiado del mayor turismo de proximidad procedente de mercados con economías más debilitadas en 2014, como la francesa, la italiana y la portuguesa, estas dos últimas tras fuertes caídas en 2013, a lo que se ha unido en el caso francés e italiano, una mayor preferencia por destinos españoles, ante la inestabilidad de algunos de sus destinos más tradicionales del norte de África (Egipto y Túnez).

Los buenos datos de afluencia son resultado igualmente del positivo comportamiento del mercado alemán (+6,0% en llegadas y +2,3% en pernoctaciones hoteleras) y, en menor medida, del británico (+4,9% en llegadas y +0,7% en pernoctaciones hoteleras), así como del nórdico (+4,3% en llegadas y +5,1% en pernoctaciones hoteleras).

Tan sólo se han registrado caídas del mercado ruso y países de su área de influencia en 2014, alentadas por la depreciación del rublo y la inestabilidad geopolítica introducida por el conflicto en Ucrania y el desplome de los precios del petróleo.

**A pesar de crecer en afluencia, el año 2014 aún no observa una mejora del gasto medio del turista extranjero, aproximado a partir de los ingresos que revierten a España y que calcula el Banco de España contrastado con los datos de *Frontur* (Llegadas de turistas extranjeros).**

- Los ingresos medios por turista extranjero vuelven a descender en 2014, tanto en términos nominales (un -3,0%) como reales (un -3,4%), producto, un año más, del menor crecimiento del volumen estimado de ingresos en divisas que revierten a España (+3,9%) respecto a los volúmenes de afluencia (+7,1%).

- En 2014 la llegada de cada turista extranjero generó unos ingresos reales que revirtieron a España de 754 euros.

Desde 2011, España encadena 3 años consecutivos de descensos en el ingreso nominal por turista y 14 años en los ingresos reales (descontada la inflación) desde los 1.116 euros que aportaba cada turista extranjero en el año 2000 y que revirtieron a España, valorados a los precios de 2014.

**El mercado nacional muestra esperanzadores síntomas de recuperación, que deberían consolidarse en 2015.**

- La mejor noticia de demanda turística del 2014 es la recuperación del turismo nacional. El proceso de creación de empleo favorecido por la reforma laboral y la mejora de renta disponible, junto con una mayor confianza de las familias, han impulsado el consumo y la demanda de servicios turísticos, que reflejan tasas de crecimiento positivas en todos los indicadores, tanto de los viajes internos de los españoles como los realizados al exterior (en esa línea, los pagos de los españoles por sus viajes al extranjero han subido un +9,6%).

- La demanda turística interna se ha visto caracterizada por el fuerte incremento en el uso del AVE (*muy beneficiado y subvencionado por los fuertes recortes de tarifas que ha alterado el marco de competencia con otros medios de transporte*) y de las tipologías alojativas de menor precio. Los pasajeros transportados en alta velocidad de RENFE han crecido un +14,7%, la tasa de crecimiento más alta de todos los indicadores oficiales recogidos en la tabla inferior

- A medida que ha avanzado el año se ha consolidado la recuperación de los indicadores de consumo turístico de los españoles, lo que hace pensar que esta dinámica se vaya a mantener en 2015.

### Expectativas turísticas, macroeconómicas y empresariales para 2015

#### **EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2015 (I)**

Ante este escenario macroeconómico, la mayoría de los empresarios turísticos españoles pronostican un año 2015 positivo y muy similar al ejercicio 2014, con mejoras generalizadas en ventas y en resultados en todos los sectores de la cadena de valor turística, que va a permitir afianzar la recuperación española y mantener la senda de generación de empleo en el sector. Según la última Encuesta de Confianza Empresarial de EXCELTUR, cerrada en Enero de 2015, un 89,7% de los empresarios turísticos españoles espera que en 2015 vuelvan a crecer sus ventas y un 81,0% que ese incremento permita mejorar sus resultados respecto a los registrados en 2014.



Las expectativas sobre el empleo son igualmente positivas; el 76,1% de las empresas turísticas espera incrementar sus plantillas durante 2015.

### **EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2015 (II)**

Las empresas más dependientes de la demanda nacional (grandes grupos de agencias de viajes y turoperadores, hoteles urbanos y las empresas de ocio) junto con las empresas de transporte, que pudieran favorecerse del descenso del precio del petróleo, son las que presentan unas perspectivas más optimistas sobre la mejora de sus resultados en 2015.



- El mayor dinamismo y protagonismo que se espera tome el consumo turístico nacional tanto en el segmento vacacional como en el de negocio en el año 2015, explica que las empresas más dependientes de la demanda interna, especialmente la gran mayoría de los grandes grupos de agencias de viajes (99,7%) y los establecimientos hoteleros en destinos urbanos (88,7%), presenten unas mejores perspectivas sobre la mejora de sus resultados para 2015.

- El 66,1% de las compañías de transporte esperan que los bajos niveles del precio de petróleo, junto con la dinamización de la demanda en un contexto macroeconómico más favorable, ayuden a mejorar sus resultados en 2015.

- La práctica totalidad de empresas de alquiler de vehículos anticipan igualmente un impacto muy positivo en sus resultados favorecidos por la bajada de precios del petróleo, el mayor flujo de turistas extranjeros y nacionales previstos, y la recuperación de los viajes de negocio.

### **EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2015 (III)**

- Los hoteles de costa prevén en su mayoría (73,6%) una leve mejoría en sus ventas y resultados en 2015, siendo los más cautelosos aquéllos localizados en las zonas más dependientes del mercado extranjero "turoperizado", que han acumulado en los últimos ejercicios resultados muy positivos y que esperan una moderación notable de sus ritmos de crecimiento (Canarias y Baleares), muy en especial, si Egipto recupera los intensos ritmos de recuperación acusados en el último semestre de 2014.

- Las perspectivas entre los prestadores de servicios de ocio son positivas, pero más dispares por subsectores.

La mayoría de ellos prevén un año 2015 algo mejor que 2014 en ventas (96,1%) y en resultados (86,7%), destacando los buenos resultados previstos por las estaciones de esquí tras un 2014 complejo con precios congelados y subida de costes (sobre todo eléctricos), confiados en la recuperación del consumo turístico de las familias españolas en 2015.

Por su parte, los campos de golf, parques temáticos y museos y monumentos anticipan un 2015 en positivo muy similar a 2014, con un nuevo esfuerzo de contención en sus tarifas para dinamizar la demanda, en el caso de los prestadores de servicios culturales.

## PREVISIONES PARA EL PIB TURÍSTICO EN 2015



El sector turístico volverá a ejercer de locomotora clave para afianzar la recuperación de la economía española en 2015 y en este caso dada la confluencia de diversos elementos exógenos y geopolíticos que pueden alterar el ritmo de crecimiento de la actividad en 2015, anticipamos dos posibles escenarios:

### **Escenario 1:**

Estimamos que el PIB turístico crezca un +2,6% en 2015 respecto a los niveles de 2014, gracias al elevado dinamismo esperado para la demanda interna, las buenas perspectivas para nuestro principal mercado extranjero (UK) y el mayor crecimiento en el consumo del resto de países emisores, muy en línea con las expectativas de los más de 1.800 profesionales del sector cuyas previsiones recoge la encuesta de confianza empresarial ya aludida cerrada a principios de enero de 2015.

De cumplirse estas previsiones, el turismo volvería en a crecer por encima de la economía española, para la que el consenso de los analistas estiman hoy un crecimiento del +2,1%. Este primer escenario de posible evolución del PIB turístico español en 2015 está estimado sobre la base del contexto macroeconómico que descuentan hoy los analistas, en un escenario político y monetario estable en Europa y contempla una contención del rápido ritmo de recuperación turística de Egipto acusado en 2014 y el de otros países del mediterráneo Oriental.

### **Escenario 2:**

Recoge la hipótesis que los países turísticos del Mediterráneo Oriental y muy en especial Egipto, no pierdan a partir de Marzo de 2015 (*mes clave que marca la futura tendencia de contratación paquetizada del año*) los intensos ritmos de recuperación y crecimiento de afluencia turística observados desde el mes de julio hasta finales de 2014.

En este escenario el PIB turístico español ralentizaría sus ritmos de crecimiento previsto para 2015 hasta el +1,9%. Ello supondría 7 décimas de crecimiento por debajo del escenario 1, un punto por debajo del cierre de PIB estimado para 2014 y un crecimiento levemente inferior al que el consenso de analistas anticipa hoy para el conjunto de la economía española (2,1%) al cierre de 2015.

### **El turismo: Sector clave y prioritario en un año electoral para consolidar la recuperación**

Los buenos resultados de 2014 y esperados para 2015 no deben ocultar, sin embargo, la existencia de grandes retos competitivos pendientes, para impulsar el crecimiento de los ingresos sobre bases más sostenibles. Por ello, se prevé que en un año electoral como 2015 es el momento idóneo para fortalecer el papel clave del turismo en la recuperación económica y asumir con la mayor prioridad y convicción el refuerzo de nuevas políticas turísticas y recursos de las diversas administraciones (central, autonómica y local) hacia acciones enfocadas a

estimular la regeneración y el reposicionamiento competitivo de una oferta más experiencial que deje un mayor gasto por turista en los destinos. Por ello y a la vista de los próximos procesos electorales:

**1)** Se requiere consensuar una renovada y más coordinada apuesta a lo largo del país por el turismo, con el mayor consenso entre partidos y el liderazgo de los responsables electos en comunidades autónomas y municipios con el Gobierno y el empresariado, reflejados previamente en los programas que las distintas formaciones políticas diseñen ante los próximos comicios del 2015.

**2) *A lo largo del año y mientras se conformen las nuevas legislaturas autonómicas y municipales sería de capital importancia para el sector:***

I. Acelerar al máximo la entrada en vigor de la Ley de Unidad de Mercado por la particular incidencia y ventaja competitiva que generaría una mayor homogeneización de las múltiples normativas que afectan al sector.

II. Abordar con urgencia un nuevo marco legislativo riguroso y exigente a nivel nacional, que contemple en toda profundidad el balance de distinto signo de los efectos económicos, sociales, laborales, urbanísticos y de convivencia ciudadana, que genera la creciente y hoy desleal competencia de la mal denominada "economía colaborativa". Inmersos en vacíos legales –*que no se resuelven solo pagando impuestos*- tanto los oferentes de esos servicios, como sus plataformas de intermediación, son partes interesadas en impulsar esa realidad, amparados en situaciones utópicas y apelaciones al consumidor poco contrastadas, para tratar de justificar ante las múltiples controversias que han suscitado, la mayor laxitud normativa que les favorece. Cabe señalar que a diferencia de otros posibles subsectores de la economía colaborativa, en el caso español y en especial en el de las viviendas de uso turístico, la mayoría son servicios profesionalizados y lucrativos - *no de mero intercambio entre particulares*- y que en promedio inducen un menor gasto turístico en destino.

III. Reconciliar las diversas políticas de transporte y gestión e inversión de infraestructuras públicas con la visión más turística y transversal posible, que permita restituir el marco de equidad competitiva y tarifaria entre las diversas alternativas de transporte, procurando como inversión prioritaria el más pronto inicio de una intermodalidad real en destinos estratégicos clave (Ej.: Madrid).

IV. Aprovechar las grandes oportunidades del Plan Junckers de la UE, de inversión de 300.000 millones de recursos en los próximos años, para estimular inversiones y ganar en competitividad, priorizando por el Gobierno el mayor número posible de proyectos que favorezcan los retos de transformación de destinos e instalaciones turísticas españoles y encajen en dicho plan.



## **2.1 La Región de Murcia**

## **2.2 El Mar Menor**

## **2.3 La Manga del Mar Menor**

## **2.4 La Costa Sur**

## **2.5 El Interior**

## **2.6 Estadísticas (turistas y pernoctaciones)**

### **2.1 La Región de Murcia**

La Región de Murcia, históricamente, ha estado considerada como una Región vinculada al sector económico primario (Agricultura) y su relación con el sector turístico lo hace a través del turismo vacacional (de playa) ubicado en sus casi 275 Km. de costa.

El desarrollo turístico producido en la costa mediterránea en la década de los sesenta tiene su incidencia, aunque no muy acusada, que propicia la configuración de algunos destinos dedicados al turismo de sol y playa, si bien -de forma mayoritaria- alimentados por un flujo turístico de carácter regional (interno).

Progresivamente, estos núcleos, se van consolidando, incardinando su economía en el sector servicios, si bien condicionados por una fuerte estacionalidad a la que se ven sometidos en virtud del modelo turístico "vacacional" que centra su actividad en la temporada estival, principalmente.

A partir de la década de los noventa, y como consecuencia de la aplicación del "Plan de Competitividad del Turismo en España" (Plan FUTURES), comienza una revisión estructural del modelo turístico de la Región de Murcia, propiciando la creación de nuevos productos turísticos y modelos organizativos que han dado como consecuencia la actual estructura turística de esta Región.

### **2.2 Mar Menor**

El Mar Menor, compuesto por los municipios de Los Alcázares, San Pedro del Pinatar, San Javier y Cartagena, a las que sumamos otras pequeñas poblaciones -dependientes de aquellos- como son: Lo Pagan, Santiago de la Ribera, Los Urrutias, Los Nietos..., conformaron -en su comienzo- una zona especialmente atractiva para el turismo vacacional, si bien entonces era considerada únicamente un destino a nivel regional al que, en su mayoría, los murcianos se dirigían para disfrutar del mar y sus propiedades curativas.

[» Mar Menor + Información](#)

### **2.3 La Manga del Mar Menor**

Es un brazo de tierra con una extensión de 21 Km., con una anchura media aproximada de 300 metros, y perteneciente a los municipios de Cartagena y San Javier. Estaba formado por dunas y vegetación de matorrales que se mantuvo virgen hasta los años sesenta. Es en esta década cuando fue descubierta como destino turístico y escogido como lugar de vacaciones, propiciando la construcción de diversas urbanizaciones y complejos hoteleros que comenzaron paulatinamente a poblar su paisaje.

Actualmente la zona vive básicamente del turismo. Sus playas pueden ser disfrutadas durante todas las épocas del año gracias a su cálida climatología, lo que asegura al visitante una completa oferta de actividades y deportes náuticos, entre los que destaca la vela por las excelentes condiciones que el Mar Menor reúne para su práctica.

» [La Manga del Mar Menor + Información](#)

## 2.4 La Costa Sur

En el resto de la costa, denominada la Costa Sur, se encuentran los Municipios de Mazarrón, Águilas y Lorca. Estos Municipios, cuya economía se basaba primordialmente en la Agricultura e industrias afines, desarrollaron un modelo turístico basado en la segunda residencia, a partir del cual comenzaron a conformarse como destinos turísticos, produciéndose esta particularidad, durante el pasado siglo XX, a partir de la década de los años 60.

» [Costa cálida + Información \(www.murciaturistica.es\)](#)

## 2.5 El Interior

Evidentemente, en la Región de Murcia existían y existen potencialidades en cuanto a recursos geográficos, naturales y culturales, pero no estaban estructurados. Por ejemplo: El Turismo de ciudad, interior, rural o el religioso. Hoy, estos Productos Turísticos ya son suficientemente conocidos, aunque su organización y desarrollo comenzó con posterioridad al turismo de costa.

Además de las ciudades de Murcia, Cartagena, Lorca y Caravaca, cargadas de potencialidades y recursos turísticos culturales, arquitectónicos y arqueológicos, el interior de la Región de Murcia invita al disfrute de la naturaleza, el deporte y la diversidad. Son comarcas de montañas, de bosques y de pintorescos pueblos.

A partir de 1992 comienzan a aplicarse diversos programas de desarrollo de núcleos rurales (fundamentalmente los programas LEADER) a través de los cuales se potencia la configuración de espacios dedicados al turismo rural y de naturaleza así como una oferta de alojamientos basada en la utilización de viviendas previamente acondicionadas y equipadas para su comercialización turística.

» [Interior + Información \(www.murciaturistica.es\)](#)

» [Ciudad + Información \(www.murciaturistica.es\)](#)

## 2.6 Estadísticas sobre procedencia de turistas y pernoctaciones

A continuación se ofrecen unos cuadros con datos sobre pernoctaciones según procedencia y destino en la Región de Murcia durante el año 2014 en establecimientos hoteleros.

» [Estadísticas + Información \(www.murciaturistica.es\)](#)

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros  
 (Estadísticas desde Enero de 2014 hasta Diciembre de 2014):**

**Turistas Nacionales**

Regiones	Total	Costa	Ciudades	Interior
Andalucía	286.430	127.743	114.234	44.452
Aragón	37.786	22.372	11.751	3.663
Principado de Asturias	27.140	17.128	7.376	2.636
Islas Baleares	17.715	6.361	9.087	2.267
Canarias	12.034	3.828	7.046	1.161
Cantabria	10.900	4.604	4.795	1.502
Castilla y León	92.304	62.281	22.512	7.511
Castilla la Mancha	142.778	91.249	35.600	15.929
Cataluña	202.769	102.353	74.403	26.013
Comunidad Valenciana	312.013	119.837	119.761	72.415
Extremadura	23.309	15.162	5.921	2.225
Galicia	54.815	36.816	14.616	3.384
Comunidad de Madrid	526.231	315.877	141.326	69.028
Región de Murcia	357.099	173.422	121.519	62.158
Comunidad Foral de Navarra	16.073	8.912	5.637	1.523
País Vasco	46.118	26.230	16.212	3.676
La Rioja	6.970	3.596	2.775	599
Ceuta y Melilla	3.818	1.877	1.622	319

### Turistas Extranjeros

Nacionalidades	Total	Costa	Ciudades	Interior
Alemania	44.275	24.978	15.034	4.264
Austria	2.762	1.184	1.328	250
Bélgica	17.755	11.008	5.287	1.460
Dinamarca	4.173	2.073	1.878	222
Estados Unidos	10.048	4.989	4.533	525
Finlandia	7.076	5.037	1.796	242
Francia	45.906	18.574	20.648	6.684
Grecia	1.133	518	610	5
Irlanda	16.549	11.197	4.232	1.120
Italia	24.390	7.245	14.328	2.817
Japón	2.299	1.075	955	269
Luxemburgo	967	379	572	15
Noruega	11.865	8.173	3.133	559
Países Africanos	13.337	3.226	7.705	2.406
Países Bajos	17.000	8.047	7.301	1.652
Polonia	5.593	2.609	2.345	638
Portugal	25.678	17.391	7.256	1.031
Reino Unido	156.652	114.483	36.606	5.564
Republica Checa	52.072	46.454	5.436	181
Resto De América	25.094	8.369	14.908	1.817
Resto De UE	13.205	5.562	5.202	2.441
Resto Del Mundo	18.739	6.586	10.360	1.793
Resto Europa	36.762	28.598	6.150	2.014
Rusia	15.921	9.001	5.343	1.577
Suecia	11.531	8.709	2.413	410
Suiza	9.981	6.262	2.715	1.003

A continuación se ofrecen otras estadísticas, así como diversos cuadros comparativos sobre: llegada de turistas extranjeros, datos de ocupación y afluencia de viajeros en el Aeropuerto de Murcia, donde se puede comprobar la evolución que experimentan estos datos referidos a 2014 en comparación con el año 2013. Igualmente se ofrece un análisis comparativo, de estos resultados, referidos a la Región de Murcia con respecto al total de España.

**Encuestas de Ocupación (Enero-Diciembre 2013/2014):**  
**(Fuente: INE)**

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS				
Región de Murcia. Encuesta de Ocupación Hotelera				
	Año 2013	Año 2014	% Variación	
			Murcia	España
<b>Viajeros</b>				
Total	1.057.394	1.111.188	5,1%	4,5%
Residentes en España	863.110	897.551	4,0%	4,6%
Residentes en el Extranjero	194.284	213.637	10,0%	4,4%
<b>Pernoctaciones</b>				
Total	2.652.769	2.768.950	4,4%	2,9%
Residentes en España	2.118.347	2.178.140	2,8%	3,5%
Residentes en el Extranjero	534.422	590.810	10,6%	2,6%

APARTAMENTOS TURÍSTICOS				
Región de Murcia. Encuesta Ocupación en Apartamentos Turísticos				
	Año 2013	Año 2014	% Variación	
			Murcia	España
<b>Viajeros</b>				
Total	103.931	108.463	4,4%	4,5%
Residentes en España	78.739	80.255	1,9%	4,9%
Residentes en el Extranjero	25.189	28.210	12,0%	4,2%
<b>Pernoctaciones</b>				
Total	797.502	842.099	5,6%	2,7%
Residentes en España	578.210	586.412	1,4%	0,9%
Residentes en el Extranjero	219.293	255.686	16,6%	3,3%



ALOJAMIENTOS RURALES				
Región de Murcia. Encuesta Ocupación en alojamientos de Turismo Rural.				
	Año 2013	Año 2014	% Variación	
			Murcia	España
<b>Viajeros</b>				
Total	26.308	29.189	11,0%	11,4%
Residentes en España	24.579	26.464	7,7%	10,7%
Residentes en el Extranjero	1.726	2.723	57,8%	15,3%
<b>Pernoctaciones</b>				
Total	61.246	66.351	8,3%	10,6%
Residentes en España	56.648	59.064	4,3%	10,2%
Residentes en el Extranjero	4.600	7.286	58,4%	11,7%

CAMPAMENTOS TURÍSTICOS				
Región de Murcia. Encuesta Ocupación en Campamentos Turísticos.				
	Año 2013	Año 2014	% Variación	
			Murcia	España
<b>Viajeros</b>				
Total	104.787	113.206	8,0%	4,7%
Residentes en España	67.712	74.577	10,1%	4,5%
Residentes en el Extranjero	37.075	38.629	4,2%	5,2%
<b>Pernoctaciones</b>				
Total	1.031.232	1.095.436	6,2%	3,5%
Residentes en España	286.085	305.105	6,7%	6,6%
Residentes en el Extranjero	745.147	790.329	6,1%	0,3%

### Oferta complementaria

(Fuente: Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo)

Oferta de Espacios Naturales de la Región de Murcia			
Parques Regionales	Reservas Naturales	Paisajes Protegidos	Otros Espacios Naturales
7	1	8	3

Oferta Náutica de la Región de Murcia		
Puertos y Dársenas Deportivas		Clubes Náuticos
Puertos	Amarres	Numero
20	6.332	21

Oferta de Balnearios, Campos de Golf y Casinos de la Región de Murcia		
Balnearios	Campos de Golf	Casinos
4	17	2

### Llegada de Turistas Extranjeros a la Región de Murcia (Enero-Diciembre 2013/2014):

	Año		Variación	
	2013	2014	Murcia	España
Total	621.887	805.658	29,6%	7,1%

### Afluencia de Viajeros en el Aeropuerto de Murcia (Enero-Diciembre 2013/2014):

	Nacional			Internacional			Total		
	2013	2014	Variac.	2013	2014	Variac.	2013	2014	Variac.
Total	24.043	39.918	-39,8%	1.071.300	1.101.231	-2,7%	1.095.343	1.141.149	-4,0%

### **3.1 Evolución de la estructura turística de La Región**

### **3.2 Figuras legales asociativas creadas en la Región**

#### **a. Consorcios Turísticos**

- **Administrativos**
- **Empresariales**

#### **b. Mancomunidades Turísticas de Municipios**

- **Valle de Ricote**
- **Sierra Espuña**
- **Noroeste**
- **Nordeste**

#### **c. Asociaciones Empresariales (sectoriales)**

### **3.1 Evolución de la estructura turística de la Región de Murcia**

Las competencias en materia turística quedan definidas en la Constitución Española de 1978, donde se dispone que las Comunidades Autónomas "podrán asumir competencias en materia de promoción y ordenación del turismo dentro de su ámbito territorial". Como consecuencia de ello las distintas Regiones comienzan a recibir transferencias competenciales, en esta materia, definiéndose tanto las que eran transferidas a las Comunidades Autónomas como aquellas que quedaban en el seno de la Administración Central. De esta forma las diferentes Comunidades Autónomas pudieron concretar los instrumentos de planificación turística para poder conseguir los objetivos planteados en sus respectivas políticas turísticas.

[Año 1980](#)

[Año 1982](#)

[Año 1992](#)

[Año 1995](#)

[Año 1997](#)

[Año 2000](#)

[Años 2008 / 2009](#)

[Año 2010](#)

[Año 2011](#)

[Año 2013](#)

[Año 2014](#)

#### **Año 1980**

Instituido el ente Pre-Autonómico, se crea un departamento (Consejería) con competencias en materia de turismo. Pero es a partir de 1982, año en el que se aprueba el Estatuto de

Autonomía de la Región de Murcia, cuando se crea la Consejería Industria, Tecnología, Comercio y Turismo.

### **Año 1982**

Se aprueba el Estatuto de Autonomía de La Región de Murcia (Ley orgánica 4/1982, de 9 de Junio). Es a partir de este momento cuando La Región de Murcia comienza una nueva andadura, como Comunidad Autónoma, a través de la cual y de forma inmediata asumirá las competencias en materia turística que le posibilitarían desarrollar su propia política.

A partir de entonces, las competencias en materia de turismo, en el ámbito territorial de la Región de Murcia, son asumidas por La Administración Regional a través de una Consejería. Esta Consejería, cuya denominación ha ido cambiando en el transcurso del tiempo (Al final del presente apartado figura un cuadro con la denominación de las Consejerías) ha sido el referente que, en cada momento, ha tenido el sector turístico tanto para la planificación como para la gestión y la promoción turística de la Región de Murcia.

### **AÑO 1992**

El Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO) creó la empresa pública "Región de Murcia Turística, S.A.", cuyo objeto social -entonces- era "La promoción y desarrollo del turismo de naturaleza en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia" . Su objetivo se centró en prestar un apoyo a la comercialización y logística de una serie de alojamientos rurales, ubicados en el Noroeste de la Región de Murcia, propiedad o concesión de SODETUR (Sociedad para el Desarrollo Turístico del Noroeste), empresa -igualmente- de titularidad pública.

### **AÑO 1995**

Por encargo de la CROEM (Confederación de Empresarios) y con el patrocinio de la Dirección General de Turismo, la empresa Consultur desarrolló un estudio denominado "Plan de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia", con el objeto de analizar las posibilidades, carencias y necesidades tendentes a situar a la Región de Murcia dentro de los destinos turísticos consolidados y con personalidad propia. Este documento supuso un punto de partida importante, tanto para la Administración como para todos los agentes económicos y empresariales implicados en el sector turístico, que permitió emprender acciones conjuntas dirigidas a conseguir una meta común.

Una vez elaborado el "Plan de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia", había que ponerlo en marcha. Esto supuso una colaboración estrecha entre la administración autonómica, la local y el empresariado que permitió fomentar un diálogo estrecho entre todos los agentes implicados.

En Diciembre de 1995 se crea, por parte de la Administración Regional, el "Área de Promoción Turística" dentro de la División de Promoción del Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO). La configuración del Instituto es la de una agencia de desarrollo de la Comunidad Autónoma de Murcia y, en su inicio, estaba adscrito a la Consejería de Industria, Comercio y Turismo, siendo su objetivo básico: "favorecer la creación de riqueza y empleo en el contexto de un desarrollo económico regional, promoviendo políticas integrales de apoyo a la pequeña y mediana empresa". En el citado año 1995, El Instituto de Fomento pertenecía a la Consejería de Industria, Trabajo y Turismo. A esta misma Consejería pertenecía, igualmente, la Dirección General de Turismo. Este es el motivo por el que la ya citada Consejería utiliza la estructura organizativa del INFO para crear un área específica de promoción turística empresarial. El objetivo principal de esta área era poner en marcha el nuevo Plan de Desarrollo Turístico de la Región.

A partir de este momento la Dirección General de Turismo se encarga de las competencias en promoción institucional, campañas, ferias y publicidad, y el Área de Promoción Turística del INFO, cuya dependencia funcional queda adscrita a la citada Dirección General, gestiona las misiones empresariales turísticas y todas aquellas actividades relacionadas con la comercialización turística y su relación con el empresariado. Se estructuran diversos productos turísticos y se crean los Consorcios Turísticos Empresariales cuyo cometido y funciones son la promoción y comercialización de los diferentes productos turísticos, desarrollándose estos en directa colaboración con los empresarios del sector.

### **AÑO 1997**

Región de Murcia Turística, S.A. asume los contenidos del Área de Promoción Turística del INFO, ejecutando los proyectos y programas encargados a este área, hasta Junio de 2000, momento en el que se crea la Consejería de Turismo y Cultura. Es en ese momento cuando la mencionada sociedad pasa a pertenecer a la ya citada Consejería.

### **AÑO 2000**

Es una fecha clave para el turismo de la Región de Murcia porque adquiere el protagonismo que se merecía como sector relevante dentro de la economía regional. Fue ese año cuando el vocablo "Turismo" aparece en primer lugar en la denominación de una Consejería, creándose así la Consejería de Turismo y Cultura. Con distintas denominaciones, pero siempre siendo la Consejería de Turismo y ...Ordenación del Territorio; ...Comercio; ...Consumo, transcurren los siguientes ocho años, a través de los cuales se ha ido consolidando una estructura de gestión del turismo que ha sido un modelo de organización para otros desarrollos turísticos.

Región de Murcia Turística, S.A. se convierte, a partir de este momento, en una herramienta instrumental de dicha Consejería, a través de la cual se van a ejecutar la mayoría de las acciones que se contemplan en el "Plan de Fomento del Turismo de la Región de Murcia (2002 / 2006)", proyecto elaborado por la recién creada Consejería de Turismo y que se desarrolla en el TEMA 4 (apartado 4.2.2) del **PRESENTE TEMARIO**.

### **Años 2008 y 2009**

En el año 2008 y tras una reorganización administrativa del Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de Murcia, realizada en el mes de Septiembre, se crea la Consejería de Cultura y Turismo, pasando a gestionar todas las competencias que, en materia de turismo, tenía la Consejería anterior.

Región de Murcia Turística, desde el año 1997, ha venido aplicando la gestión de la política turística que, en cada momento, le ha sido encargada por los órganos directivos de la Administración Regional que, en cada momento han tenido competencias en la gestión y promoción del Turismo de la Región de Murcia. En el momento actual la dependencia funcional de la citada sociedad pública regional pertenece a la Dirección General de Turismo.

La industria turística de la región se ha convertido en un sector económico de gran importancia, reconocido tanto por la administración autonómica como por las administraciones locales. Entendiendo el turismo como un importante motor para el desarrollo local y como una actividad en continuo crecimiento.

En Septiembre de 2009, se produce una reorganización interna de la Consejería de Cultura y Turismo, creándose la Dirección General de Turismo (que refunde las dos Direcciones Generales

que existían hasta entonces- "Promoción Turística" e "Infraestructuras de Turismo". La nueva Dirección General asume todas las competencias de las otras dos y, por tanto, Región de Murcia Turística pasa a depender de la nueva Dirección General creada, denominada Dirección General de Turismo.

Del mismo modo, el sector empresarial ve como las administraciones le apoyan y requieren su colaboración para el desarrollo turístico de la Región. Un desarrollo que, aunque ha comenzado con posterioridad a otras Comunidades, está generando una gran capacidad de crecimiento.

### Año 2010

Prácticamente durante todo el año 2010 se mantuvieron las 5 Direcciones Generales y fue solo a finales del citado año cuando se fusionaron la Dirección General de Promoción Cultural y la Dirección General del Libro y Bibliotecas, dando como resultado La Dirección General para la Promoción de la Cultura y del Libro.

### AÑO 2011

En el mes de julio de 2011, y como consecuencia de las elecciones municipales y autonómicas, volvió a cambiar la estructura organizativa de la Consejería. La Dirección General para la Promoción de la Cultura y del Libro y la Dirección General de Bellas Artes desaparecen y se crean dos nuevas Direcciones Generales en sustitución de estas: La Dirección General de Industrias Culturales y de las Artes y la Dirección General de Bienes Culturales. La Dirección General de Deportes pasa a denominarse Dirección General de la Actividad Física y el Deporte. La Dirección General de Turismo continúa con la misma denominación.

### AÑO 2013

La Ley 144/2012, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias, administrativas y de reforma del sector público regional, incluye una serie de reformas importantes que afectan de manera directa al sector turístico de la Región de Murcia en su vertiente administrativa.

Desaparecen la Dirección General de Turismo y la sociedad regional mercantil "Región de Murcia Turística, S.A." y se crea, con efectos de 1 de enero de 2013, el **Instituto de Turismo de la Región de Murcia**. El Instituto asume todas las competencias (hasta ahora repartidas en los distintos entes administrativos que existían) y se centralizan a nivel administrativo y de gestión en un único órgano con la configuración jurídica de "ente público empresarial"

### AÑO 2014

Tras seis años de permanencia de las competencias de turismo en la Consejería de Cultura, tras una remodelación de la Administración Regional, realizada en mayo de 2014, el Instituto de Turismo, con todas sus competencias, vuelve a estar incardinado en el área de Industria, pasando a pertenecer –entonces- a la Consejería de *Industria, Turismo, Empresa e Innovación*, si bien en la actualidad (y tras las elecciones autonómicas de mayo/2015) se denomina **Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo**.

A continuación se relacionan las diversas denominaciones que las Consejerías, con competencias en materia de Turismo, han tenido desde 1980 hasta la fecha, así como su composición orgánica:

### **Denominación y estructura orgánica de las Consejerías con competencias en Turismo, desde 1980**



[1980...](#)[1982...](#)[1984...](#)[1987...](#)[1995...](#)[1999...](#)[2000...](#)[2002...](#)[2004...](#)[2007...](#)[2008...](#)[2009...](#)[2010...](#)[2011...](#)[2013...](#)[2014](#)

### **1980 - Ente Pre-Autonómico Consejería de Turismo**

- Secretaría General Técnica
- Unidad de registro, prensa, propaganda, documentación y archivo
- Unidad de Coordinación, programación y desarrollo presupuestario.
- Unidad de Ordenación e infraestructura turística regional.
- Unidad de empresas y actividades turísticas.

### **1982 - Consejería de Industria, Tecnología, Comercio y Turismo**

- Viceconsejería
- Secretaría General Técnica
- Dirección Regional de Tecnología, Energía y Promoción
- Dirección General de Industria
- Dirección Regional de Turismo y Comercio

### **1984 - Consejería de Industria, Comercio y Turismo**

- Secretaría General Técnica
- Dirección Regional de Industria
- Dirección Regional de Comercio y Turismo
- Dirección Regional de Planificación

### **1987 - Consejería de Cultura, Educación y Turismo**

- Secretaría General Técnica
- Dirección Regional de Cultura
- Dirección Regional de Juventud y Deportes
- Dirección Regional de Educación y Universidad
- Dirección Regional de Turismo

### **1995 - Consejería de Industria, Trabajo y Turismo**

- Secretaría General
- Dirección General de Industria, Energía y Minas
- Dirección General de Comercio, Consumo y Artesanía
- Dirección General de Trabajo
- Dirección General de Turismo

### **1999 - Consejería de Industria, Comercio, Turismo y Nuevas Tecnologías**

- Secretaría General
- Secretaría Sectorial
- Dirección General de Industria, Energía y Minas
- Dirección General de Comercio y Artesanía - Dirección General de Turismo
- Dirección General de Nuevas Tecnologías y Telecomunicaciones

### **2000 - Consejería de Turismo y Cultura**

- Secretaría General
- Secretaría Sectorial de Turismo
- Dirección General de Promoción Turística
- Dirección General de Infraestructuras de Turismo
- Dirección General de Cultura

### **2002 - Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio**

- Secretaría General
- Secretaría Sectorial de Turismo
- Dirección General de Promoción Turística
- Dirección General de Infraestructuras de Turismo
- Dirección General de Ordenación del Territorio y Costas

### **2004 - Consejería de Turismo, Comercio y Consumo**

- Secretaría General
- Secretaría Sectorial de Turismo
- Dirección General de Promoción Turística
- Dirección General de Infraestructuras de Turismo
- Dirección General de Comercio y Artesanía
- Dirección General de Consumo

### **2007 - Consejería de Turismo y Consumo**

- Secretaría General
- Secretaría Autonómica de Turismo
- Dirección General de Promoción Turística
- Dirección General de Infraestructuras de Turismo
- Dirección General de Consumo
- Dirección General de Puertos y Costas

### **2008 - Consejería de Cultura y Turismo**

- Secretaría General
- Dirección General de Promoción Turística
- Dirección General de Infraestructuras de Turismo
- Dirección General de Promoción Cultural
- Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales
- Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas
- Dirección General de Deportes

### **2009 - Consejería de Cultura y Turismo**

- Secretaría General
- Dirección General de Turismo
- Dirección General de Promoción Cultural
- Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales
- Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas
- Dirección General de Deportes

### **2010 Consejería de Cultura y Turismo**



- Secretaría General
- Dirección General de Turismo
- Dirección General para la promoción de la Cultura y el Libro
- Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales
- Dirección General de Deportes

### **2011 Consejería de Cultura y Turismo**

- Secretaría General
- Dirección General de Turismo
- Dirección General de Industrias Culturales y de las Artes
- Dirección General de Bienes Culturales
- Dirección General de la Actividad Física y el Deporte

### **2013 Consejería de Cultura y Turismo**

- Secretaría General
- Dirección General de Bienes Culturales
- Dirección General de la Actividad Física y el Deporte
- Instituto de las Industrias Culturales y de las Artes
- Instituto de Turismo de la Región de Murcia

### **2014 Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación**

- Secretaría General
- Dirección General de Investigación e Innovación
- Dirección General de Industria Energía y Minas
- Dirección General de Consumo, Comercio y Artesanía
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia
- Instituto de Turismo de la Región de Murcia

### **2015 Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo**

- Secretaría General
- Dirección General de Comercio y Protección al Consumidor
- Dirección General de Energía y Actividad Industrial y Minera
- Dirección General de Dirección General de Simplificación de la Actividad Empresarial y Economía Digital.
- Dirección General de Relaciones Laborales y Economía Social
- Servicio Regional de Empleo y Formación
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia
- Instituto de Turismo de la Región de Murcia

## **3.2 Figuras legales asociativas creadas en la Región**

Para el desarrollo de toda la política turística se hace indispensable la organización, de todas las partes implicadas, en figuras asociativas y jurídicas aglutinadoras que permitan que los esfuerzos vayan encaminados hacia un mismo objetivo y poder así optimizar los recursos disponibles en cada caso.

### **a). Consorcios Turísticos**

Es la asociación de dos o más empresas, organizaciones o administraciones (o cualquier combinación entre estas distintas entidades) con el objetivo de desarrollar un proyecto común mediante el desarrollo de sus respectivos recursos.

En la Región de Murcia existen dos tipologías de Consorcios Turísticos:

### **Consorcios Turísticos Administrativos**

Los configurados a iniciativa de la Comunidad Autónoma, mediante la asociación de la Administración Regional con Ayuntamientos, Mancomunidades y/o Asociaciones Empresariales, para la ejecución de planes de desarrollo o promoción turística en un ámbito geográfico determinado.

### **Reestructuración del sector público en la Región de Murcia**

La Ley 5/2010 de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tiene por objeto la adopción de una serie de medidas económicas de diversa naturaleza, dirigidas a propiciar la reducción del déficit público de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, materializando así el compromiso adquirido para el sostenimiento de las finanzas del sector público en el ámbito de la Región de Murcia.

La figura de los Consorcios Turísticos Administrativos se había desarrollado de una forma muy intensa en los últimos años, habiendo sido unos instrumentos de gestión eficaces en la consecución e implantación de diversos programas relacionados con las infraestructuras y la promoción turística de municipios, comarcas y zonas turísticas especialmente comprometidas con el desarrollo turístico.

En el momento actual se ha entrado en un proceso de reorganización de entes públicos, así como de empresas públicas y consorcios administrativos que, en un futuro próximo, estarían sujetos a cambios ó desaparición, lo que está previsto se ultime a lo largo del año 2015.

A modo de información se inserta la siguiente tabla en la que se refleja un histórico de los Consorcios Turísticos Administrativos y su situación actual a nivel funcional.

En la actualidad hay una serie de ellos que ya han sido disueltos **(los marcados en rojo)**, otros que están en proceso de liquidación **(los marcados en azul)** y el resto son aquellos que, por diferentes motivos aún no tienen acuerdo ni fecha de liquidación.

### **Relación de Consorcios Turísticos Administrativos (histórico):**

- Consorcio para el Desarrollo Cultural y Turístico de Lorca (Lorca Taller del Tiempo) (1998)
- La Manga Consorcio (1999)
- Consorcio Cartagena Puerto de Culturas (2001)
- **Consorcio Centro Turístico de Talasoterapia de San Pedro del Pinatar (2002)**
- Consorcio Vías Verdes de la Región de Murcia (2003)
- **Murcia, Cruce de Caminos (2004)**
- Medina Nogalte (2004)
- **Sierra Minera (2004)**
- **Consorcio Turístico Desfiladero de Almadenes (2004)**
- **Consorcio Turístico de Mazarrón (2004)**
- **Consorcio Valle de Ricote (2004)**
- Consorcio Marina Cope (2004)
- **Consorcio Sierra España (2006)**

- Consorcio Villas Termales de la Región de Murcia (2006)
- Consorcio Torre Pacheco-Fuente Álamo (Tierra y Tradición) 2006
- Consorcio Turístico Mancomunidad del Mar Menor (2006)
- Consorcio Turístico Mancomunidad del Noroeste de Murcia (2007)
- Consorcio Turístico Mancomunidad del Nordeste de Murcia (2007)

» [Consortios Turísticos Administrativos + información](http://www.murciaturistica.es) (www.murciaturistica.es)

Como ya se ha mencionado, los Consorcios Administrativos, desde su creación, han sido instrumentos operativos para la canalización de las inversiones en infraestructuras turísticas en cada uno de los espacios geográficos donde desarrollan su actividad.

En relación con los Consorcios existentes en la actualidad, y por ser unos proyectos de relevancia y de una cierta importancia en materia de creación de producto turístico, se van a referir de forma particularizada los proyectos denominados: "*Cartagena Puerto de Culturas*", "*Lorca Taller del Tiempo*", "*Caravaca Jubilar*" y "*Murcia Cruce Caminos*" (aun cuando este ha finalizado totalmente sus actividades), los cuales tienen un tratamiento más detallado en el **TEMA 9**, dentro del apartado dedicado a los Grandes Proyectos Turísticos impulsados por la Administración Regional.

### **Consortios Turísticos Empresariales (Ahora denominados "Clubes de Producto")**

Los que se crean, exclusivamente, por la asociación de diversas empresas turísticas, para la promoción y comercialización de un producto turístico consolidado. Esta modalidad de Asociación de Empresas nace, aproximadamente en 1996, auspiciado por un programa de cooperación del Instituto de Fomento de la Región de Murcia, a través del cual se pretendió impulsar la agrupación de empresas en torno a un producto turístico, con capacidad para poder comercializar y promocionar ofertas turísticas diferenciadores. Se configuraron diversos Consorcios relacionados con los productos: Náutico, Salud-Termal, Ciudad-Cultural, Rural y Congresos.

En la actualidad esta modalidad asociativa empresarial denominada "Consortios Turísticos Empresariales", está evolucionando hacia la configuración de lo que se denominan "Clubes de Producto", que vienen a ser una configuración similar, es decir la asociación de una serie de empresas y profesionales turísticos alrededor de un Producto Turístico determinado, con el objetivo de promocionarlo y lograr una comercialización más efectiva.

**A continuación se relacionan los Clubes de Producto vigentes en la actualidad:**

#### **Clubes de Producto:**

- Asociación de Campings de la Región de Murcia
- Consorcio Turístico de Águilas (En la actualidad está en proceso de reconversión a **club de producto** que se denominará "**El Mar y la Pesca**")
- Club de Producto "**Turismo de Salud**"
- Club de Producto Náutico "**Estación Náutica Mar Menor-Cabo de Palos**"

- Club de Producto **"Turismo Idiomático"** (Turlingua)
- Club de producto **"Golf de la Región de Murcia"**
- Club de producto **MICE** (Congresos e Incentivos de la Región de Murcia)

» [Consortios Turísticos Empresariales + información](http://www.murciaturistica.es) (www.murciaturistica.es)

### b). Mancomunidades Turísticas de Municipios

La agrupación de diferentes entes municipales para la consecución de un fin común relacionado con el Turismo. Sus características principales:

- Estar integradas exclusivamente por municipios o entes locales
- Agrupaciones voluntarias
- Su finalidad es la de ejecutar una obra o prestar un servicio de competencia de los Municipios que la conforman, es decir, la gestión en común de determinados servicios de competencia municipal, pertenecientes a dos o más Municipios.
- Las competencias que las Mancomunidades pueden asumir son aquellas que los respectivos Ayuntamientos integrantes, libremente, les asignen.

#### Relación de las distintas Mancomunidades Turísticas que existen en la Región de Murcia:

	Municipios que la integran	Año de Creación	Objetivos
Mancomunidad de Municipios del VALLE DE RICOTE	Abarán Archena Ulea Blanca Ojós Ricote Villanueva del Río Segura	1990	Aunar los esfuerzos y posibilidades económicas de los municipios asociados para la prestación de servicios sociales y otros.
<b>ACTUACIONES MÁS RELEVANTES:</b> Conjunto del Valle: - Señalización Turística. - Centro de interpretación del Valle. - Restauración de las dos chimeneas industriales. - Acondicionamiento de Norias. - Iluminación de los edificios singulares.			

» [Mancomunidad del Valle de Ricote + información](http://www.valledericote.com) (www.valledericote.com)

Servicios Turísticos de SIERRA ESPUÑA	Municipios que la Integran	Año de Creación	Objetivos
	Aledo Alhama de Murcia Mula Pliego Totana	2001	Aumento de la actividad turística y su repercusión en la economía social que ésta genera, consolidándola como uno de los motores de la economía y del empleo de esta comarca, creando una oferta turística competitiva y sostenible, hasta convertirse en un referente del turismo rural y cultural.

**ACTUACIONES MÁS RELEVANTES:**

- Acondicionamiento Turístico de los Pozos de Nieve (Parque Regional de Sierra Espuña).
- Creación de un Centro de Interpretación en la Torre del Homenaje (Aledo) como punto de partida o finalización de una serie de rutas culturales, etnográficas, etc. que diversifiquen la oferta y procure desestacionalizar la demanda.
- Creación de una serie de alojamientos rurales dentro de los límites del Parque Regional de Sierra Espuña, promovidos por la administración pública pero ejecutados y gestionados por la iniciativa privada. Ej.: Hospedería de la Marina.
- Estudio de Adecuación Básica.
- Plan de Señalización Turística.
- Senda del Agua paralela al Canal del Taibilla. Estudio de viabilidad.
- Creación de un punto de Información Turística en La Santa (Totana), con el objetivo de completar la red de puntos de información dependientes de los Ayuntamientos.

» [Mancomunidad de Sierra Espuña + información \(www.sierraespuna.com\)](http://www.sierraespuna.com)

Servicios Turísticos del NOROESTE	Municipios que la Integra	Año de Creación	Objetivos
	Bullas Calasparra Mula Caravaca de la Cruz Cehegín Moratalla	2003	Puesta en valor de los recursos turísticos y su promoción como destino turístico, para que ello contribuya a estimular la iniciativa privada y el desarrollo.

**ACTUACIONES MÁS RELEVANTES:**

- Desarrollo de itinerarios conectados con la Vía Verde del Noroeste.
- Desarrollo de la oferta museística y de interpretación.
- Mejora de contenidos y creación de nuevos espacios.
- Desarrollo de rutas turísticas en coche, a pie y ecoturísticas.
- Desarrollo de actuaciones en ríos, riberas y embalses.
- Usos recreativos y deportivos.
- Desarrollo de Espacios Temáticos Naturales y Culturales: Santuario ibero-romano de La Encarnación, Parque Ecológico de Cehegín y Casa de la Maestra de Calasparra.
- Reutilización de edificios singulares para alojamientos turísticos.

- Mejora de la imagen urbana en los cascos históricos: Mejora del cableado aéreo. Mejora y homogeneización de la señalización turística.
- Implantación de imagen de marca del destino.
- Mejora en la información turística de ámbito comarcal.
- Promoción turística dentro y fuera de la Región.
- Mejora en la organización turística: estudio de necesidad de nuevas estadísticas y de recursos con restricciones a las visitas.
- Implantación de sistemas de calidad: Jornadas de fomento de la calidad turística y asesoramiento en la implantación de la "Q".

» [Mancomunidad Servicios Turísticos del Noroeste+ información](http://turismodelnoroestedemurcia.com) (turismodelnoroestedemurcia.com)

Servicios Turísticos del NORDESTE	Municipios que la Integran	Año de Creación	Objetivos
	Abanilla Jumilla Fortuna Yecla	2003	Desarrollo integral del turismo en dicha comarca, puesta en valor de sus recursos turísticos y promoción como destino. Estimular la iniciativa privada que contribuirá a su vez a un mayor desarrollo.

**ACTUACIONES MÁS RELEVANTES:**

- Elaboración de un Primer Plan de Señalización.
- Elaboración del Plan Director Termal y Cultural de los Baños de Fortuna.
- Estudio de viabilidad de la Vía Verde del Nordeste y proyecto de obras de acondicionamiento de los tramos más viables.
- Promoción de alojamientos en el Monasterio de Santa Ana.
- Festival Cultural Castillo de Jumilla.
- Acondicionamiento del río Chícamo.
- Actuaciones de Promoción.

» [Mancomunidad Servicios Turísticos del Nordeste + información](http://www.turismodelnoroestedemurcia.com) (www.turismodelnoroestedemurcia.com)

Hasta el año 2012, existía también la "Mancomunidad Turística del Mar Menor", la cual estaba compuesta por los Municipios de: *Cartagena, San Javier, San Pedro del Pinatar y Los Alcázares.*

Motivos económicos derivados del plan de ajuste estructural que se han impuesto algunos Ayuntamientos, como consecuencia de la crisis económica que estamos padeciendo, han dado como resultado la decisión unánime de estos cuatro municipios de prescindir de esta figura asociativa creada en su día para la gestión conjunta de la promoción turística del espacio geoturístico denominado **Mar Menor**, disolviéndose esta entidad, en septiembre de 2012 y recuperando las competencias asumidas por el mismo, cada uno de los distintos Ayuntamientos que la componían.

**c). Asociaciones Empresariales (Sectoriales)**

Son asociaciones sin ánimo de lucro formadas por empresas o por Asociaciones (en este último caso se denomina Federación). Su objeto es la defensa común de los intereses empresariales, en general, en el sector del turismo y en el ámbito de la Región de Murcia.

**Relación de Asociaciones Empresariales Sectoriales:**

- Hostemur (Federación de Empresarios de hostelería de Murcia)
- Hostecar (Asociación de Hostelería de Cartagena y su Comarca).
- Agrupación Hoteles y Alojamientos Turísticos de Cartagena
- Asoc. Empresarial de comedores colectivos y catering
- Asoc. Empresarial de hostelería del Noroeste y Río Mula
- Asoc. Empresarial de hoteles de la Región de Murcia.
- Asoc. Empresarial de restaurantes de la Región de Murcia.
- Asoc. Empresarial de Bares y Cafeterías de la Región de Murcia
- Asociación de campos de Golf de la Región de Murcia
- Asociación de Puertos Deportivos
- Hosteaguilas (Asociación de Hostelería de Águilas)
- Hostelor (Asociación de Hostelería de Lorca)
- Hostetur (Asociación de hoteles y alojamientos turísticos de la Costa Calida)
- Hostemazarrón (Asociación de Hostelería de Mazarrón)
- HOSTPA (Asociación de Hostelería de Torre Pacheco)
- C.I.T. (Centro Iniciativas Turísticas - Cartagena)
- AMAV (Asociación Murciana de Agencias de Viajes)
- AETUR (Asociación de empresas turísticas de la Comarca de Lorca)
- LORCA RURAL
- ATUVAR (Asociación Turismo Rural del Valle de Ricote)
- INTUR (Asociación de turismo interior Nordeste)
- TURACRUZ: (Asociación de turismo rural de Caravaca de la Cruz)
- A.G.C.T. (Asociación de guías de turismo de Cartagena)
- NORATUR (Asociación de Turismo Rural de la Región de Murcia)

» [Asociaciones Sectoriales + información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

#### **4.1 La Consejería de Turismo: Organigrama y funciones**

##### **4.1.1 Organigrama de la Consejería**

##### **4.1.2 La Comisión Interdepartamental de Turismo**

#### **4.2 El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (Planes y Áreas de gestión)**

##### **4.2.1 Organigrama del Instituto de Turismo**

##### **4.2.2 Planes y Estudios**

##### **4.2.3 Estructuras de Gestión y Organización**

###### **4.2.31 Configuración Administrativa (La Secretaría General Técnica y la Oficina de Ordenación del Turismo)**

###### **4.2.32 La Promoción, la Comunicación y la Innovación**

###### **4.2.33 La Formación y Cualificación específica para el sector turístico**

###### **4.2.34 Otras entidades integradas en el sector turístico**

#### **4.1 La Consejería de Turismo: Organigrama y funciones**

El sector turístico ha estado gestionado, en la Administración Regional, a través de una Dirección General (anteriormente Dirección Regional) incardinada en diversas Consejerías con distintas denominaciones y competencias múltiples.

» [\(Véase el apartado "Denominación y Estructura de las Consejerías" del Tema 3,](#)

En el año 2000 se crea la Consejería de Turismo y Cultura, dándole un fuerte impulso a la gestión del turismo desde la Administración Regional. A partir de esa fecha las competencias en materia turística vienen a configurarse como una actividad primordial dentro del organigrama de la Consejería creada, incrementándose de forma considerable el presupuesto destinado a la actividad turística.

En la actualidad y tras varias remodelaciones las competencias de turismo se encuentran ubicadas en el "**Instituto de Turismo de la Región de Murcia**". Este Instituto, dependiente de la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo, está configurado como un "ente público/empresarial" y se ha creado como consecuencia de una amplia reestructuración del sector público adscrito a la estructura administrativa de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

##### **4.1.1. Organigrama de la Consejería**

A continuación se inserta el Organigrama de la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo, y Empleo, en su estructura actual. Las funciones inherentes a cada uno de los Centros Directivos se pueden conocer pinchando en el enlace más abajo referido.





Organización y funciones de la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo [+ información](#) (web de la Consejería)

#### 4.1.2. La Comisión Interdepartamental de Turismo

En Abril de 1998 se creó la Comisión Interdepartamental del Turismo de la Región de Murcia, como órgano de canalización y organización en el ámbito de la misma, de las actuaciones de la Administración autonómica con repercusión en el sector turístico. Dicho órgano está adscrito a la Consejería competente en materia de turismo.

Esta Comisión ha recibido un impulso, en el mes de julio de 2011, tras el comienzo de la legislatura autonómica, quedando constituida de forma oficial en la primera quincena del mes de septiembre de dicho año. La Comisión tiene como cometido principal servir de nexo de unión y colaboración con el resto de los centros directivos de las distintas Consejerías del Gobierno Regional, para todas aquellas actividades o cuestiones relacionadas con el turismo, en especial las que afecten a este sector económico y cuya gestión y posibles soluciones estén en el ámbito de otros departamentos administrativos.

A esta Comisión que está presidida por el Consejero con competencias en materia de turismo (hoy el Consejero de Industria, Turismo, Empresa e Innovación) y a la que pertenece, como miembro permanente, el Director General del Instituto de Turismo, asisten, cuando así se requiera –por la temática a tratar- los Consejeros y/o Directores Generales del resto de las Consejerías del Gobierno Regional, bien de forma individual o colectiva, de acuerdo con la temática que –en cada reunión- se trate y si afecta a estos Departamentos.

Corresponde a esta Comisión Interdepartamental de Turismo de la Región de Murcia las siguientes funciones:

- a) La coordinación de las actuaciones de los diversos Departamentos de la Administración Regional y organismos de ellos dependientes, así como de las entidades públicas

- vinculadas a la misma, cuando desarrollen actuaciones con incidencia en el sector turístico.
- b) El estudio y formulación de propuesta de planes de actuación integral en materia turística para el mejor cumplimiento de las directrices y objetivos fundamentales que al respecto se definan por el Gobierno Regional.
  - c) La emisión de informes o dictámenes sobre proyectos y propuestas de alcance regional con repercusión en el turismo, que impliquen competencias de diversos Departamentos y Organismos de la Administración Regional.
  - d) La aprobación de las normas de régimen interno que estime procedentes para el mejor desarrollo de sus trabajos.
  - e) Cualquier otra función que, en el marco de sus competencias, se le atribuya por disposición legal o reglamentaria.

Comisión Interdepartamental de Turismo [+ información](#)

## 4.2 El Instituto de Turismo de la Región de Murcia

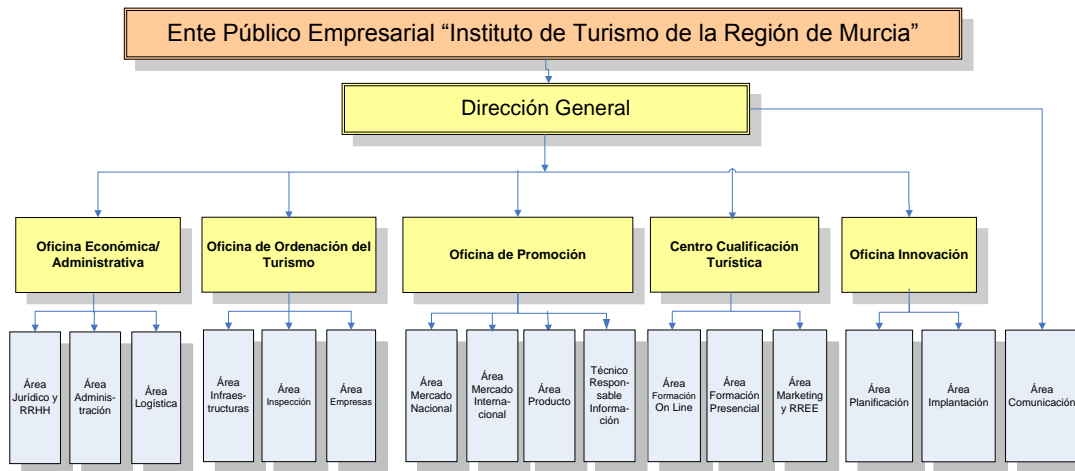
Hasta el mes de diciembre de 2012 la gestión del turismo en la Consejería competente en la materia estaba incardinada en un centro directivo: La "Dirección General de Turismo", del que dependía una sociedad instrumental "Región de Murcia Turística, S.A.". A la Dirección General de Turismo, como órgano directivo de la citada Consejería, le correspondían las competencias en materia de inspección, ordenación e infraestructuras y a la sociedad las de promoción, comunicación, producto, innovación y formación.

A partir de la citada fecha, las competencias de ambas entidades se refunden en una sola entidad, denominada **Instituto de Turismo de la Región de Murcia**.

Desde ese momento este organismo asume la totalidad de las competencias en la gestión turística de la Región de Murcia, quedando configurada, la estructura de gestión, como un único ente administrativo, con la denominación de "*Instituto*" y la configuración jurídica de "*ente público/empresarial*", desde el cual se gestiona la totalidad de la actividad turística, como más adelante se describe.

### 4.2.1 ORGANIGRAMA DEL INSTITUTO DE TURISMO

A continuación se inserta el Organigrama del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, en su estructura actual. Las funciones de cada una de las Divisiones y Áreas que componen el citado ente se describen más adelante en el **apartado 4.2.3**.



(Organigrama, marzo 2015)

#### 4.2.2 PLANES Y ESTUDIOS

Son varios y diversos los Planes y Estudios que se han desarrollado y que se han conformado como las herramientas puestas en marcha por la Consejería de Turismo, a lo largo de su existencia. Dichos Planes se han configurado con el objetivo de potenciar la Región como destino turístico atractivo, diferenciado y de calidad, mediante estrategias basadas en la sostenibilidad y que sean capaces de conciliar la rentabilidad económica con la conservación del patrimonio cultural, natural e histórico.

##### 1995 Plan de Desarrollo Turístico

Anteriormente a la creación de la Consejería de Turismo se elaboró, por encargo de la Confederación Regional de Empresarios y con la financiación de la Dirección General de Turismo, un estudio denominado "*Plan de Desarrollo Turístico*". Este estudio, realizado por una empresa externa, concretaba -a través de un análisis previo- un conjunto de acciones destinadas a impulsar el desarrollo de la actividad turística en la Región de Murcia. Dicho Plan trataba el problema del desarrollo turístico en toda su magnitud y diversidad, desde la definición del producto turístico de cada una de las zonas o destinos hasta los medios a utilizar para una correcta promoción y comercialización, pasando por las acciones necesarias de mejora del producto.

Del citado documento no existe soporte digital aunque si puede consultarse (en formato papel) en el Centro de Documentación del "**Centro de Cualificación Turística**".

##### 2002-2006 Plan de Fomento del Turismo

El motivo por el que se desarrolló y ejecutó el *Plan de Fomento del Turismo* se encuadra en la necesidad de dotar al sector turístico de la Región de un marco orgánico y estructurado que cubriera todas y cada una de las necesidades que requería el citado sector para llevar a cabo con éxito sus perspectivas de crecimiento económico continuado y sostenible que propiciara la creación de empleo y riqueza.

Dicho Plan se desarrolló en perfecta sintonía con las Directrices para el Desarrollo Turístico Sostenible, y ambos se coordinaron en el marco del Plan estratégico de Desarrollo del Turismo. Todos ellos, siguieron las directrices generales apuntadas desde la Administración en el Plan Estratégico de Desarrollo de la Región de Murcia, a fin de especificarlas y adaptarlas a las necesidades del sector turístico.

El Plan se definía de la siguiente manera: *"Resulta primordial vertebrar las diferentes actuaciones que conduzcan al fomento del sector turístico en la Región de Murcia, para que respondan a un hilo conductor, un Plan específico, que resalte su armonía, complementariedad y eficacia y donde se conjuguen las fuerzas del sector turístico y de la Consejería de Turismo, con el fin último de captar una clientela de calidad a lo largo de todo el año. El Plan de Fomento del Turismo se configura en torno a cuatro núcleos fundamentales, cada uno de los cuales, en el marco de sus ámbitos de influencia, analiza, estudia y desarrolla herramientas apropiadas para las necesidades de los empresarios y las responsabilidades de la Administración".*

#### **Entre las novedades que aportaba el Plan de Fomento del Turismo, cabe señalar:**

La creación de cuatro áreas de actuación. A saber:

##### **FORMACIÓN**

Impulso de la formación turística y creación de los Centros de Cualificación Turística.

##### **INFORMACIÓN**

Afianzar y homogeneizar la imagen turística de la Región en la publicidad genérica y creación de la Red de Información Turística.

##### **PROMOCIÓN**

Consolidar la articulación y coordinación de las actuaciones promocionales así como afianzar sus fundamentos metodológicos para mejorar la eficacia.

##### **CALIDAD**

Difusión de la importancia de la calidad en la prestación de los servicios y desarrollo de un plan para implantar sistemas de calidad en las empresas.

Asimismo, conviene resaltar que el Plan de Fomento del Turismo encontraba su razón de ser primordial en el hecho de que todas las actividades desarrolladas se encaminaban a la promoción de los productos comercializados por las empresas privadas.

Las empresas del sector, cualquiera que fuera su rama de actividad, bien de forma individual o asociadas, eran las auténticas protagonistas del *Plan de Fomento del Turismo* y, al mismo tiempo, las destinatarias de todos los esfuerzos y objetivos que se describían en este Plan.

[Plan de Fomento del Turismo 2002/2006](#) + [información](#) (Portal [murciaturistica.es](http://murciaturistica.es))

## 2006 -2012 Plan Director del Turismo de la Región de Murcia

Una vez finalizada la vigencia del anterior *Plan de Fomento del Turismo*, se estimó conveniente hacer un análisis objetivo de la situación del sector y su evolución. Como consecuencia de ello se determinó la necesidad de elaborar un "*Plan Director*" que fuese nexo de unión y continuidad del "*Plan de Fomento del Turismo*". Para la elaboración del "*Plan Director del Turismo de la Región de Murcia*" se contó con la participación de los municipios de la Región y de los departamentos sectoriales implicados de la Administración Regional (transportes, costas, cultura, medioambiente,..), así como con la opinión de agentes significativos del sector turístico regional y de otros expertos externos. Finalmente el *Plan Director de Turismo* fue presentado en la Asamblea Regional de Murcia.

El Plan contenía amplio Diagnóstico de la situación (en aquella fecha) proponía el Modelo Turístico para los siguientes años, estableciendo 9 Líneas Estratégicas de actuación, que se desarrollaban en 22 Planes o Programas, que contenían, a su vez, diferentes medidas y acciones.

Para la financiación de sus actuaciones del *Plan Director* preveía la aportación de las distintas administraciones territoriales con incidencia en el turismo y también de la iniciativa privada. Para el departamento de Turismo regional preveía un volumen de recursos de más de 200 millones de euros.



El *Plan Director de Turismo* desarrolló un Mapa de la Región de Murcia con una distribución zonal basada principalmente en tres áreas consideradas de ámbito turístico. Las citadas áreas son: Destinos Turísticos de interior, de costa y de ciudad. A través de esta zonificación se pretendía conseguir ámbitos geográficos fáciles de identificar, que ayudaran al turista a conocer cada una de estas áreas con un valor turístico diferenciado.

[Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006 / 2012 + información](#) (Web del Instituto de Turismo)

### **2010 -2015 Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia**

Aunque el *Plan Director de Turismo (2006-2012)* aún estaba vigente, no obstante y debido a las circunstancias y evolución que había operado en el mercado turístico, así como la fuerte incidencia que sobre este sector estaban ejerciendo una serie de factores (como la innovación, las nuevas tecnologías, el impacto de las Redes Sociales...) no suficientemente desarrollados ni valorados en dicho Plan, se hizo necesario una adaptación a estas necesidades, por lo que se desarrolló un nuevo estudio, denominado "**Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia**".

La puesta en práctica de estas estrategias, está basada en una política socioeconómica a través de la cual se pretende conseguir que el turismo sea la principal actividad económica de la Región de Murcia y para ello hay que basar su gestión en una serie de factores como son:

- Contemplar el turismo como una industria donde tienen la máxima importancia.
- La mejora en la gestión.
- La sostenibilidad del modelo.
- La mejora de la competitividad de las empresas y los destinos turísticos de la Región de Murcia.

Los cuatro grandes EJES ESTRATÉGICOS sobre los que pivotan estas directrices, son los siguientes:

- 1.** Gestión y coordinación de Destinos Turísticos.
- 2.** Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos.
- 3.** Nuevas formas de Promoción y Comercialización.
- 4.** Nuevas Estrategias de Innovación.

[Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia 2010 / 2015 + información](#) (Web Instituto de Turismo)

La importancia que se le otorga a este Plan (vigente en estos momentos) permite considerar un tratamiento más amplio y exhaustivo, dedicándosele el contenido de uno de los temas del presente temario (el número 11) a estas **Estrategias de Desarrollo Turístico**.

#### **4.2.3 ESTRUCTURAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN**

Como consecuencia de la puesta en práctica del **Plan de Fomento del Turismo** (año 2002), se crearon diversas áreas de gestión de las distintas actividades y responsabilidades atribuidas al Órgano Directivo competente en materia de gestión y Promoción del Turismo en la Región de Murcia (hoy el **Instituto de Turismo**). Las funciones atribuidas a este **Instituto** están dirigidas por un Director General y coordinadas desde una Secretaría General Técnica. A esta última le corresponde el ejercicio de las funciones de coordinación, dirección y seguimiento de los programas emanados desde la Dirección General del Instituto, así como el apoyo y asesoramiento necesarios al titular del mismo.

En la actualidad, el Instituto de Turismo cuenta con cinco grandes Áreas de Gestión, y sus denominaciones son: *Oficina de Ordenación del Turismo, Oficina de Promoción, Oficina de Innovación, Formación (Centro de Cualificación Turística), y Área de Comunicación.*

Además, el **Instituto** cuenta con una *Secretaría General Técnica* desde donde se coordinan la Administración, Recursos Humanos, Servicio Jurídico, así como las unidades de *Estadística y Análisis, de Calidad Interna, y de Logística.*

**A continuación se describen las diversas Áreas y sus competencias:**

#### **4.2.31.- Configuración Administrativa (La Secretaría General Técnica y la Oficina de Ordenación del Turismo)**

##### **La Secretaría General Técnica**

Este departamento presta un servicio horizontal a toda la estructura organizativa del Instituto, posibilitando la coordinación y servicios en materias como:

- ✓ Control Presupuestario y Administrativo
- ✓ Recursos Humanos
- ✓ Servicio Jurídico
- ✓ Servicios de Contratación
- ✓ Logística y Mantenimiento
- ✓ Servicio de Estadística y Análisis e investigación

Cabe destacar que la Unidad de Estadística, si bien está adscrita de manera orgánica a la *Secretaría General Técnica*, su funcionalidad y resultados están directamente ligados a la *Dirección del Instituto*, desde donde se analizan los datos suministrados y se diseñan los diversos proyectos y planes que se pudieran dirimir, producto de la información que la citada Unidad pueda proporcionar en cada momento.

##### **La Oficina de Ordenación del Turismo**

La Oficina de Ordenación del Turismo es el departamento al que ha correspondido asumir la mayoría de las funciones de la extinta Dirección General de Turismo. A él le corresponden las competencias en materia de Infraestructuras de Turismo, de ordenación, de empresas, de inspección y de Calidad de empresas, así como otras, derivadas de estas que, a continuación se describen:

Dichas funciones están subdivididas en tres áreas:

- Infraestructuras de Turismo
- Empresas
- Inspección

##### **Área de Infraestructuras de Turismo**

Le corresponde el desempeño de las siguientes funciones:

- La elaboración y dirección técnica de los Planes, Directrices o Programas para la creación, desarrollo, mejora y competitividad de los recursos y destinos turísticos.

- La elaboración y dirección de estudios y proyectos sobre infraestructuras, equipamientos y señalización turística regional.
- El informe sobre instrumentos de planeamiento urbanístico, planificación territorial y medio ambiental relacionados con el turismo.
- Informe técnico y seguimiento de las infraestructuras y equipamientos turísticos subvencionados a los entes locales.
- La coordinación con las políticas sectoriales que incidan en la ordenación de espacios turísticos.
- Cualesquiera otras que le sean encomendadas en el ámbito de sus competencias

Infraestructuras de Turismo [+ Información](#) (Web del Instituto de Turismo)

### Área de Empresas

Esta área tiene las siguientes competencias:

- Los estudios e informes relativos a la ordenación del sector turístico.
- La propuesta de clasificación de las empresas turísticas y de las modificaciones en las condiciones de su clasificación.
- La propuesta de declaración de no sujeción a la legislación turística de empresas que carezcan de carácter o naturaleza turística.
- La propuesta de dispensa a establecimientos turísticos de la aplicación de condiciones mínimas establecidas legal o reglamentariamente.
- La propuesta del reconocimiento de especializaciones en los servicios de alojamiento turístico.
- La llevanza del Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Región de Murcia.
- La tramitación de los expedientes relativos a la suspensión de la actividad, clausura total o parcial, o el cierre de establecimientos e instalaciones, conforme a lo previsto en la legislación turística.
- La gestión administrativa sobre ordenación de la oferta turística, infraestructuras, alojamientos, agencias de viajes, profesiones y registro de empresas y actividades turísticas.
- La gestión de los procesos de convocatoria y ejecución de titulaciones para Guías de Turismo y su control, registro y seguimiento.
- La tramitación de los expedientes sancionadores por infracciones administrativas en materia de turismo y la atención de las reclamaciones de los usuarios.
- Cualquier otra función que legal o reglamentariamente se le atribuya.

### Área de Inspección

Las competencias de esta área son las siguientes:

- La vigilancia y comprobación del cumplimiento de la normativa turística, a través de los órganos de inspección.
- La verificación de los hechos que hayan sido objeto de reclamación o denuncia en materia turística.
- La emisión de informes que le sean requeridos en materia de ordenación y sobre los establecimientos turísticos.
- La responsabilidad, control, gestión y tramitación de las declaraciones de "Fiestas de Interés Turístico", en los tres niveles, internacional, nacional y regional.

*De igual forma, vamos a dedicar especial atención al concepto de Calidad Turística, aplicado a las empresas y a las infraestructuras turísticas de nuestra Región y cuyas competencias, también dependientes de esta área, se describen a continuación:*



- La representación frente al ICTE y otras organizaciones de las iniciativas y planes en materia de calidad turística certificada de la Región de Murcia.
- La delegación territorial del ICTE en la Región de Murcia.
- El asesoramiento a las empresas y organizaciones para la implantación y certificación de los diferentes sistemas de calidad turística.
- La participación en comités técnicos y normalización para el desarrollo de normas de calidad.
- Informar a las empresas turísticas de la Región de Murcia de los cambios y actualizaciones sobre las normas de calidad turística.
- La coordinación de los programas SICTED en relación directa con los entes locales afectados e interesados por estos proyectos.
- La sensibilización de empresas y profesionales a nivel sectorial y multisectorial.
- Campañas de difusión de la "Q" y del Compromiso de Calidad Turística de los establecimientos certificados.
- Asesoramiento en otros sistemas de calidad representativos para el sector turístico (ISO, EFQM...).
- Colaboración con la Secretaría General de Turismo para diversos proyectos de asistencia técnica.
- Diversas actuaciones de publicidad y comunicación de la "Q" y Compromiso de Calidad Turística a través de inserciones en diferentes medios de comunicación de la Región de Murcia (prensa, tv, radio, Internet, mobiliario urbano...).
- *Formación en Calidad*: desde la sección de Calidad se programan, en coordinación con el Centro de Cualificación Turística, la realización de cursos específicos relacionados con la calidad turística, en las modalidades presencial, semi-presencial y on-line, a través de la plataforma E-Learning.

#### La sección de Calidad de Empresas

A continuación, y por la importancia que requiere este apartado, se hace mención a los **antecedentes en la creación e implantación de Sistemas de Calidad en las empresas turísticas.**

**En el año 2000, como consecuencia de la recién creada Consejería de Turismo y en aplicación del "Plan de Fomento del Turismo", se creó (en el seno de "Región de Murcia Turística") un área cuya competencia fue. El área, denominada de "Calidad Turística" dedicó un esfuerzo importante a potenciar la implantación de Certificados de Calidad Turística en las empresas de la Región de Murcia. Esta labor se hizo en colaboración con el sector empresarial, estructurado a través del ICTE (Instituto para la Calidad Turística en España) y más concretamente con su Delegación Territorial en Murcia.**

Posteriormente esta actividad fue incrementándose con otros proyectos y programas, como el SICTED (Sistema de Calidad en Destinos), hasta llegar a conseguir que un considerable número de establecimientos e infraestructuras turísticas de la Región de Murcia contaran con algún tipo de Certificación de Calidad, como se acredita con las estadísticas e información que se ofrecen al final de este apartado.

En Enero de 2012 y tras la última remodelación administrativa acaecida en la Consejería de Cultura y Turismo, la competencia en materia de Calidad Turística para el fomento e implantación de Certificados y Sistemas de Calidad en empresas e Infraestructuras Turísticas, está conferida, como se ha referido anteriormente, a la Dirección General de Turismo (Hoy el **Instituto de Turismo**), mediante la creación de una **sección de Calidad Turística**, dependiente del **Área de Inspección** de la **Oficina de Ordenación del Turismo**, y cuyas funciones han quedado descritas anteriormente.

» [Sección de Calidad Turística + información](#)

A continuación se detalla, en el siguiente cuadro, un resumen con los diferentes establecimientos certificados con la "Q" de Calidad. (Información referenciada a marzo 2015).

Modalidad de Empresa	Municipio / Localidad	Nº Establecimientos	TOTAL
Agencias de Viajes	Murcia	1	4
	La Manga (Cartagena)	1	
	Yecla	1	
	Lorca	1	
Balnearios Termales	Archena	1	1
Campings	Cartagena (1 El Portús, 1 La Manga)	2	2
Casas Rurales	Molina de Segura	1	1
Hoteles	La Manga (Cartagena)	2	6
	Archena	3	
	Lorca	1	
Servicios de Restauración	Murcia	8	18
	La Manga (Cartagena)	3	
	Lorca	1	
	Molina del Segura	2	
	Santomera	1	
	San Javier	1	
	Lo Pagán (San Pedro del Pinatar)	1	
El Esparragal (Puerto Lumbreras)	1		
Oficina de Congresos	Murcia	1	1
Palacio de Congresos	Murcia	1	1

» [Establecimientos certificados con la "Q" + información](#)

» [Certificaciones "Q", relacionadas por municipios + información](#)

Otras infraestructuras e instalaciones certificadas con la "Q". (Información referenciada a marzo de 2015)

Infraestructura -Instalaciones	Municipio / Localidad	Número	TOTAL
Oficinas de Turismo	Alhama	1	7
	Águilas	1	
	La Unión	1	
	Santiago de la Ribera (San Javier)	1	
	Torre Pacheco	1	
	La Manga del Mar Menor	1	
	Lorca	1	
Parques Naturales	Sierra Espuña	1	2
	San Pedro del Pinatar	1	
Playas	San Javier (Santiago de la Ribera, 3 y la Manga, 2)	5	37
	San Pedro del Pinatar	2	
	Los Alcázares	6	
	Águilas	6	
	Mazarrón	6	
	Cartagena (5 La Manga, 3 Mar Menor, Cabo de Palos, La Azohía, Cala Cortina y Playa Paraiso)	12	

» [Otras infraestructuras e instalaciones certificadas con la "Q" + información](#)

#### 4.2.32.- La Promoción, la Comunicación y la Innovación

Además de la estructura administrativa a la que nos hemos referido anteriormente, el **Instituto de Turismo** cuenta con unas áreas funcionales, a través de las cuales se gestionan los diversos programas en relación con la actividad turística y que se encuadran en tres grandes Oficinas: **Promoción, Innovación y Formación**. Además existe un Área de **Comunicación** que, dependiente directamente de la *Dirección General del Instituto*, ofrece un servicio horizontal a todas las demás, dotándolas de los medios publicitarios, de comunicación y marketing más profesionales para el desarrollo de sus actividades.

La Oficina de **Promoción**, a su vez está configurada por tres áreas: **Promoción Mercado Nacional, Promoción Mercado Internacional, y Producto**, a través de las cuales se gestionan todos los proyectos y programas que, a continuación se relacionan:

##### Oficina de Promoción

**Antecedentes:** Como consecuencia de la última remodelación funcional llevada a cabo, en el segundo semestre de 2011, en la sociedad "*Región de Murcia Turística*" se configuró una División dedicada a potenciar la comercialización de los diversos Productos Turísticos de la Región de Murcia así como a posibilitar la penetración en los mercados turísticos de aquellos recursos turísticos que, hasta ahora, no habían podido comercializarse de una forma competitiva.

Consecuencia de esta decisión fue la creación, en una primera etapa, de la **Oficina de Comercialización**, a la que se ha denominado posteriormente **Oficina de Promoción**, y que engloba diversas áreas operativas, como ya se ha manifestado anteriormente, cuyas competencias y funciones a continuación se especifican.

- **Área de Promoción del Mercado Nacional**
- **Área de Promoción del Mercado Internacional**

Dentro de las Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia, el Plan de Promoción Turística tiene como objetivo la promoción de los distintos productos turísticos existentes en la Región de Murcia.

Dicho Plan tiene un enfoque de máxima flexibilidad teniendo en cuenta el actual panorama económico y las incertidumbres que la misma crea, de forma tal que permite dar una adecuada respuesta a los acontecimientos que el futuro puede deparar y que requerirá, en todo caso, redoblar los esfuerzos de colaboración entre instituciones y organismos públicos y privados.

Para el desarrollo de este Plan son utilizadas diversas herramientas de promoción que, por su tipología, se clasifican en Promociones estrictamente comerciales y Promociones que resaltan la imagen genérica de la Región de Murcia (tanto a nivel nacional como internacional). Se da especial importancia a la comercialización On-Line y Off-Line con el fin de potenciar la presencia de la Región de Murcia, a través de acuerdos con TTOO, Compañías Aéreas, portales consolidados en el sector de viajes y otras entidades. El papel fundamental de tales acciones es crear un flujo continuo de información sobre la Región de Murcia.

Las acciones a desarrollar, van directamente enfocadas a los mercados **Regional**, así como **Nacional** e **Internacional**.

A continuación se enumeran aquellas funciones más relevantes que se desarrollan desde las áreas de "**Mercado Nacional**" y de "**Mercado Internacional**", cada una de ellas en su ámbito de aplicación:

- Convenios con Turespaña para el fomento de la comercialización.
- Convenios de Promoción con Compañías Aéreas
- Asistencia a ferias nacionales e internacionales
- Misiones inversas
- Prospección de Mercados
- Jornadas profesionales-workshop
- Convenios con TTOO On-Line y Off-Line
- Envíos de Newsletter
- Acuerdos en materia de comercialización con los consorcios turísticos empresariales de la Región de Murcia, lo que actualmente se denominan Clubes de Producto

*Estas acciones se desarrollan, de igual forma, tanto a nivel Regional, como Nacional e Internacional.*

[Área de Promoción \(Mercados Nacional e Internacional\) + información \(www.murciaturistica.es/itrem\)](http://www.murciaturistica.es/itrem)

Además y como consecuencia de una reciente remodelación, en la funcionalidad de algunas áreas, llevada a cabo en el Instituto de Turismo, la **Oficina de Promoción** ha visto incrementadas sus competencias, a través de una **Unidad de Información**, habiendo asumido las siguientes funciones:

- Organización y coordinación de la Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia.
- Colaboración en la implantación del Plan de Calidad en la Red de Oficinas de Turismo Regionales.
- Incorporación de la marca "Murcia Turística" en las oficinas de turismo pertenecientes a la Red.
- Coordinación del teléfono de información turística.
- Gestión y mantenimiento de los portales turísticos y Webs institucionales pertenecientes al Instituto de Turismo.

Área de Información + [información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

A continuación, vamos a hacer una breve descripción de **La Red de Oficinas de Turismo (RITMO)**, y cuya competencia, en materia de coordinación, está asignada a la **Oficina de Comercialización**.

La Región de Murcia cuenta con una Red de Oficinas de Turismo. Las oficinas encuadradas en la citada Red, de titularidad municipal, facilitan información local y regional. Además, en algunos casos, cuentan con diversos Puntos de Información, que únicamente facilitan información local.

El total de oficinas que componen la Red es de 27, todas ellas disponen de la Certificación de Calidad "UNE en ISO 9001/2008. Esta misma Certificación la ha obtenido uno de los Puntos de Información (el PIT de los Narejos, en Los Alcázares). Todas las oficinas están conectadas a través de una plataforma denominada RITMO, la cual posibilita –de forma inmediata- generar una información compartida en todos y cada uno de los lugares donde se ubican estos establecimientos."

» [Red de Oficinas de Turismo de la Región de Murcia + información](http://www.murciaturistica.es) (www.murciaturistica.es)

## Área de Producto

El Área de Producto se creó, en el seno de Región de Murcia S.A., con el objeto de diseñar los productos turísticos partiendo de los recursos existentes en la Región de Murcia, permitiendo la comercialización de los mismos a través de los agentes turísticos facultados para ello y a través de las nuevas tecnologías on-line. Entre los objetivos en los que se trabaja desde esta área, actualmente incardinada en el organigrama del Instituto de Turismo, cabría destacar:

### Objetivos Generales

- Dinamizar los subsectores afectados (turismo activo y deportivo, turismo rural, naturaleza, etc.) mediante la coordinación y la creación de aquellos productos relacionados con los subsectores aludidos, incluso en el seguimiento, mantenimiento y dinamización.
- Coordinarse con el Área de Promoción y Comercialización en todas aquellas acciones de promoción y comercialización que afecten a estos productos.
- Acuerdos con los consorcios turísticos empresariales de la Región de Murcia, lo que actualmente se denominan Clubes de Producto, en materia de actualización y mantenimiento del Producto.
- Creación y desarrollo de nuevos productos, capaces de satisfacer la demanda del público final que busca nuevas experiencias en torno a su viaje, así como a las agencias de viajes, con el objeto de que sean programados en sus canales de comercialización.
- Tener presencia en los diferentes mercados, apoyando a los Consorcios Turísticos de la Región de Murcia (ahora denominados Clubes de Producto) en acciones dirigidas a la promoción y comercialización de los productos turísticos que representan.
- Establecer canales de comunicación con los empresarios, con el objeto de que conozcan en todo momento, las acciones que se llevan a cabo desde el área, además de que puedan aportar ideas y sugerencias, sobre las mismas u otras propuestas innovadoras.

### Objetivos específicos

- \*Identificación y ordenación de recursos turísticos capaces de ofrecer unos productos atractivos diseñados para su consumo, incluidos aquellos especialmente dirigidos a agencias de viajes y profesionales, para ser ofertados en sus respectivos canales de distribución.
- \*Diseño de rutas e itinerarios destinados a colectivos y público final. Todas ellas se podrán consultar en la Web murciaturistica.es.
- \*Colaborar en las acciones encaminadas a la promoción y comercialización de los diferentes productos, en mercados, que vayan dirigidas a público final y colectivos, así como a agencias de viajes mayoristas, minoristas y mixtas.

\*Creación de un *blog* específico de Producto y Comercialización, en el que se compartan noticias con los empresarios de la Región de Murcia. Para ello los contenidos se organizarán en entradas o post.

Además, dentro del Área de Producto existe una unidad de Turismo Activo y Naturaleza cuyo cometido es el de diversificar la oferta, potenciando los valores medioambientales y de naturaleza y aprovechando entre otros el rico patrimonio natural que posee la Región de Murcia.

Producto +información: ([www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es))

### **Área de Comunicación**

#### **Publicidad y Marketing**

Con dependencia directa de la Dirección General del **Instituto**, el Área de Comunicación tiene como objetivo la difusión y homogeneización de la imagen turística de la Región de Murcia mediante las siguientes acciones:

- Programación y realización de campañas publicitarias e informativas en medios de comunicación, tanto a nivel nacional como internacional, utilizando todos los soportes y medios que para ello convenga en cada momento.
- Fomento de la presencia de la Región de Murcia y/u oferta temática en medios, tanto on-line como off-line.
- Gestión y difusión de las distintas marcas turísticas regionales, así como de aquellos Productos Turísticos más representativos.
- Realización del material promocional necesario para los fines anteriormente mencionados y de apoyo a otras Áreas de Región de Murcia Turística.
- Especial presencia en Redes Sociales y utilización de herramientas de difusión y comunicación con el objetivo de lograr una mayor presencia de la imagen turística de la Región de Murcia.
- Coordinación y mantenimiento del nuevo portal turístico de la Región de Murcia.

Además y como ha quedado referido anteriormente, el **Área de Comunicación** cuenta con la aportación de todos aquellos datos procedentes de la Unidad de Estadística y que le permite disponer de la mayor y más actualizada información que permita la más fluida capacidad de actuación y respuesta en la organización y planificación de las acciones promocionales y de comunicación dirigidas a fomentar un mejor conocimiento de los productos turísticos de la Región.

[Área de Comunicación + información](#)

### **Oficina de Innovación**

En septiembre de 2011 se creó la **Oficina de Innovación**, en el seno de "*Región de Murcia Turística*". La implantación de la citada unidad, hoy día incardinada en el Instituto de Turismo, obedece a una de las conclusiones a las que llegó el estudio denominado "*Estrategias de Desarrollo Turístico para la Región de Murcia*", una de cuyas conclusiones había sido la de potenciar las herramientas informáticas que las nuevas tecnologías favorecían y una mayor implantación y utilización de los nuevos fenómenos sociales como eran las Redes Sociales, así como diversas y nuevas formas de promoción.

En general la **Oficina de Innovación** tiene, entre sus competencias, la implantación de herramientas que permitan el análisis de mercados y tendencias del sector y experiencias relacionadas con la innovación y las nuevas tecnologías.

Con esta actuación, la Región pretende contribuir al crecimiento sostenible del sector turístico murciano incrementando unos niveles de calidad óptimos en los procesos de gestión turística.

Se trata en definitiva, de crear un "foro innovador" con el objetivo de unir a todos los agentes del sector.

Los objetivos generales y específicos que se pretenden conseguir y a los que se orienta, de manera fundamental, el trabajo a efectuar por esta Oficina, son los siguientes:

### Objetivos generales

1. Integración de las empresas turísticas de la Región, en el conjunto de plataformas virtuales que existen en la actualidad en el mercado y aquellas otras que vayan apareciendo, dotando a las empresas de alojamientos, de las últimas tecnologías en gestión de reservas, permitiéndoles interactuar de forma automatizada con sus colaboradores.
2. Mejorar la posición de la Región de Murcia y de su oferta turística en Internet y las redes sociales.
3. Apoyar a las empresas en el área de nuevas tecnologías e Internet con el fin de mejorar su gestión y su productividad, creando productos nuevos y ofreciendo servicios concretos.
4. Canalizar y apoyar el desarrollo de proyectos de innovación turística a través de acuerdos con las Asociaciones, con la Mesa del Turismo o por cualquier otra vía.

### Objetivos específicos

- Realización de un interfaz de gestión que permita de una forma ágil y práctica, la gestión a los establecimientos turísticos. El objetivo marcado es el de utilizar un solo programa de gestión de las reservas, conectado en tiempo real con todos los operadores turísticos con los que colabore cada establecimiento (Proyecto ARPA).
- Mantenimiento y actualización de la Plataforma de Reservas On-Line B2C (para el cliente directo) y B2B (para Agencias y Profesionales).
- Búsqueda de sinergias de colaboración a través de otros entes públicos, con el fin de compartir Know-how tecnológico, con el objetivo de llevar a cabo un proyecto entre varias Comunidades Autónomas.
- Apoyo en la puesta en marcha, gestión y seguimiento de proyectos encaminados a favorecer a las empresas turísticas de la Región en materia de comercialización y una mayor competitividad: "**Web Semántica**", dedicada a la medición y monitorización de reputación online; "**Sabueso**", un programa capaz de monitorizar los precios de los alojamientos en las distintas webs comerciales; Programas "ORION" y "AURIGA", gran proyecto de **Innovación y Desarrollo** regional, en el que confluyen todas las demás actuaciones, y que servirá para gestionar y vincular todo el flujo de información relacionada y generada por el sector, interconectando a todos los agentes participantes.

Para + Información sobre la Plataforma de "Reservas On Line", ([www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es))

#### 4.2.33.- La Formación y Cualificación específica para el sector turístico

Dentro de las Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia, la Formación es un pilar básico en la consecución de una mayor cualificación.

Por este motivo, la Consejería de Turismo creó El **Centro de Cualificación Turística**, el cual tiene -entre sus cometidos- la realización de un intenso programa de cursos, jornadas, seminarios y actividades formativas destinadas a la capacitación, cualificación y especialización de profesionales ligados al sector turístico, tales como: formación en calidad, servicio de restauración, cursos de cocina y conocimiento del vino, así como otros dirigidos a los profesionales de las agencias de viajes, hoteles y alojamientos en general, actividades deportivas y de ocio, gestión empresarial, etc.

El Centro dispone de los más innovadores sistemas de enseñanza, utilizando para ello las nuevas tecnologías y el diseño de acciones formativas modernas y dinámicas. Además cuenta con una plataforma de formación a través de Internet (E-Learning) a través de la cual se ofrecen cursos a distancia para todos aquellos profesionales que no puedan acceder a desarrollar estos cursos de forma presencial.

Los cursos los pueden realizar, tanto profesionales en activo, para su reciclaje, como interesados en acceder por primera vez a este sector, dentro de lo que es una formación ocupacional.

El Centro de Cualificación Turística se encuentra ubicado en la ciudad de Murcia, en la calle Pintor Aurelio Pérez nº 1, y realiza este tipo de actividades formativas, además, en aquellos otros lugares y destinos de la geografía murciana, cuya demanda y necesidades en cada momento lo justifiquen.

#### Organización y funcionalidad

Para la gestión y desarrollo de estas acciones formativas, el CCT está organizado en diferentes áreas con las siguientes funcionalidades:

#### Formación Presencial:

- Hostelería: Cursos de Cocina y Restaurante/Bar.
- Turismo: Cursos relacionados con Hoteles, Alojamiento, Agencias de Viajes, Guías y Oficinas de Turismo, Formación Complementaria, Gestión de Empresas Turísticas, Calidad e Idiomas.

Tipo de cursos: Certificados de Profesionalidad, cursos propios, talleres, y jornadas.

#### Formación Online:

Se realizan cursos de Hostelería, Turismo e Idiomas. Estos cursos cuentan con la herramienta "Campus Virtual", la cual también da servicio a las acciones formativas presenciales, ya que ofrece la posibilidad a nuestros alumnos de obtener más información y material.

#### Marketing y Relaciones Externas:

- Acciones de comunicación e imagen del centro: Web del CCT, redes sociales, medios de comunicación online y offline.



- Organización de Jornadas y seminarios sobre las últimas tendencias y novedades en el sector turístico.
- Proyectos Europeos: Elaboración, presentación y gestión de diferentes proyectos europeos que nos permitan intercambiar conocimientos y experiencias entre formadores, alumnos y trabajadores del sector turístico.
- Acuerdos de colaboración con las principales empresas turísticas regionales, nacionales e internacionales para la realización de las prácticas formativas de nuestros alumnos.
- Orientación y Empleo: Bolsa de Empleo disponible tanto para empresas como para demandantes de empleo. Orientación Laboral: Servicio especializado y dirigido a la información, orientación y búsqueda de empleo.
- Coordinación de eventos y visitas.

[Formación y Cualificación + información](http://www.cctmurcia.es) (www.cctmurcia.es)

#### **4.2.34.- Otras entidades integradas en el sector turístico**

Como consecuencia de la abultada proliferación de asociaciones y entidades representativas de los distintos subsectores y poblaciones, dentro del sector turístico en la Región de Murcia, tal y como se describe en el Tema 3, y con el objeto de optimizar las relaciones institucionales y la puesta en común de criterios que sirviese para una puesta en común de determinados proyectos empresariales, se creó una entidad, denominada **Mesa del Turismo**, cuyas funciones y composición se describen a continuación.

#### **La Mesa del Turismo**

La Mesa del Turismo Regional se constituyó en el año 2003, como un foro de ámbito turístico, integrando en su seno a consorcios, asociaciones ó federaciones de ámbito local, comarcal o regional, todas ellas pertenecientes a la Región de Murcia y cuya actividad necesariamente deberá estar relacionada con el Turismo.

#### **Fines de la Mesa:**

- Disponer de una plataforma desde la que poder coordinar las actuaciones e intereses comunes de las asociaciones y entidades integrantes de la misma.
- Fomentar la solidaridad entre sus miembros.
- Crear mecanismos para acometer futuras actividades comunes, que redunden en beneficio de la promoción, apoyo y fomento del turismo en la Región de Murcia.
- Representar a los Consorcios, Asociaciones y/o Federaciones, en aquellos asuntos que, previamente, hayan sido consensuados.
- Intervenir como mediadores en aquellos conflictos que pudieran surgir entre sus miembros.
- Aquellos otros que sean acordados, siempre por unanimidad, por los integrantes de la Mesa.
- Actuar -en decisión asumida por unanimidad- en aquellos temas de índole general más específicos que afecten a alguno de los socios, en cuyo caso, tendrán -éstos- parte activa en dicha representación.

#### **Componentes de la Mesa:**

- Asociación Regional de Agencias de Viajes
- Asociación de Hoteles y Alojamientos de la Costa Cálida: Hostetur
- Federación de Hostelería de la Región de Murcia: Hostemur

- Asociación de Hostelería: Hostecar
- Asociación de Turismo Rural: Noratur
- Asociación Murciana de Camping
- Agrupación Hoteles y Alojamientos Turísticos de Cartagena
- Asociación de Hostelería de Águilas - Hosteáguilas
- Consorcio Estación Náutica Mar Menor-Cabo de Palos
- Consorcio Promoción Hotelera de Murcia / Murcia Ciudad de Congresos
- Consorcio Turismo de salud
- Agrupación de Enoturismo
- Club de Producto Golf de la Región de Murcia
- Asociación de Guías Oficiales de Turismo de la Región de Murcia

Además de estas Asociaciones cuya representación es permanente, La Mesa del Turismo ha posibilitado la inserción de otras entidades, con el objeto de enriquecer la información y los objetivos que La Mesa pretende conseguir.

Estas organizaciones no son miembros permanentes, si bien participan de forma puntual en aquellas reuniones que La Mesa del Turismo pudiera celebrar y cuya temática, de alguna forma, requiriese de la participación de alguna o varias de las entidades referidas.

Su denominación es la de "Socios Colaboradores" y la relación de asociaciones adheridas, dentro de esta modalidad (a 31 de diciembre de 2011) es la siguiente:

- Escuela de Turismo de La Universidad de Murcia
- Escuela de Turismo de La Universidad de Cartagena
- Escuela de Turismo de la UCAM
- Turlingua/Funcarele.- Turismo Lingüístico
- Autoridad Portuaria de Cartagena
- Federación Nacional de Empresas de Transporte en Autobús (FENEBUS)
- Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia
- Mesa del Turismo Residencial de la Región de Murcia

### **5.1 Planes de Excelencia: Características**

### **5.2 Planes de Dinamización: Características**

### **5.3 Relación de Planes de Excelencia y Dinamización de la Región de Murcia**

### **5.4 Objetivos de los Planes de Excelencia y Dinamización**

Los planes de Excelencia y Dinamización, han sido planes de desarrollo turísticos que se han ejecutado con la colaboración de las Administraciones Central, Autonómica y Local, para el desarrollo y dinamización de diferentes espacios y/o destinos turísticos.

Los Planes de Excelencia se materializan en destinos y/o productos ya consolidados y los Planes de Dinamización en aquellos otros considerados como emergentes.

En la Región de Murcia se han desarrollado, o están desarrollando, un total de 15 planes según cuadro descriptivo que se inserta más abajo.

Aunque estos Planes han dejado de ser convocados y, como consecuencia de ello, ya no se van a ejecutar más, es importante describirlos y conocer cuales han sido sus resultados y la repercusión que, para las infraestructuras turísticas, han supuesto en muchos de los casos.

### **5.1 Planes de Excelencia**

Están dirigidos a la recuperación y regeneración de destinos turísticos maduros. Principalmente a los destinos de costa que fueron los que más se desarrollaron en los años 60. Las inversiones de estos planes han ido dirigidas a:

#### **1- Acondicionamiento y mejora de las playas**

- Limpieza y accesorios
- Vigilancia
- Servicios sanitarios e higiénicos
- Paseos marítimos
- Parques o zonas lúdicas en playas
- Papeleras, duchas, etc.

#### **2- Dotación de equipamientos, actuaciones de embellecimiento y señalización:**

- Ajardinamiento
- Creación de parques urbanos
- Mobiliario urbano
- Puntos limpios
- Señalización

#### **3- Diversificación y enriquecimiento de la oferta turística**

- Creación de oficinas de información turística
- Centros de interpretación, museos, etc.
- Senderos, circuitos y miradores
- Potenciación del turismo deportivo: náutica, golf.
- Potenciación de actividades culturales: festivales, conciertos.
- Potenciación del turismo de congresos

#### **4- Ordenación y actuaciones en medio ambiente natural**

- Estudios sobre repercusión en el medio ambiente
- Aplicación de la agenda local 21
- Planes especiales de protección
- Repoblación y recuperación de espacios naturales

#### **5- Recuperación urbanística y del patrimonio**

- Rehabilitación de fachadas
- Recuperación de cascos históricos

#### **5.2 Planes de Dinamización**

Están dirigidos a destinos emergentes con importante patrimonio histórico-artístico y/o natural; a destinos que se encuentran aún en fase de desarrollo turístico y cuyo objetivo es acelerar el crecimiento y asegurar su sostenibilidad. Con una condición casi indispensable: la existencia de una cierta oferta de alojamiento turístico en la zona. Las inversiones de estos planes han ido dirigidas a:

##### **1- Actuaciones de puesta en valor y uso turístico de recursos**

- Recuperación y embellecimiento del patrimonio
- Cascos históricos
- Señalización turística
- Transporte

##### **2- Creación de nuevos productos turísticos**

- Centros de interpretación, museos, etc.
- Senderos, circuitos y miradores

##### **3- Recuperación del medio ambiente**

- Dotación de casetas y puntos limpios
- Actuaciones de regeneración del paisaje
- Ajardinamiento

##### **4- Fortalecimiento e integración de la oferta y de la estructura empresarial**

- Formación del empresariado
- Ayudas a las empresas
- Oficinas de información

## 5- Animación del destino, difusión y gestión del plan

Las actuaciones que se incluyen en este apartado buscan transmitir al conjunto de la población la importancia de la actividad turística y dotar al destino, sobre todo en temporada media-baja, de elementos que animen la zona, bien mediante la organización de elementos deportivos y culturales, bien mediante la participación de los vecinos y residentes.

### 5.3 Relación de Planes de Excelencia y Dinamización de la Región de Murcia

Realizados			
PET (Excelencia) PDT (Dinamización)	Destinos	Años	Inversión
PET de La Manga	Cartagena y San Javier	1995-1999	
PDT de Cartagena	Cartagena	1998-2001	
PDT de Mazarrón	Mazarrón	1998-2001	1.352.277 €
PDT Águilas	Águilas	1998-2001	1.352.277 €
PDT Caravaca de la Cruz	Caravaca de la Cruz	2000-2003	1.352.277 €
PDT Valle de Ricote	Blanca, Abarán Archena, Ojós, Ricote, Ulea, Villanueva del Segura	2000-2003	1.352.277 €
PDT del Noroeste de la Región de Murcia	Bullas, Calasparra, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Moratalla, Mula	2003-2006	2.160.000 €
PDT Sierra Espuña	Aledo, Alhama de Murcia, Mula, Pliego, Totana	2002-2005	1.620.000 €
PDT Murcia -El Valle	Murcia	2001-2005	1.803.036 €
PDT del Nordeste-Altiplano	Abanilla, Fortuna, Jumilla, Yecla	2004-2007	2.160.000 €
PET Mar Menor	San Pedro del Pinatar, San Javier, Los Alcázares, Cartagena	2005-2009	2.850.000 €
PDT de la Sierra Minera (La Unión-Cartagena)	La Unión y Cartagena	2006-2008	1.800.000 €
PDT Producto Turístico de LORCA	Lorca	2007-2009	2.607.000 €
PDT Cañón de Almadenes	Cieza-Calasparra	2007-2009	4.155.000 €
PDT Medina Nogalte	Puerto Lumbreras	2008-2010	3.300.000 €

### 5.4 Objetivos de los últimos Planes de Excelencia y Dinamización programados y ya finalizados.

#### Plan de Dinamización del Producto Turístico de Lorca

El convenio de colaboración para el desarrollo del Plan de Dinamización del Producto Turístico de Lorca fue aprobado y, posteriormente suscrito por el Ministerio de Industria, la entonces Consejería de Turismo, Comercio y Consumo y el Ayuntamiento de Lorca, con fecha 31 de julio de 2006.

La duración ha sido de 3 anualidades presupuestarias a realizar en cuatro años, aportando cada uno de los tres organismos participativos, la tercera parte de los fondos con los que cuenta el Plan, ascendiendo al importe total de 2.607.000 €.

Las fechas de ejecución del Plan han sido las que se detallan a continuación:

- ❖ La Primera Anualidad comenzó oficialmente en Julio de 2006, si bien se demoró algún tiempo, por causas administrativas. La misma finalizó el 31 de julio de 2008.
- ❖ La Segunda Anualidad inició el 17 de julio de 2007, actualmente se encuentra en ejecución y prorrogada hasta el 17 de julio de 2010, se volvió a pedir otra prórroga hasta enero 2011, y ya está finalizada.
- ❖ La Tercera Anualidad se inició el 14 de julio de 2008, habiendo finalizado la totalidad de las actuaciones que se programaron.

### **Objetivos**

El principal objetivo ha sido consolidar y desarrollar el turismo cultural en torno a la ciudad de Lorca, centrado principalmente en complementar el producto "Lorca Taller del Tiempo".

Se pueden distinguir los objetivos generales de los objetivos específicos:

Objetivos generales:

- ❖ Potenciar la imagen de Lorca como destino turístico de calidad en el contexto regional, estatal e internacional.
- ❖ Estudiar y diseñar nuevos productos turísticos para diversificar y hacer más atractiva la oferta de la ciudad de Lorca como destino turístico de primer orden.
- ❖ Profundizar en la calidad turística de los servicios.
- ❖ Mejorar la calidad y la gestión ambiental del entorno desde la óptica del turismo sostenible.
- ❖ Conseguir incrementar el volumen de visitantes anuales a la ciudad y el grado de ocupación turística.

### **Objetivos específicos:**

- ❖ Fortalecer la cohesión entre los recursos patrimoniales de la ciudad y los productos turísticos definidos actualmente en el marco del proyecto Lorca Taller del Tiempo, en especial la Fortaleza del Sol.
- ❖ Revitalizar el casco histórico y su papel en el desarrollo turístico de la ciudad, así como la conexión entre éste con la Fortaleza del Sol y el futuro Parador Nacional a través de la adecuada intervención en los Barrios Altos de Lorca.
- ❖ Impulsar acciones de sensibilización y formación dirigidas a la población local en general, y a los profesionales del sector turístico en particular.
- ❖ Definir nuevas estrategias, recursos y servicios que complementen la oferta cultural y de ocio de la ciudad.

Tema 5: Planes de Excelencia y Dinamización

- ❖ Fomentar la promoción del producto cultural Lorca Taller del Tiempo, y favorecer sistemas sinérgicos entre Lorca y otros destinos turísticos regionales.
- ❖ Definir nuevos productos y estrategias que contribuyan a generar flujos turísticos entre Lorca, su territorio municipal (litoral-interior), y su entorno comarcal (corredor del Guadalentín).

Aportaciones años 2006, 2007 y 2008 (Actualmente en ejecución -prorrogado a 2010)	
Organismo	Importe (€)
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	869.000,00 €
Consejería de Turismo	869.000,00 €
Ayuntamiento	869.000,00 €
TOTAL	2.607.000,00 €

**Plan de Dinamización Turística de la Sierra Minera-La Unión / Cartagena (2006-2008)**

Mediante los trabajos comprendidos en el Plan de Dinamización Turística de la Sierra Minera de La Unión y Cartagena se pretende:

- ❖ Proteger, mejorar y difundir el patrimonio natural, urbano y cultural de la Sierra y sus alrededores.
- ❖ Estructurar nuevos productos turísticos en el destino (turismo cultural, turismo naturaleza...).
- ❖ La puesta en valor de los recursos, de su oferta turística y la articulación de los componentes del sistema turístico local en los diferentes productos turísticos.
- ❖ El establecimiento de sinergias de colaboración entre el sector público y privado así como entre destinos adyacentes, como Cartagena, favoreciendo su complementariedad.
- ❖ Potenciar la oferta turística de alojamiento, restauración y complementaria, consolidando el tejido empresarial y propiciando la aparición de nuevos emprendedores con la consiguiente repercusión en la generación de empleo local.
- ❖ Mejorar la calidad de los servicios turísticos prestados.
- ❖ Incrementar la cualificación profesional de los recursos humanos del sector turístico.
- ❖ Sensibilizar a la población local y los agentes turísticos y no turísticos acerca de los costes y beneficios de la actividad turística para las comunidades locales.

*El importe total, en los tres años de ejecución ha sido de **1.800.000,00 €***

**Plan de Dinamización del Producto Turístico: Desfiladero de Almadenes (2007-2009)**

Este plan fue firmado el 22 de febrero del año 2007.

El convenio de Colaboración para el desarrollo del Plan de Dinamización del Producto turístico del Desfiladero de Almadenes fue aprobado entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, El

Consortio Turístico Desfiladero de Almadenes y la Federación Regional de Empresarios de Hostelería de Murcia (HOSTEMUR).

Se declara al Consorcio Turístico "Desfiladero de Almadenes" Destino Piloto para la aplicación de un Plan de Dinamización de Producto Turístico, el cuál se concreta en la realización de las actuaciones con los siguientes objetivos:

- ❖ Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino
- ❖ Mejora del medio urbano y natural del desfiladero de Almadenes
- ❖ Ampliación y mejora de los espacios de uso público.
- ❖ Aumento, diversificación y mejora de la oferta complementaria.
- ❖ Puesta en valor de recursos turísticos
- ❖ Creación de nuevos productos.
- ❖ Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de la calidad.

Valoración de las actuaciones proyectadas:

Las actuaciones proyectadas, se valoran en 4.155.000 €, que se han financiado conjuntamente por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Turismo y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y el Consorcio "Cañón de Almadenes".

La aportación de cada uno de las tres administraciones ha sido de 1.385.000 €

Aportaciones: Años 2007, 2008 y 2009 (prorrogado año 2011)	
Organismo	Importe (€)
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	1.385.000€
Consejería de Turismo	1.385.000€
El Consorcio (Administración local)	1.385.000€
<b>TOTAL</b>	<b>4.155.000,00€</b>

El importe total, en los tres años de ejecución es de 4.155.000,00 €

**Plan de Dinamización del Producto Turístico: Medina Nogalte - Puerto Lumbreras (2008-2010)**

Este plan se suscribió en julio de 2008, si bien no se iniciaron las actuaciones hasta un año después.

Las entidades participantes son: La Administración Central, La Administración Regional y el Ayuntamiento de Puerto Lumbreras.

La cuantía prevista para el desarrollo de las inversiones es de 3.300.000 € durante los tres años de vigencia del mismo, a razón de 1.100.000 € aportados a partes iguales por las tres Administraciones integrantes del proyecto.- (Ha sido modificado).



El Plan sufrió, en su momento, un retraso en su puesta marcha quedando de la siguiente manera:

1ª Anualidad: Se desarrolló de septiembre 2009- febrero 2010

Actuaciones proyectadas:

- ❖ Tematización de las Casas Cueva
- ❖ Acondicionamiento de accesos al Castillo y conjunto de Casas Cueva
- ❖ Plan de promoción I Fase
- ❖ Plan de Señalización
- ❖ Diseño y creación de la marca

2ª Anualidad: (Se desarrolló de febrero 2010 a agosto 2010)

Actuaciones proyectadas:

- ❖ Ejecución de la Ronda Perimetral del Castillo de Nogalte.
- ❖ Mejoras del Paisaje en la Ladera Norte del Castillo de Nogalte.
- ❖ Acceso al Castillo de Nogalte por la Ladera Norte.
- ❖ Plan de Promoción del Producto Turístico Medina Nogalte (II Fase).
- ❖ Creación de Nuevos Productos Turísticos.

3ª Anualidad: (se desarrolló, tras una prórroga, de Agosto de 2010 a Agosto 2013)

Aportaciones: Años 2008, 2009 y 2010	
Organismo	Importe (€)
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	1.100.000€
Consejería de Turismo	1.100.000€
El Consorcio (Administración local)	1.100.000€
TOTAL	3.300.000€

## **6.1 Turismo 2020**

### **6.1.1. Plan del Turismo Español Horizonte 2020**

#### **6.1.2. Planes de Competitividad**

## **6.2 Leader I**

## **6.3 Leader II**

## **6.4 Leader Plus**

## **6.5 Leader**

## **6.1 TURISMO 2020**

### **6.1.1. Plan del Turismo Español Horizonte 2020**

#### **Plan del Turismo Español 0812**

El objetivo principal del Plan del Turismo Español "Horizonte 2020" es lograr, en el año 2020, que el sistema turístico español sea más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social y contribuyendo a una mejora cualitativa del tejido empresarial y de la sociedad que lo sustenta en general.

El plan del Turismo Español "Horizonte 2020" se aprobó, por unanimidad, en el seno del Consejo Español de Turismo, en sesión de fecha 7 de noviembre de 2007 (previamente se había aprobado en la Conferencia Sectorial de Turismo).

Por otra parte se crea el Plan 08-12, como herramienta de desarrollo y gestión del Plan "Horizonte 2020".

A su vez, este Plan, ha permitido dar continuidad y ampliar el trabajo de desarrollo de mejora de la calidad de los destinos turísticos basado en la colaboración y cofinanciación entre el Estado, las comunidades autónomas y las corporación locales.

Respecto a los planes de excelencia y dinamización, los primeros fueron derogados en el año 2004, y los segundos han sido sustituidos por los Planes de Competitividad de Destinos.

Desde sus comienzos en 1993 y hasta su derogación se han concedido un total de 216 Planes entre Dinamización Turística, Excelencia Turística y Dinamización del Producto Turístico. La inversión que se ha destinado al total de estos planes es de 538 millones de euros, perteneciente a las tres administraciones (central, autonómica y local), de los que la Secretaría General de Turismo ha aportado 178 millones de euros.

La Nueva orientación de los planes, actualmente en vigor, se basa en seis principios:

1. Planificación desde la orientación al mercado.
2. Equilibrio entre el sector turístico y su entorno.
3. Diferenciación de los destinos a través de sus atributos y rasgos propios
4. Especialización de los productos de acuerdo a la evolución de la demanda.
5. Simplificación para incentivar el desarrollo y mejora continua de las empresas turísticas.
6. Compromiso y cooperación permanente entre los agentes del sistema turístico.

El Plan 08-12 es un plan marco, como lo han sido los planes anteriores aprobados por la Conferencia Sectorial de Turismo. De acuerdo con el compromiso expresado por la Secretaría General de Turismo ante las comunidades autónomas y el sector en el proceso de elaboración del Plan del Turismo Español Horizonte 2020, los diferentes programas y líneas de acción derivan directamente de las propuestas y planteamientos debatidos durante la elaboración de dicho Plan.

En cuanto a las medidas presupuestarias, se propone continuar con la misma dinámica de trabajo de los planes anteriores: es decir, las actuaciones a desarrollar conjuntamente por el Estado y las comunidades autónomas se propondrán o programarán cada año para su realización en el siguiente ejercicio. En todo caso, se trata de centrar la actuación en las acciones más eficaces para el cambio que se pretende:

- Aportar conocimiento, tecnología y valor a los agentes del sector.
- Incorporar la cultura cooperativa en la consecución de resultados.
- Poner en marcha proyectos innovadores que sirvan de efecto demostración.
- Desarrollar proyectos con proyección internacional para el sector turístico.
- Trabajar desde la excelencia en la gestión.

A continuación se van a describir los programas que articulan el Plan del Turismo Español 08-12. Está basado en cuatro ejes principales, cada uno de ellos desglosado en objetivos del mismo, así como los programas, para alcanzar los objetivos.

### **1.-Nueva Economía Turística:**

Objetivo: Lograr la satisfacción del cliente y el éxito del negocio a través de incorporar a nuestro sistema turístico, la innovación, el conocimiento y la captación y desarrollo del talento.

Programas:

- 1.-Conocimiento
- 2.-Innovación
- 3.-Atrayendo el talento

### **2.-Valor al cliente:**

Objetivo: Mejorar el valor ofrecido al cliente con experiencias turísticas que diferencien y potencien el posicionamiento de España como destino turístico, consolidando el trato con el cliente y su grado de satisfacción en los principales factores de fidelización. Estos factores serán tenidos en cuenta para el desarrollo y comercialización de los productos.

Programas:

- 1.-España Experiencial
- 2.-Posicionamiento 2020
- 3.-Calidad percibida
- 4.-Ayudando a vender

### **3.-Entorno competitivo:**

Objetivo: El objetivo de este eje es crear el entorno normativo óptimo para la creación y desarrollo de negocios turísticos competitivos e innovadores y desarrollar una cultura de la cooperación entre administraciones y con el sector privado.

Programas:

- 1.-Accesibilidad turística
- 2.-Cultura cooperativa
- 3.-Marco normativo y simplificación

#### **4.-Sostenibilidad del Medio**

Objetivo: Potenciar un modelo de turismo sostenible a través del apoyo a los destinos en el desarrollo de instrumentos de gestión integral, el impulso a programas de actuación que integren, en la oferta turística española, el medioambiente y la sostenibilidad y la promoción de iniciativas desestacionalizadoras.

Programas:

- 1.-Desestacionalización y reequilibrio socio-territorial
- 2.-Planificación y gestión de los destinos turísticos
- 3.-Recualificación de destinos turísticos maduros
- 4.-Turismo, medio ambiente y sociedad.

#### **6.1.2. Planes de Competitividad**

Una de las líneas fundamentales del eje "Sostenibilidad del Medio", es el desarrollo de estrategias específicas de desestacionalización, objetivo presente en un gran número de acciones y en el que está impulsando iniciativas concretas como la puesta en marcha de los nuevos Planes de Competitividad de Destinos, que sustituyen a los Planes de Dinamización Turística, y que tienen como principal innovación focalizar los recursos puestos a disposición por las tres administraciones territoriales en el desarrollo de productos turísticos específicos y diferenciadores de un determinado destino, especialmente los que gocen de un mayor potencial desestacionalizador.

Los Planes de Competitividad fueron aprobados en noviembre de 2008 por la Mesa de Directores Generales y ratificados por la Conferencia Sectorial celebrada en el mes de diciembre.

Existen 2 tipos de Planes de Competitividad

- Plan de Competitividad de zonas o comarcas de alto potencial turístico.
- Plan de Competitividad de destinos turísticos de proyección internacional.

Si bien en la actualidad los Planes de Competitividad, debido al impacto que ha supuesto la crisis económica por la que atraviesa nuestro país, están suspendidos temporalmente, la importancia que tienen y su repercusión en la dinamización del sector turístico hacen que se describan en este apartado aquellos aspectos más relevantes que contemplan los citados Planes así como una descripción más pormenorizada de aquellos que han sido aprobados en nuestra Región.

#### **Plan de Competitividad de zonas o comarcas de alto potencial turístico**

Algunas de las características más relevantes a tener en cuenta en esta modalidad son:

- Las zonas o comarcas que se propongan deberán disponer de un cierto tejido empresarial y volumen de demanda turística.
- Se favorecerán las actuaciones en zonas que puedan aprovechar las oportunidades que ofrecen otros destinos próximos ya desarrollados.
- Se deberán incluir actuaciones que impulsen la vertebración territorial de los recursos naturales y culturales.
- Se evaluará el potencial de demanda turística de la zona a corto y medio plazo, así como el impacto económico-social esperado por el plan de actuación previsto.
- Se evitarán actuaciones en infraestructuras y equipamientos generales que no se relacionen directamente con la competitividad de los productos turísticos, aunque apoyen el desarrollo socio-económico de la zona.

### **Plan de competitividad de destinos turísticos de proyección internacional**

Las principales características de esta modalidad serán:

- La definición de líneas de trabajo focalizadas a productos turísticos prioritarios: Salud-wellness, naturaleza/montaña, reuniones, cultura...
- La realización de actuaciones complementarias que orienten y refuercen las actuaciones en destino.
- La orientación de las actuaciones tendentes a reforzar la competitividad internacional de los destinos y a incrementar el flujo de demanda internacional de los mismos.
- La integración de las actuaciones, en producto y en marketing/comercialización, en el programa de actuación.
- El aprovechamiento de los esfuerzos realizados por los diferentes destinos que tengan una misma especialización.
- La intensificación de la actuación público-privada y el refuerzo del modelo de gestión del destino.

[Turismo 2020 + Información \(www.turismo2020.es\)](http://www.turismo2020.es)

### **Relación de Planes de Competitividad en la Región de Murcia**

#### **Plan de Competitividad Turística, "Águilas, el Mar y la Pesca"**

El Plan de Competitividad Turística "Águilas, el Mar y la Pesca", es un proyecto con una duración de tres años, y un presupuesto de 3.000.000 €, que nace con el fin de crear un nuevo producto turístico, basado en la pesca tradicional y la cultura marinera local, que otorgue singularidad y diferenciación a la localidad respecto a otros destinos, permita aumentar la competitividad específica dentro del nuevo escenario turístico, y suponga una opción desestacionalizadora real, a la vez que diversifique y complemente la oferta genérica de turismo de sol y playa del destino.

Su puesta en funcionamiento tuvo lugar con la firma de un Convenio de Colaboración, el día 17 de septiembre de 2009, entre el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el Ayuntamiento de Águilas y la asociación empresarial Consorcio Turístico de Águilas.

En la actualidad se ha ejecutado íntegramente, aunque con un cierto retraso, debido a circunstancias extraordinarias derivadas de la crisis económica y la falta de liquidez.

"Águilas, el Mar y la Pesca", ha desarrollado un programa basado en la colaboración público-privada que integra a las diferentes administraciones participantes y el sector empresarial, poniendo en valor el patrimonio cultural para crear un producto temático experiencial que vertebré territorialmente los excelentes recursos culturales y naturales de alto potencial de la localidad con la oferta de servicios turísticos.

Este Plan contempla la ejecución de actuaciones encaminadas a la puesta en valor de la pesca, las tradiciones marineras, el mar y sus recursos culturales, con vistas a la creación de rutas e infraestructuras turísticas junto a otras actuaciones encaminadas a mejora de la calidad del destino, así como a la promoción y comercialización del producto turístico resultante.

El Plan contemplaba 4 Áreas de actuación:

- ❖ Especialización del producto temático
- ❖ Mejora del destino o Servicios Turísticos
- ❖ Marketing y comercialización
- ❖ Organización y gestión del producto

Además, contemplaba 25 actuaciones públicas con una inversión estimada de 3.000.000 Euros, a desarrollar en tres anualidades.

Entre las actuaciones que se desarrollaron, destacan.

- Señalización Turística
- Centro de Interpretación del Mar –Eco-escuela de la Pesca
- Ruta del Mar
- Ruta del Mirador del Hornillo
- Ruta del Área Pesquera del Puerto
- Ruta del Barrio de los Pescadores
- Creación del Área Marina Protegida para Buceo Cabo Cope -Isla del Fraile
- Zoco -Mercadillo del Mar
- Campañas Publicitarias
- Creación de material y soporte promocional
- Desarrollo de canales de comercialización
- Actuaciones de calidad en Destino
- Promoción de la actividad del buceo
- Puesta en marcha del turismo marineró

Actualmente el Plan está concluido, si bien fue prorrogada su última anualidad, dado que se han dilatado la ejecución de determinadas inversiones como consecuencia de la crisis económica y la falta de liquidez de los organismos administrativos participantes en el Plan.

Aportaciones: Años 2010, 2011 y 2012	
Organismo	Importe (€)
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	1.233.188,00 €
Consejería de Turismo	925.000,00 €
Ayuntamiento	841.812,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>3.000.000 €</b>

### Plan de Competitividad Turística "La Manga del Mar Menor, Turismo Náutico"

El Plan de Competitividad turística de la Manga del Mar Menor "Turismo Náutico", ha tenido por objeto reposicionar La Manga como destino turístico, potenciando el turismo náutico como principal producto diferenciador frente a otros destinos de Sol y Playa, que, además, contribuya a la renovación de la imagen del destino "La Manga". La duración estaba prevista desde el 21 septiembre de 2010 hasta el septiembre de 2012, si bien las actuales circunstancias económicas retrasaron la ejecución de la última fase del proyecto. El Plan contempló unas 21 actuaciones públicas a desarrollar entre las que destacan:

- Grandes eventos náuticos
- Campaña de imagen
- Barco turístico con una ruta de pecios
- Comercialización internacional de paquetes turísticos
- Mejora de infraestructuras náuticas
- Museografía del Centro de Interpretación de la Manga.

### Plan Estratégico de Competitividad Turística "La Manga del Mar Menor, Turismo Náutico"

Aportaciones: Años 2010, 2011 ,2012	
Organismo	Importe (€)
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	1.000.000,00 €
Consejería de Cultura y Turismo	1.000.000,00 €
Ayuntamiento de Cartagena	500.000,00 €
Ayuntamiento San Javier	500.000,00 €
TOTAL	3.000.000 €

### Los programas INICIATIVA LEADER

LEADER es el nombre con el que se conocen las sucesivas iniciativas comunitarias de desarrollo rural en la Unión Europea. Corresponde a las siglas, en francés, -Liaisons entre activités de Developement de L'économie Rural -; traducido: -Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural-.

Tiene como finalidad el fomento de las estrategias originales de desarrollo sostenible y de calidad, destinada a la experimentación de nuevas formas de valorización del patrimonio natural y cultural, de mejora del empleo y de la mejora de la calidad de organización de las respectivas comunidades rurales. El turismo rural como factor de desarrollo y dinamización económica es uno de los sectores que se va a ver beneficiado por las inversiones procedentes de esta iniciativa.

Durante las últimas décadas la mayor parte de las zonas rurales de la Unión Europea se ha visto afectada por problemas similares. La crisis de empleo y de la actividad agrícola, el abandono por parte de los jóvenes mejor formados, el aumento del paro, la disminución del nivel de vida, el incremento del aislamiento debido a la desaparición de determinados servicios o el deterioro medioambiental son algunos de los factores que han ido restando atractivo al mundo rural.

El Leader es una iniciativa de la Unión Europea coparticipada por el Estado Español, los Gobiernos de las Comunidades Autónomas, las Administraciones Locales y los agentes sociales.

Los entes coordinadores de la ayuda financiera de la iniciativa LEADER son los "Grupos de Acción Local", que actúan como transmisores de la estrategia de desarrollo y se encargan de su gestión y aplicación.

Desde su creación y, a lo largo de los años, se han desarrollado tres programas LEADER comunitarios de "desarrollo rural " y un cuarto que se inició en el año 2007:

Leader I: 1992-1994

Leader II: 1995-1999

Leader Plus: 2000-2006

Leader: 2007-2013

## **6.2 Leader I**

### **Leader I: (1992-1994)**

La iniciativa comunitaria LEADER I, fue aprobada en 1991 por un período inicial de dos años y medio.

#### **Ámbito de aplicación**

Formado por las Pedanías Altas de Lorca y las comarcas del Noroeste / Río Mula (excepto Sierra Espuña). En total una superficie de 3.693 km<sup>2</sup>, con más de 85.000 habitantes.

#### **Objetivos e Inversiones:**

Se realizaron inversiones en varios sectores como Artesanía y Pymes, valorización agraria así como en turismo siendo estas últimas las indicadas a continuación:

- Parajes Naturales y Educación Ambiental.
- Entornos Históricos y Monumentales.
- Actividades.
- Promoción Turística Comarcal.
- Formación.
- Asistencia Técnica.
- Creación de plazas de alojamiento.
- Otras actuaciones de interés.

Por lo que respecta a la creación de plazas de alojamiento turístico, al finalizar el programa se habían materializado las siguientes inversiones:

- Establecimientos hoteleros: Total 35 habitaciones (82 plazas).
- Casas de campo (Alojamientos Turísticos Especiales): Total 25 alojamientos (176 plazas).
- Casas en cascos antiguos (Alojamientos Turísticos Especiales): Total 13 alojamientos (65 plazas).
- Albergues: Total 171 plazas.



### **Plan de inversiones**

Se invirtieron 6.861.821 €, aportados entre la Comunidad Europea, las Administraciones Central, Autonómica y Locales así como la iniciativa privada. Se gestionaron 30 proyectos y se crearon 494 nuevas plazas de turismo rural.

Entidad que gestionó los fondos

Grupo de Acción Local "INTEGRAL": Sociedad para el Desarrollo Rural Integrado de las Comarcas del Noroeste, Río Mula y Pedanías Altas de Lorca. Es una entidad sin ánimo de lucro, constituida el 26 de junio de 1995, con el objetivo de ayudar a crear las condiciones necesarias para mejorar la economía y la calidad de vida en el medio rural, fomentando un modelo de desarrollo sostenible en el que los propios habitantes sean los protagonistas.

En INTEGRAL están representados trece ayuntamientos (Albudeite, Aledo, Alhama de Murcia, Bullas, Calasparra, Campos del Río, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Lorca, Moratalla, Mula, Pliego y Totana) y diversas organizaciones representativas de la Comarca.

### **6.3 Leader II**

#### **Leader II (1995-1999)**

Nace, como continuación del LEADER I, destinado a las regiones y zonas menos desarrolladas (objetivo 1) y a zonas en declive (objetivo 5) dentro del ámbito de la Comunidad Europea.

#### **Ámbito de aplicación Planes Financieros de inversiones y entidades que gestionaron los fondos:**

Tres son las zonas de la Región de Murcia en las que se va a aplicar este nuevo programa. En el conjunto de las tres zonas se crearon 43 nuevas empresas y un total de 1.112 plazas de turismo rural

#### **ZONA 1ª**

Se realizaron inversiones en varios sectores como Artesanía y Pymes, valorización agraria así como en turismo siendo estas últimas las indicadas a continuación:

#### **Ámbito de aplicación:**

Los municipios y pedanías de: Albudeite, Aledo (zona de Sierra Espuña), Alhama de Murcia (zona de Sierra Espuña), Bullas, Calasparra, Campos del Río, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Lorca (pedanías altas), Moratalla, Mula, Pliego y Totana (zona de Sierra Espuña).

#### **Plan de inversiones:**

Se gestionaron 230 proyectos con una inversión total de 14.076.412 €

#### **Entidad de Gestión de fondos:**

La sociedad "Integral" (Sociedad para el Desarrollo Rural Integrado de las Comarcas del Noroeste y Río Mula, Pedanías Altas de Lorca y Sierra Espuña)

## **ZONA 2ª**

### **Ámbito de aplicación:**

La Comarca del Nordeste de la Región de Murcia, compuesta por los Municipios de Abanilla, Fortuna, Jumilla y Yecla. Cuenta con una superficie de 1.958,8 Km<sup>2</sup>, 61.509 habitantes y una densidad media de población de 31,40 hab./ Km<sup>2</sup>.

### **Plan de inversiones:**

Se gestionaron 57 proyectos con una inversión total de 7.258.661 €.

### **Entidad de Gestión de fondos:**

La Asociación sin ánimo de lucro denominada Asociación para el Desarrollo Comarcal del Nordeste de la Región de Murcia, constituida el 13 de marzo de 1996. Su ámbito de influencia es el NORDESTE de la Región de Murcia y los municipios adheridos son: Abanilla, Fortuna, Jumilla y Yecla.

## **ZONA 3ª**

Ámbito de aplicación: La Comarca de la Vega Media del Segura está compuesta por diez Municipios: Abarán, Archena, Alguazas, Blanca, Ceutí, Lorquí, Ojós, Ricote, Ulea y Villanueva del Río Segura. Cuenta con una superficie de 456 Km<sup>2</sup>, 56.057 habitantes y una densidad media de población de 123 habitantes por kilómetro cuadrado.

Plan de inversiones: Se han gestionado 115 proyectos con una inversión total de 5.655.774 €

Entidad de gestión de los fondos: La Asociación sin ánimo de lucro denominada Asociación para el Desarrollo Rural Integrado de los Municipios de la Vega del Segura, constituida el 19 de septiembre de 1996. Su ámbito de influencia es la Comarca de la Vega Media del Segura y los Municipios adheridos son los mismos que figuran en el anterior apartado denominado Ámbito de aplicación.

## **6.4 Leader Plus**

### **Leader Plus (2000-2006)**

Destinada a fomentar y apoyar estrategias integradas y de gran calidad para el desarrollo rural a escala local, pretende poner un énfasis especial en el desarrollo de los cuatro aspectos o temas aglutinadores: utilización de nuevos conocimientos y tecnologías, mejora de la calidad de vida, valorización de los productos locales y valorización de los recursos naturales y culturales.

En este Leader Plus se incorporó una nueva zona de la Región de Murcia, como fue el Campo de Cartagena que, junto a las tres anteriores, conforman -a partir de este momento- las cuatro zonas Leader de la Región de Murcia.

**Ámbito de aplicación Planes Financieros de inversiones y entidades que gestionaron los fondos:**

Como se ha referido, cuatro son las zonas de la Región de Murcia en las que se aplica este nuevo programa. En el conjunto de las cuatro zonas se crearon 39 nuevas empresas y un total de 1.378 plazas de turismo rural.

Las zonas 1ª, 2ª y 3ª son las mismas, en cuanto a ámbito de aplicación y Entidad que gestiona los fondos, que las ya referidas en el LEADER II.

**Las Inversiones son las siguientes:**

**ZONA 1ª (Comarca del Noroeste)**

**Plan de inversiones:**

Se gestionaron 115 proyectos con una inversión total de 15.667.184 €.

**ZONA 2ª (Comarca del Nordeste)**

**Plan de inversiones:**

Se gestionaron 39 proyectos con una inversión total de 8.425.308 €.

**ZONA 3ª (Comarca Vega Media)**

**Plan de inversiones:**

Se gestionaron 75 proyectos con una inversión total de 8.829.008 €.

Por lo que respecta a la nueva zona configurada para este programa (Campo de Cartagena) los datos son los siguientes:

**ZONA 4ª**

**Ámbito de aplicación:**

La Comarca del Campo de Cartagena, compuesta por los Municipios de: Cartagena, Murcia y Fuente Álamo. Cuenta con una superficie de 510,1 Km<sup>2</sup>, 18.150 habitantes y una densidad media de población de 34,90 hab./ Km<sup>2</sup>.

**Plan de inversiones:**

Se gestionaron 30 proyectos con una inversión total de 4.395.058 €.

### **Entidad de Gestión de fondos:**

La Asociación sin ánimo de lucro denominada Asociación para el Desarrollo Integral del Campo de Cartagena (Campoder), constituida el 20 de marzo de 2000. Su ámbito de influencia es la comarca del Campo de Cartagena y los municipios a los que afecta son: Cartagena, Murcia y Fuente Álamo.

### **6.5 Leader**

#### **Leader (2007-2013)**

En el año 2007 se inició un nuevo período de la Iniciativa LEADER, 2007-2013, donde la labor de los Grupos de Acción Local se ha articulado mediante las actuaciones incluidas en el Eje 3 del Programa de Desarrollo Rural de la Región de Murcia.

Este eje trata sobre la mejora de la calidad de vida en las zonas rurales y fomento de la diversificación de la economía rural y las ayudas previstas han estado destinadas a financiar actuaciones que se contemplan dentro de las siguientes medidas:

#### **Medidas de Diversificación de la Economía Rural:**

- Diversificación hacia actividades no agrícolas
- Ayuda a la creación y al desarrollo de microempresas.
- Fomento de actividades turísticas.

#### **Medidas de Mejora de la Calidad de Vida en las Zonas Rurales:**

- Prestación de servicios básicos para la economía y la población rural.
- La renovación y el desarrollo de poblaciones rurales
- Conservación y mejora del patrimonio rural.

Los recursos destinados en este nuevo programa deben contribuir a la prioridad básica de crear oportunidades de empleo y condiciones propicias para el crecimiento en los ámbitos de diversificación y calidad de vida.

La aportación de la Administración General del Estado para el periodo 2007-2013, para todas las zonas LEADER del territorio español, ascendió a 3.036 millones de Euros, a lo que hay que sumar la aportación adicional de las Comunidades Autónomas, que se quedó reflejada en sus respectivos Programas de Desarrollo Rural, el gasto público total del periodo 2007-2013, ha sido superior al del 2000-2006.

[Para mayor información sobre los programas LEADER \(http://ec.europa.eu\)](http://ec.europa.eu)

### **7.1 Recursos Naturales**

### **7.2 Recursos Histórico-Monumentales**

### **7.3 Recursos Culturales**

Los recursos turísticos representan el soporte básico para el desarrollo del sector turístico. Podría considerarse como la materia prima del turismo.

Se entiende como Recurso Turístico todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico, geográfico o cultural.

Tenemos que tener en cuenta que el desarrollo de toda actividad turística tiene un efecto inmediato sobre el proceso económico de la zona, que genera demandas de servicios propios y posibilita la revalorización del paisaje, los espacios naturales, los históricos –monumentales y/o los culturales. Por tanto, la posesión de recursos turísticos supone la tenencia de una potencialidad turística.

La Región de Murcia cuenta con diferentes recursos turísticos, unos que ya se han convertido en productos turísticos y otros que están en pleno proceso de desarrollo y puesta en valor para ser disfrutados y visitados. Los principales recursos turísticos existentes en la Región, se clasifican en tres categorías:

7.1 Recursos Naturales

7.2 Recursos Histórico-Monumentales

7.3 Recursos Culturales

### **7.1 Recursos Naturales**

En primer lugar habría que definir los recursos naturales, que son aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del hombre y que son valiosos para la sociedad por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida en el planeta). Estos recursos se definen, igualmente, dentro de un entorno capaz de generar su uso y disfrute de manera organizada y respeto a la naturaleza.

Este tipo de recursos, que en muchos casos son susceptibles de uso turístico, ha posibilitado que varios municipios de la Región de Murcia hayan llevado a cabo obras de acondicionamiento que permitan su utilización, creando infraestructura propia como albergues, áreas de recreo, miradores u organizando rutas de senderismo posibilitando, de esta forma, su disfrute de una forma organizada.

**Los recursos naturales son clasificados en:**

**Zonas protegidas de interés natural:**

La ley 4/92 de Ordenación y Protección del Territorio de la Región de Murcia recoge un número de zonas protegidas atendiendo a diferentes figuras:

- Parques Regionales
- Reservas Naturales
- Paisajes Protegidos
- Otros Espacios Naturales Protegidos
- Monumentos Naturales

**Parques Regionales:**

Es un espacio natural protegido a nivel regional por sus valores naturales o turísticos.

**Reservas Naturales:**

Es un espacio natural protegido por su ecosistema o características geológicas cuyo entorno se considera protegido y es conservado para su estudio e investigación. La gran mayoría se trata de zonas húmedas, (lagunas, marismas, cañones, etc.) donde existen colonias de aves residentes o estacionales.

**Paisajes Protegidos:**

Los espacios naturales protegidos son demarcaciones administrativas establecidas con la finalidad de favorecer la conservación de la naturaleza. En muchos casos se trata de preservar un enclave singular o una porción de naturaleza privilegiada; en otros se pretende además mantener ciertas actividades humanas finamente ajustadas a las condiciones naturales. Actualmente se ha comenzado a plantear el objetivo de mantener los procesos ecológicos.

**Otros Espacios Naturales Protegidos:**

Son aquellos espacios que por carecer de límites aún no tienen definida la superficie que abarcarán.

**Monumentos Naturales:**

Definidos por la Ley 4/89, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre, como espacios o elementos de la naturaleza constituidos básicamente por formaciones de notoria singularidad, rareza o belleza, que merecen ser objeto de una protección especial ( art. 16.1). En la Región de Murcia, actualmente, no hay declarado ningún Monumento Natural.

### Espacios Naturales de la Región de Murcia (Ley 4/92)

Categoría	Denominación	Municipios
Parques Regionales	Sierra Espuña Carrascoy-El Valle Sierra de la Pila Salinas y Arenales de San Pedro Calblanque-Cenizas, Peña del Águila Calnegre - Cabo Cope Sierra del Carche	Alhama, Totana y Mula Murcia, Alhama, Fuente Álamo Abarán, Blanca, Molina y Fortuna San Pedro del Pinatar y San Javier Cartagena y La Unión Lorca y Águilas Jumilla y Yecla
Reserva Natural	Sotos y Bosques de Cañaverosa	Moratalla y Calasparra
Paisajes Protegidos	Saladares del Guadalentín Humedal Ajauque Rambla Salada Sierra de las Moreras Cuatro Calas Espacios Abiertos e Islas del Mar Menor Cabezo Gordo Barrancos de Gebas Sierra Salinas	Alhama y Totana Fortuna Mazarrón Águilas San Javier, Los Alcázares y Cartagena Torre Pacheco Alhama y Librilla Yecla
Otros Espacios Naturales	La Muela y Cabo Tiñoso Cañón de Almadenes Islas e Islotes del Mediterráneo	Cartagena Calasparra y Cieza San Javier, Cartagena, Mazarrón y Águilas

[Espacios Naturales de la Región de Murcia + información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

[Otros datos y referencias sobre Espacios Naturales \(www.murcianatural.carm.es\)](http://www.murcianatural.carm.es)

Otro atractivo turístico y complementario a los diversos productos turísticos existentes en la Región de Murcia son las rutas turísticas de interés y que se clasifican en:

Vías Verdes

Grandes Rutas (GR)

Pequeñas Rutas (PR)

Rutas e Itinerarios Temáticos

### **Vías Verdes:**

Es el nombre que reciben los antiguos trazados ferroviarios en desuso acondicionados como infraestructuras para desplazamientos no motorizados.

Las vías verdes, debido a su origen ferroviario, están dotadas de especiales cualidades: máxima accesibilidad, facilidad y seguridad. Son lugares ideales para promover la movilidad sostenible y la práctica del paseo y el ciclo turismo. Estas infraestructuras se han convertido en espacios para el disfrute y todo ello al tiempo que proporcionan un beneficio adicional a las comarcas por las que transcurre: impulsan la cohesión territorial y la dinamización socioeconómica del mundo rural.

Actualmente en la Región de Murcia solamente se encuentra un tramo de una vía verde denominada "Vía Verde del Noroeste de la Región de Murcia". Es una ruta acondicionada para usuarios no motorizados aprovechando el antiguo trazado ferroviario entre Murcia y Caravaca de la Cruz. En total son 78 km. de camino natural, que discurre entre el "campus" de Espinardo (Murcia) hasta Caravaca de la Cruz, pasando por el "Apeadero" de los Baños de Mula y en el que se puede disfrutar de una gran variedad de paisajes, alternando áridas tierras con zonas de pinares, y pueblos con encanto del interior y el noroeste murciano. La Vía Verde del Noroeste es un buen instrumento para la nueva cultura del ocio, la actividad al aire libre y la movilidad sostenible.

### **Otras Vías Verdes en proceso de planificación:**

- Campo de Cartagena: entre Totana y Cartagena
- Mazarrón: entre La Pinilla y Mazarrón

El acondicionamiento y puesta en valor de estas dos vías se encuentra en una situación incipiente, si bien para la primera de ellas recientemente se han destinado una serie de recursos económicos (dos millones de euros, durante los ejercicios 2015 y 2016) para la definitiva configuración y puesta en valor de este tramo.

Entre estas dos futuras vías verdes y la del noroeste, la Región contará con 152 Km. de vía verde.

### **Grandes Rutas (GR):**

Los senderos balizados de Gran Recorrido (GR) tienen generalmente una longitud mayor a 50 kilómetros. Están pensados para marchas de más de dos jornadas. Unas marcas de pintura blanca y roja van guiando al caminante.

La Región forma parte de dos grandes rutas europeas:

GR-7: dentro del territorio nacional, parte desde Andorra hasta el Estrecho de Gibraltar, atravesando Murcia, formando parte del Sendero europeo E-10. El tramo que recorre la comunidad murciana es de unos 300 Km.

GR-92: denominado sendero Mediterráneo, desde Cataluña hasta Andalucía. El tramo que recorre la región es de unos 163 Km, y va por todo el litoral de Murcia.





Además, en los últimos años en la Región de Murcia han surgido otros GR, de ámbito comunitario, como son:

GR-127: Embalse del Cenajo-Murcia-Guardamar, con 156 Km.

GR-129: Entre "Columbares-Isla Plana" es un sendero de gran recorrido que une las sierras que bordean la huerta de Murcia con la costa.

GR-250: Camino del Apóstol (Cartagena-Murcia-Caravaca de la Cruz), con 158 Km.

GR-251: Camino de la Cruz del Altiplano (Yecla-Calasparra) con 93 Km.

GR-252: Camino de la Cruz del Bajo Guadalentín (Mazarrón-Bullas) con 140 Km.

GR-253: Camino de la Cruz del Alto Guadalentín (Águilas-Caravaca) con 125 Km.

### **Pequeñas Rutas (PR):**

En España, los senderos balizados como de Pequeño Recorrido (PR) son Rutas de Senderismo que tienen una distancia comprendida entre los 10 y los 50 km de distancia.

En ocasiones puede tener menos de 10 km debido al desnivel, dificultad, etc. Se tarda una o dos jornadas en caminar sobre ellos. Están marcados con pintura blanca y amarilla.

En La Región de Murcia existen muchos trayectos, publicitados por el Comité Regional de Senderos de Murcia, pero solo unos pocos cuentan con las señalizaciones e instalaciones adecuadas.

[Rutas e Itinerarios Temáticos: \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

Las Rutas e Itinerarios temáticos son recorridos, dentro de la Región de Murcia, que conectan puntos relacionados por algún tema concreto, ya sea de carácter histórico, social, económico, artístico, etc.

Estos recorridos han sido diseñados y configurados desde el Área de Producto de "Región de Murcia Turística

[Rutas e Itinerarios Turísticos + Información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

## **7.2 Recursos Histórico-Monumentales**

Son aquellos referidos al patrimonio arquitectónico, tangible y edificado, que se manifiestan en: monumentos (iglesias, castillos, centros históricos...), yacimientos arqueológicos, pinturas rupestres etc.

A continuación se ofrece una relación de los recursos turísticos Histórico-Monumentales más sobresalientes, que están catalogados:

NORDESTE - ALTIPLANO	
Yecla	Jumilla
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resto del Castillo de Yecla (X-XI)</li> <li>- Pinturas rupestres del Monte Arabí</li> <li>- Basílica de la Purísima (S.XVII)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto Histórico-Artístico</li> <li>- Castillo de Jumilla (XV)</li> <li>- Iglesia de Santiago (XV-XIX)</li> <li>- Convento de Sta. Ana del Monte (XVI)</li> <li>- Pinturas Rupestres</li> <li>- Yacimiento Ibérico de Coimbra</li> </ul>
Fortuna	Abanilla
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Balneario de Fortuna-Leana (XVIII)</li> <li>- Iglesia de la Purísima (XVIII)</li> <li>- Santuario Romano: La Cueva Negra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iglesia de San José (XVIII)</li> <li>- Castillo</li> </ul>

NOROESTE	
Moratalla	Caravaca de la Cruz
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto histórico-artístico de interés</li> <li>- Castillo de Moratalla (XIII-XV)</li> <li>- Iglesia de la Asunción (XVIII)</li> <li>- Santuario y ermita de la Rogativa</li> <li>- Pinturas Rupestres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Complejo arqueológico de la Encarnación</li> <li>- Iglesia de la Soledad (XVI)</li> <li>- Conjunto histórico-artístico</li> <li>- Real Alcázar Santuario de la Vera Cruz (X-XVII)</li> <li>- Iglesias de El Salvador (XVII) y la Concepción (XVII)</li> <li>- Conjunto de Conventos (San José, Santa Clara, Ntra. Señora del Carmen)</li> <li>- El Templete (XVIII)</li> <li>- Torreón de los Templarios(XVI)</li> </ul>
Bullas	Calasparra
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iglesia Ntra. Señora del Rosario (XVIII)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Castillo de San Juan</li> <li>- Pinturas rupestres, Abrigos del Pozo</li> </ul>
	Cehégín
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto histórico-artístico de interés</li> <li>- Iglesia de la Concepción</li> <li>- Yacimientos arqueológicos de Begastri Ciudad ibérico tardo romano-visigoda)</li> <li>- Cuevas de las Conchas, de las Palomas, del Humo</li> </ul>

BAHÍA DE MAZARRÓN	
Cartagena (La Azohía)	Mazarrón
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Torre costera defensiva de la Azohía o Sta. Catalina (XVI)</li> <li>- Torre de Santa Helena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruinas del Castillo de los Vélez (XV-XVI)</li> <li>- Factoría romana de salazones</li> <li>- Yacimientos arqueológicos</li> </ul>

ÁGUILAS Y LORCA LITORAL	
Águilas	Lorca (Calnegre)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Castillo de San Juan de Águilas, S.XVIII</li> <li>- Torre de Cope (XVI) y de las Palomas (XVIII)</li> <li>- Embarcadero del Hornillo (XIX)</li> <li>- Yacimiento arqueológico de la isla del Fraile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Torre Puntas de Calnegre (Ramonete)</li> </ul>

VALLE DE RICOTE Y CIEZA	
Cieza	Abarán
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Yacimiento y museo arqueológico de Medina Siyasa</li> <li>- Conjunto Histórico Artístico: casco antiguo, fortaleza y murallas</li> <li>- Pinturas Rupestres</li> <li>- Poblado Ibero-romano: Bolbax</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Noria Hoya de D. García</li> <li>- Noria Grande</li> <li>- Ñorica</li> <li>- Noria de Candelón</li> </ul>
Blanca	Uléa
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iglesia de San Juan Evangelista</li> <li>- Norias</li> <li>- Ruinas del Castillo de Blanca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Norias</li> </ul>
Ricote	Archena
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iglesia de San Sebastián (XVIII)</li> <li>- Palacio de Álvarez Castellanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Castillo del Cabezo del Ciervo o Castillo de Archena</li> <li>- Balneario de Archena</li> <li>- Norias</li> <li>- Iglesia de San Juan Bautista (XVIII)</li> </ul>
Ojós	Villanueva del Segura
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Norias del Olivar y de la Rivera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iglesia Parroquial (XVI)</li> </ul>

LORCA Y GUADALENTÍN	
Lorca	Puerto Lumbreras
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto histórico-artístico</li> <li>- Castillos de Lorca (XIII-XV): Castillo de Xiquena (Humbrías); Castillo de Morata; Castillo de Puentes (La Tova); Castillo de Felí (Purias); Castillo de la Alquería de Beas ó Aguaderas; Castillo de Tibieza (Humbrías), Castillo de Amir (Ramonete, Morata); Castillo de Ugejar (Ramonete), Castillarejo de Tercia</li> <li>- Torre de Mena o del Obispo (Altbordo); Torre de Torrecilla; Torre molino de Consejero; Torre de Araillo o de Sancho (Manuel Cazalla)</li> <li>- Colegiata de San Patricio</li> <li>- Palacio de Guevara (XIX)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restos del Castillo Nogalte (XII-XIII)</li> </ul>
Librilla	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restos del Castillo de Librilla o Castellar</li> </ul>	

MURCIA Y SU ENTORNO	
<b>Murcia</b>	<b>Alcantarilla</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto Histórico-Artístico</li> <li>- Catedral de Murcia. (XIV-XVIII)</li> <li>- Palacio Almodí o Pósito de Trigo (XVII)</li> <li>- Casino de Murcia. (XIX)</li> <li>- Museo Salzillo</li> <li>- Iglesias Barrocas</li> <li>- Conventos y Monasterios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Casa de la Inquisición o Las Cayitas</li> <li>- Rueda de la Huerta</li> </ul>
<b>Molina de Segura</b>	<b>Beniel</b>
- Iglesia parroquial de Ntra. Sra. De la Asunción (XVII)	- Conjunto Histórico-Artístico

SIERRA ESPUÑA	
<b>Totana</b>	<b>Alhama de Murcia</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro histórico de interés</li> <li>- Santuario de La Santa (XVI-XIX)</li> <li>- Iglesia de Santa Eulalia de Mérida</li> <li>- Pozos de la Nieve (XVI-XVIII)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro histórico de interés</li> <li>- Restos del Castillo (s. XIXII)</li> <li>- Iglesias de San Lázaro (XVIII) y de la Concepción (XVII)</li> <li>- Baños Termales Romanos</li> </ul>
<b>Aledo</b>	<b>Pliego</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro histórico</li> <li>- Castillo de Aledo (recinto amurallado y torre del homenaje (XIII-XV)</li> <li>- La Picota (.XII)</li> <li>- Iglesia de Sta. María la Real (XVIXVIII)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restos del Castillo de Pliego. (XII-XVI)</li> <li>- Iglesia parroquial de Santiago Apóstol (XVI)</li> <li>- Caserío mudéjar</li> <li>- Ermita Virgen de los Remedios (XVIII)</li> </ul>
<b>Mula</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto histórico-artístico</li> <li>- Castillo de los Vélez (XVI)</li> <li>- Pinturas rupestres</li> <li>- Yacimiento y Museo Arqueológico de El Cigarralejo</li> </ul>	

CARTAGENA Y EL MAR MENOR	
<b>Cartagena</b>	<b>Los Alcázares</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conjunto Histórico-Artístico</li> <li>- Teatro romano</li> <li>- Muralla de Carlos III</li> <li>- Castillo de la Concepción</li> <li>- Conjunto de arquitectura defensiva de la Bahía de Cartagena, baterías de costa y antiaéreas, Castillos y Fortalezas</li> <li>- Faro de Cabo de Palos</li> <li>- Torre Ciega, del Moro, de Lo Poyo, Rubia</li> <li>- Palacio de Aguirre</li> <li>- Restos arqueológicos, cuevas y yacimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Torre del Rame</li> <li>- Balneario de la Encarnación (1904)</li> </ul>
<b>San Pedro del Pinatar</b>	<b>San Javier</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Casa del Reloj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Museo de la Ciudad</li> </ul>
<b>Torre Pacheco</b>	<b>La Unión</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Torre Silva</li> <li>- Molinos de Viento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antiguos yacimientos mineros</li> <li>- Mercado modernista o mercado de Abastos</li> </ul>

[Recursos Histórico-Monumentales + información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

### 7.3 Recursos Culturales

Los recursos culturales de una zona son el patrimonio relativo a: gastronomía, tradiciones, fiestas, manifestaciones culturales, museos, artesanía e incluso eventos especiales (conciertos, teatro etc.)

Teniendo en cuenta que la Cultura, en sentido amplio, es un pilar importante de la actividad turística, la Región de Murcia dispone de diferentes recursos culturales que se utilizan como reclamo turístico tanto a nivel nacional como internacional y que, a continuación se relacionan

### FIESTAS DECLARADAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL Y REGIONAL

LOCALIDAD	DENOMINACIÓN	CATEGORÍA	FECHA DECLARACIÓN
<b>Abanilla</b>	Moros y Cristianos	Regional	24/01/86
<b>Abanilla</b>	Fiestas Patronales en honor a la Stma. y Vera Cruz de Abanilla	Regional	19/01/04
<b>Abarán</b>	Semana Santa	Regional	10/02/97
<b>Águilas</b>	<b>Carnavales</b>	<b>Internacional</b>	<b>20/01/15</b>
<b>Alcantarilla</b>	Semana Santa	Regional	14/03/95
<b>Alcantarilla</b>	Fiestas Patronales	Regional	14/03/95

## Tema 7: Recursos turísticos de la Región de Murcia

Alhama	Fiesta de Los Mayos	Regional	8/03/90
Alhama	Semana Santa	Regional	14/03/95
Archena	Semana Santa	Regional	14/03/95
Barranda	<b>Fiesta de las Cuadrillas</b>	<b>Nacional</b>	<b>25/01/11</b>
Blanca	Encierro de Blanca	Regional	8/03/90
Cabezo de Torres	Carnavales	Regional	17/01/86
Calasparra	Semana Santa	Regional	14/03/95
Calasparra	Romería Sant. Virgen de la Esperanza	Regional	14/03/95
Caravaca	<b>Fiestas Stma. y Vera Cruz</b>	<i>Internacional</i>	4/11/04
Cartagena	<i>Semana Santa</i>	<i>Internacional</i>	<b>25/11/05</b>
Cartagena	Carnavales	Regional	7/04/93
Cartagena	<b>Carthagineses y Romanos</b>	<b>Nacional</b>	<b>6/07/99</b>
Cieza	<b>Semana Santa</b>	<b>Nacional</b>	17/11/11
Fortuna	Fiestas de Sodales Ibero Romanos	Regional	28/06/02
Jumilla	<b>Semana Santa</b>	<b>Nacional</b>	26/11/03
Jumilla	Fiestas de la Vendimia	Regional	18/01/80
La Unión	<b>Festival del Cante de las Minas</b>	<i>Internacional</i>	<b>24/10/06</b>
La Unión	Procesión Cristo de los Mineros	Regional	14/03/95
Lo Ferro (Torre Pacheco)	Festival del Cante Flamenco de Lo Ferro	Regional	22/02/06
Lorca	<b>Semana Santa</b>	<i>Internacional</i>	<b>6/02/07</b>
Lorca	Fiestas de San Clemente	Regional	6/11/95
Los Alcázares	Semana Internacional de la Huerta	Regional	23/12/85
Moratalla	Semana Santa. Tamborada	Regional	8/03/90
Moratalla	Fiestas del Stmo. Cristo del Rayo	Regional	8/03/90
Mula	<b>Noche de los Tambores</b>	<b>Nacional</b>	<b>28/03/09</b>
Murcia	<b>Semana Santa</b>	<i>Internacional</i>	<b>05/04/11</b>
Murcia	<b>Bando de la Huerta</b>	<b>Internacional</b>	<b>16/3/12</b>
Murcia	<b>Entierro de la Sardina</b>	<b>Internacional</b>	<b>29/03/06</b>
Murcia	Festival Internacional de Folklore	Regional	18/01/80
Murcia	<b>Fiestas de Moros y Cristianos</b>	<b>Nacional</b>	<b>8/05/12</b>
Murcia	Certamen Inter. Tunas "Costa Cálida"	Regional	31/07/97
San Javier	Festival de Teatro, Música y Danza	Regional	14/03/95
San Javier	Festival Internacional de Jazz	Regional	19/01/04
Santiago de la Ribera (San Javier)	Romería de San Blas	Regional	19/01/04
San Pedro del P.	Fiestas de la Virgen del Carmen	Regional	8/07/65
San Pedro del P.	Semana Santa	Regional	5/05/93
Totana	Semana Santa	Regional	12/12/11
Santomera	Fiestas de Moros y Cristianos	Regional	8/03/90
Yecla	<b>Fiestas Patronales de la Virgen del Castillo</b>	<b>Nacional</b>	<b>26/09/02</b>
Yecla	Semana Santa	Regional	8/03/90
Yecla	San Isidro Labrador	Regional	19/01/04

[Más información y fechas de celebración de las Fiestas de Interés Turístico + información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

Dentro de los recursos culturales que la Región de Murcia ofrece, los Centros de Interpretación son un elemento importante que ayudan a conocer mejor la realidad histórica y cultural de un territorio.

A continuación se relacionan los diversos Centros que existen catalogados en la Región de Murcia:

Centros de Interpretación	
Denominación	Localidad
Centro de Interpretación del Mar	Águilas
Centro Arqueológico Los Baños	Alhama de Murcia
Centro de Visitantes "Ricardo Codorniú"	Sierra Espuña (Alhama)
Centro de Interpretación del Valle de Ricote	Archena
Centro de Interpretación "Fuentes del Marqués"	Caravaca de la Cruz
Augusteun (Cartagena Puerto de Culturas)	Cartagena
Casa de la Fortuna (C. P. de Culturas)	Cartagena
Centro de Documentación y Recursos Turísticos	Cabo de Palos (Cartagena)
Centro de Interpretación de la Hª de Cartagena	Cartagena
Centro de Interpretación de la Muralla Púnica	Cartagena
Decumano Plaza de los Tres Reyes (C.P. de Culturas)	Cartagena
Mina de Las Matildes	El Beal Cartagena
Pabellón de Autopsias (C. P. de Culturas)	Cartagena
Casa de Cristo.- C. de Interpretación del Arte Rupestre	Moratalla
Centro del Visitante de "El Valle"	Santo Ángel (Murcia)
Centro de Visitantes "La Luz"	Santo Ángel (Murcia)
Centro de Visitantes de La Muralla	Murcia
Centro de Interpretación de la Naturaleza	Puerto Lumbreras
Observatorio Astronómico	Puerto Lumbreras
Centro de Investigación "Humedales de las Salinas"	S. Pedro del Pinatar

Otro de los recursos culturales significativos son los museos. Más de 70 establecimientos de este tipo se encuentran repartidos por toda la geografía de la Región de Murcia.

Museos y Exposiciones Permanentes			
Arqueológicos	Arte Sacro	Monográficos	Etnográfico y Antropológico
Águilas (2) Alhama de Murcia Calasparra Caravaca de la Cruz Cartagena (2) Cehegín Cieza Jumilla Lorca (2) Mazarrón Moratalla Mula Murcia (2) Portmán (La Unión) Yecla	Caravaca de la Cruz Jumilla (3) Murcia (4) San Javier Yecla (2)	Águilas (4) Bullas Calasparra Caravaca de la Cruz (2) Cartagena (3) Ceutí Jumilla Lorca (4) Mula Murcia (3) Puerto Lumbreras San Pedro del Pinatar Sotana La Unión Yecla	Águilas Alcantarilla Alhama de Murcia Bullas Calasparra Caravaca de la Cruz (2) Ceutí Cieza (2) Jumilla Molina de Segura San Javier La Unión (2)
Ciencia Natural	Ciencia y Tecnología	Historia	Bellas Artes
Águilas Ceutí Murcia	Ceutí Murcia (2)	Cartagena (3) Murcia Los Alcázares	Ceutí (3) Cieza (3) Mula Murcia (2) Yecla

### **8.1 Definición de Producto turístico**

### **8.2 Productos turísticos inicialmente identificados en la Región de Murcia**

### **8.3 Descripción actualizada de los diversos Productos Turísticos que se comercializan en la Región de Murcia.**

### **8.4 Análisis estructural de diversos productos turísticos y su interrelación con los mercados potenciales**

### **8.5 Comportamiento de la Oferta y la Demanda**

#### **8.1 Definición de Producto turístico**

El concepto de producto turístico viene condicionado por la existencia de un recurso turístico que cuente con una posibilidad de desarrollo. Esta potencialidad, mediante la puesta en valor del citado recurso (es decir, el acondicionamiento tanto del recurso turístico como del entorno) podría dar como resultado la conversión en un Producto Turístico.

#### **Definición:**

"Un Producto Turístico es un recurso turístico (el mar, la naturaleza, la gastronomía, un conjunto monumental o arquitectónico, etc.) que, una vez puesto en valor (poderse utilizar, visitar, comercializar...), posibilita poder comercializarlo turísticamente a través de los canales habituales, mediante la incorporación de la correspondiente oferta de alojamiento y –en su caso- de alguna otra oferta complementaria"

Para determinar cuales son los productos turísticos que tiene la Región de Murcia, en su momento, se tuvieron en cuenta los siguientes factores:

- Los recursos: Naturales, Históricos y Culturales
- La oferta de alojamiento desarrollado en torno al producto
- El desarrollo de infraestructuras que ayuden al consumo del producto
- El acondicionamiento del recurso para su uso turístico
- La afluencia de turistas
- El grado de motivación que provoca el desplazamiento al producto (excursionista ó turista)
- Las estrategias promocionales

Cada uno de los productos definidos de la región se ha desglosado a su vez, en subproductos, que se han agrupado teniendo en cuenta:

- El motivo del desplazamiento y
- Las actividades que consume el turista

#### **8.2 Productos Turísticos inicialmente identificados en la Región de Murcia**

Como consecuencia del "*Plan de Desarrollo Turístico*", elaborado en el año 1995, se identificaron en la Región de Murcia una serie de Productos Turísticos (los cuales se ven reflejados en el cuadro que a continuación se inserta) si bien tan solo fueron seis los que, de una forma efectiva, se comenzaron a poner en valor y comercializar.



*Productos Turísticos identificados en la Región de Murcia (año 1995)*

Producto	Subproductos
Salud	- Turismo de Estaciones Termales - Balnearios - Turismo de Talasoterapia - Turismo de Spa
Ciudad/Cultural	- Turismo cultural (visita a monumentos, museos, exposiciones etc.) - Turismo recreativo (compras, gastronomía, eventos culturales)
Congresos	- Turismo de Congresos, convenciones, y jornadas profesionales - Turismo de ferias - Turismo de eventos y reuniones profesionales
Deportivo Activo	- Turismo Náutico - Turismo de Golf - Turismo activo (aventura) - Turismo Deportivo
Rural y Naturaleza	- Agroturismo - Turismo en Espacios Naturales protegidos - Ecoturismo
Sol y Playa	- Turismo de Sol y Playa residencial - Turismo de Sol y Playa organizado - Turismo de Sol y Playa individual
Residencial Extranjero	- Turismo residencial senior - Turismo residencial pre-senior
Religioso	
Cruceros	
Idiomático	

Para más información. [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es)

Como se ha referido anteriormente y aunque en el cuadro precedente figuran un total de 10 **Productos Turísticos** identificados, tan solo fueron seis los que se comenzaron a comercializar:

- Sol y Playa
- Náutico (turismo activo)
- Salud y Belleza
- Rural y Naturaleza
- Congresos y
- Ciudad/Cultural

Posteriormente se fueron configurando y comercializando, de manera progresiva, el turismo lingüístico y el turismo religioso

### **8.3 Descripción actualizada de los diversos Productos Turísticos que se comercializan en la Región de Murcia.**

Tras una primera identificación y puesta en valor de los primeros **Productos Turísticos** catalogados a través del *Plan de Desarrollo Turístico (1995)*, y a través de la experiencia y la implantación que, de estos Productos, se había hecho y del grado de consolidación de los

**Tema 8: Productos Turísticos**

mismos, así como de las tendencias y hábitos de los mercados, se hacía necesario hacer una revisión y actualización de los ya citados **Productos Turísticos**. En tal sentido el proyecto de "Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia 2010-2015" contemplaba la actualización y revisión del "catálogo de productos turísticos" existente en la Región de Murcia.

Una vez finalizados los estudios y los correspondientes análisis, el citado estudio concluye que, en la actualidad, en la Región de Murcia existen los siguientes **Productos Turísticos**, clasificados en orden a su importancia y potencialidad, los cuales se consideran con la facultad de poder ser comercializados.

Producto	Importancia	Potencialidad
Sol y Playa (norte)	alta	alta
Turismo Religioso	alta	alta
Náutico	media	alta
Salud	media	alta
Cultural Patrimonial	media	alta
MICE (Congresos)	media	media
Rural	media	media
Turismo de Grandes Eventos	media	baja
Sol y Playa (Sur)	media	baja
Negocios	media	baja
Turismo Eno-Gastronómico	Poca	alta
Pesca Turismo	Poca	alta
Turismo Industrial	Poca	alta
Golf	Poca	alta
Turismo Naturaleza Activo	Poca	media
Idiomático	Poca	media

**8.4 Análisis estructural de diversos productos turísticos y su interrelación con los mercados potenciales**

Producto Turístico: SALUD		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Archena, Fortuna, Mula, San Pedro del Pinatar, La Manga.	A) Turismo de estaciones termales B) Turismo de Talasoterapia	A) Madrid, Valencia, Andalucía B) Francia Reino Unido, Alemania
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
A) Hotel, Vivienda propia B) Hotel, Apartamento Turístico	A) Vehículo particular, Autocar B) Avión, Vehículo particular	A) y B) Agencia de Viajes, Individual
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año	A) Cataluña, Galicia B) Almería, Alicante	Cultural, Naturaleza, Sol y Playa

Producto Turístico: CIUDAD - CULTURAL		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Cartagena, Lorca, Caravaca, Murcia.	Turismo Cultural	Valencia, Andalucía, Madrid, Reino Unido, Alemania, Francia.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Hotel, Vivienda propia	Vehículo particular, Avión	Individual
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año	Andalucía, Castilla y León, Madrid, Cataluña	Religioso, Idiomático, Salud, Negocios y Congresos

Producto Turístico: CONGRESOS		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Cartagena, Lorca, Murcia, Torre Pacheco.	Turismo de Congresos, convenciones y jornadas profesionales.	Madrid, Cataluña, Valencia.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Hotel	Vehículo particular, Avión.	Principalmente quien organiza el evento.
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Otoño/primavera	Madrid, Barcelona, Granada, Valencia, Alicante, Bilbao, Toledo, San Sebastián, Zaragoza, Santander, A Coruña, Santiago.	Cultural, Sol y Playa, Naturaleza.

Producto Turístico: DEPORTIVO / ACTIVO		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Águilas, Los Alcázares, Cartagena, Murcia, San Pedro del Pinatar, San Javier, Calasparra y Moratalla	Turismo activo-Aventura - Práctica de diversos deportes	Nacional y Reino Unido
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Hotel, Camping, Apartamentos	Vehículo particular, Avión	Clubes deportivos, individual y agencias especializadas
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Otoño/primavera.	Andalucía, Madrid, Valencia, Castilla-León y Castilla-La Mancha	Cultural, Sol y Playa, Golf, Náutico, Naturaleza y rural

Producto Turístico: GOLF		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Cartagena, Fuente Álamo, Molina de Segura, Murcia, Torre Pacheco, Los Alcázares, San Javier, Alhama de Murcia y Mazarrón.	- Práctica del Deporte del GOLF	Reino Unido, Alemania y Países Escandinavos
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Hotel, Apartamentos y Vivienda particular.	Avión	AA.VV., Individual
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Otoño/primavera.	Andalucía, Baleares, Valencia, Canarias, Cataluña	Sol y Playa, Salud, Naturaleza y Rural, Congresos

Producto Turístico: NÁUTICO		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Águilas, Cartagena, Los Alcázares, Mazarrón, San Pedro del Pinatar y San Javier	Turismo Náutico	Nacional, Reino Unido, Alemania, Francia
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Hotel, Apartamentos y Vivienda particular	Avión, Vehículo propio	AA.VV. especializadas, Individual
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Otoño/primavera.	Cataluña, Andalucía, Valencia, Islas Baleares	Deportivo-Activo, Salud, Sol y Playa, Recreativo, Naturaleza y Rural

Producto Turístico: RURAL Y DE NATURALEZA		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Abanilla, Abarán, Aledo, Alhama de Murcia, Archena, Blanca, Bullas, Calasparra, Caravaca, Cartagena, Cehegín, Cieza, Fortuna, Jumilla, Lorca, Molina de Segura, Moratalla, Mula, Ojós, Pliego, Torre Pacheco, Totana, Villanueva, Ulea y Yecla.	Turismo rural y de Naturaleza	Valencia, Madrid, Andalucía, Francia, Reino Unido, Alemania.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Vivienda propia, Casa rural, Hotel y Hospedería.	Avión, Vehículo propio	Individual
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año (puentes y vacaciones)	Jaén, Granada, Almería y Albacete	Deportivo-Activo, Salud, Cultural y Religioso.

Producto Turístico: SOL Y PLAYA		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Águilas, Cartagena, San Javier, Los Alcázares, San Pedro del Pinatar y Mazarrón	Turismo de sol y playa	Andalucía, C. Valenciana, Castilla y León, Madrid, Castilla La Mancha y Cataluña.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Vivienda propia, Hotel y Vivienda alquilada.	Vehículo particular, Autocar y Ferrocarril.	Individual y AA. VV.
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Estación Estival, Puentes y periodos vacacionales.	Andalucía, Comunidad Valenciana, Islas Baleares y Cataluña.	Cultural, Deportivo, Náutico, Golf, Salud, Residencial

Producto Turístico: RELIGIOSO		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Calasparra, Caravaca de la Cruz, Cartagena, Jumilla, Lorca, Mula, Murcia, Totana y Yecla	Turismo Religioso.	Toda España, en general, Reino Unido, Alemania, Francia.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Hotel, Vivienda propia, Casa rural	Vehículo particular, Autocar y Ferrocarril.	Individual, AA VV, Grupos religiosos
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año.	Santiago de Compostela, Santander Sevilla, Valladolid y Zamora.	Cultural y rural.

Producto Turístico: CRUCEROS		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Cartagena	Turismo de Cruceros.	Toda España, en general, Reino Unido, Alemania, Francia.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Camarote	Barco	Agencias especializadas.
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año.	Almería, Alicante, Málaga, Valencia y Barcelona	Ciudad /Cultural.

Producto Turístico: IDIOMATICO		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Cartagena, Murcia.	Turismo Idiomático.	Alemania, USA, Francia y Reino Unido.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Residencia, vivienda.	Avión	Individual, AA VV especializada.
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año.	Granada, Salamanca y Madrid.	Ciudad /Cultural y Recreativo.

Producto Turístico: RESIDENCIAL		
Municipios donde se localiza	Descripción del Producto	Usuario (Procedencia)
Águilas, Alhama de Murcia, Los Alcázares, Cartagena, Lorca, San Pedro del Pinatar, Mazarrón, San Javier, Murcia, Torre Pacheco y Fuente Álamo	Turismo residencial extranjero (Segunda Residencia).	Reino Unido, Países Escandinavos, Alemania, Holanda e Irlanda.
Tipo de Alojamiento utilizado	Principal medio transporte	Organización del viaje
Vivienda en propiedad o alquilada integrada en asentamientos o urbanizaciones particulares.	Avión, Coche.	Individual.
Estacionalidad	Destinos Competidores	Productos Asociados
Todo el año	Alicante, Almería.	Golf, Náutico, Sol y Playa y Cultural

### 8.5 Comportamiento de la Oferta y la Demanda

Del análisis de las fichas relacionadas en el anterior apartado, donde se describen los distintos Productos Turísticos, se desprende la variedad de lugares de procedencia de los turistas y su relación con los distintos productos ofertados desde la Región de Murcia.

No obstante, si observamos los datos que emanan de los cuadros estadísticos que se insertan en el apartado 2.6 del **Tema II** ("procedencia de turistas y pernoctaciones"), comprobamos que -a nivel nacional- la demanda turística hacia la Región de Murcia se concentra, de manera significativa y por este orden, en las Comunidades de: Madrid, Valencia, Andalucía, Cataluña, Castilla La Mancha y Castilla y León. Además de un fuerte flujo de turismo interno (de la propia Región de Murcia) lo cual es normal en todos los destinos turísticos. En el plano internacional los principales países emisores, también por este orden, son: Reino Unido, Francia, Alemania, Portugal, Bélgica y Noruega. Son, por tanto, la Comunidad de Madrid (turismo



## ESTRUCTURA TURISTICA DE LA REGION DE MURCIA Versión: 9.0-2015

### Tema 8: Productos Turísticos

nacional) y el Reino Unido (turismo extranjero), con diferencia importante sobre los segundos posicionados, los principales puntos de demanda de la oferta turística de la Región de Murcia.

Si cruzamos estos datos con las fichas descriptivas de los diversos productos turísticos detectados en la Región podemos llegar a una conclusión en cuanto a la oferta turística, que se resumiría en lo siguiente:

La procedencia de usuarios de los diversos productos turísticos referenciados en las fichas anteriormente citadas (Salud, Ciudad-Cultural, Congresos, Golf, Religioso, Náutico-Deportivo, Rural-Naturaleza, Sol y Playa, Cruceros e Idiomático) coincide plenamente con la demanda anteriormente citada. Es un hecho, por tanto, que la oferta de productos turísticos tiene su justa correspondencia en la demanda, que de los mismos se produce, tanto por lo que respecta al turismo nacional como al turismo extranjero.

**9.1 Cartagena Puerto de Culturas****9.2 Lorca Taller del tiempo****9.3 Caravaca Jubilar****9.4 Murcia Cruce de Caminos**

El patrimonio cultural de la Región de Murcia es de indudable valor y riqueza, teniendo numerosos monumentos, museos y conjuntos históricos, como consecuencia de su historia y del paso de diversas civilizaciones y culturas que ha dejado un legado importante, desde restos prehistóricos, griegos, púnicos y romanos e inclusive de la Edad Media. Destaca el arte musulmán, el gótico y, de forma relevante, el esplendor del Renacimiento y del Barroco Murcianos.

Estos recursos se encuentran ubicados por toda la región pero, mayoritariamente, se localizan en las ciudades de: Cartagena, Lorca, Caravaca de la Cruz y Murcia.

A la situación social y económica de cada una de estas cuatro ciudades, la consideración de nuevas estrategias de desarrollo económico basadas en el desarrollo de proyectos turísticos, ha permitido dinamizar sus fuentes de riqueza y desarrollo social como consecuencia de la puesta en valor de sus recursos históricos y culturales. Su materialización se hace a través del desarrollo de cuatro grandes proyectos turísticos integrados:

Cartagena Puerto de Culturas  
Lorca Taller del tiempo  
Caravaca Jubilar  
Murcia Cruce de Caminos

**9.1 Cartagena Puerto de Culturas**

Cartagena, con una situación geográfica privilegiada dentro del Arco Mediterráneo, cuenta con un magnífico puerto natural que a lo largo de su historia le ha proporcionado un carácter estratégico. Además posee un pasado glorioso dominado por la huella púnica y romana; con 200.000 habitantes y una infraestructura hotelera tradicional.

El producto "Cartagena Puerto de Culturas" se justifica como consecuencia de impulsar social y económicamente la ciudad de Cartagena a través de la dinamización turística y su repercusión directa en el sector servicios.

El Consorcio Cartagena Puerto de Culturas se constituyó en enero de 2001. Por otra parte la gestión del proyecto se realiza a través de la sociedad "Cartagena Puerto de Culturas S.A.", creada, en junio de 2001, desde el "Consortio para el Desarrollo Turístico de Cartagena Puerto de Culturas", organismo que, en la actualidad, está formado por los siguientes entes:

- Ayuntamiento de Cartagena
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación
- C.O.E.C. (Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena)
- Universidad Politécnica de Cartagena
- Autoridad Portuaria de Cartagena



Este Producto Cultural se abre al público en el año 2003, con un presupuesto inicial de 7,3 millones de euros, dedicando el 88% a obras y equipamiento y el resto a estudios y promoción del proyecto, ampliándose a 10 millones de euros hasta la actualidad (marzo 2008).

### **Actuaciones que se han desarrollado desde su inicio**

#### **Actuaciones en infraestructuras básicas:**

- ❖ Adecuación y embellecimiento del entorno del núcleo urbano
- ❖ Mejora de los servicios públicos
- ❖ Actuaciones en equipamientos turísticos
- ❖ Construcción de una pasarela y un ascensor panorámico para acceder al Castillo de la Concepción.
- ❖ Plan de Señalización e interpretación de los recursos de interés turístico.

#### **Adecuación de los recursos patrimoniales:**

- ❖ Puesta en valor y recuperación del patrimonio de la ciudad
- ❖ Adecuación del patrimonio como producto turístico junto a una oferta turística cultural

#### **Imagen y comunicación:**

- ❖ Proporcionar un significado comercial de Cartagena como destino turístico
- ❖ Posicionar a Cartagena en el mercado del turismo cultural, a nivel regional, nacional e internacional.
- ❖ Portal Web Cartagena Puerto de Culturas.

#### **Patrimonio Cultural puesto en valor en Cartagena:**

- ❖ Centro de Interpretación de la Historia de Cartagena: Se encuentra en el Castillo de la Concepción
- ❖ Centro de Interpretación de la Muralla Púnica: Cuenta la cultura púnica de una forma interactiva con exposiciones, proyecciones etc.
- ❖ Decumano-Plaza de los Tres Reyes: En la que se puede visitar una antigua calle de época romana perfectamente conservada.
- ❖ Augusteum: Con esta visita se puede conocer los edificios más importantes que forman el centro de las ciudades romanas.

Tema 9: Grandes proyectos turísticos impulsados por la Administración Regional

- ❖ Casa de la Fortuna: Se puede visitar una casa típica romana y sus principales elementos decorativos
- ❖ Anfiteatro de autopsias: Es un edificio que pertenece al Real Hospital de Marina. Lugar donde se impartían estudios de anatomía y realizaban autopsias en el siglo XVIII.
- ❖ Refugio de la Guerra Civil: Se han acondicionado los refugios antiaéreos que fueron utilizados durante la Guerra Civil para destinarlos a Centro de Interpretación de la Guerra Civil.
- ❖ Centro de Interpretación de la Arquitectura Defensiva de Cartagena: Situado en el Fuerte de Navidad, en la bocana del puerto, se accede a el a través del barco turístico, esta fortaleza que se construyó en el S. XVII es un elemento fundamental por su situación estratégica para la defensa de la ciudad; en el se encuentran las distintas estancias en las que se explica la importancia estratégica de Cartagena así como todo el sistema defensivo de la ciudad.
- ❖ Teatro Romano: El monumento, uno de los mayores de este tipo en España, se construyó a finales del siglo I a.C., coincidiendo, seguramente, su inauguración con la presencia en Carthago-Nova, en el año 4 a.C., del nieto de Augusto, Gaius Caesar, algo que esta documentado por dedicatorias en aras e inscripciones. Se trata de un gran edificio de espectáculos -descubierto de forma casual en 1987- , con un aforo estimado en unas 6.000 personas.
- ❖ Acondicionamiento de un muelle para permitir el acceso al barco turístico.

**Equipamientos Turísticos realizados por el Proyecto:**

- ❖ Barco Turístico
- ❖ Señalización turística
- ❖ Bus Turístico
- ❖ Ascensor Panorámico

[Producto Turístico: "Cartagena Puerto de Culturas" + información \(www.cartagenapuertodeculturas.com\)](http://www.cartagenapuertodeculturas.com)

**Ofertas de Itinerarios Temáticos y actividades especiales para grupos de visitantes y escolares.**

Estas visitas están guiadas por personal de Cartagena Puerto de Culturas

**Oferta de visitas teatralizadas:**

- ❖ El Paso con Escipión
- ❖ Las danzas de la cripta

**Visitas guiadas ofertadas:**

- ❖ Cartagena Puerto de Culturas
- ❖ Cartagena Milenaria

- ❖ Cartagena Moderna
- ❖ Un paseo por la Historia
- ❖ Visita especial de invierno
- ❖ Paseo con Escipión
- ❖ Descubriendo Quart-Hadast
- ❖ Construyendo La Paz
- ❖ La mujer a través de la Historia
- ❖ El tesoro de los canteros
- ❖ El Rincón de Carmen Conde
- ❖ Las Danzas de la Cripta

**Otras actuaciones e iniciativas relevantes para el desarrollo patrimonial y turístico de la ciudad:**

- Plan director del Conjunto Arquitectónico Defensivo de la Bahía de Cartagena: Se trata de un estudio en profundidad de las instalaciones militares localizadas en el entorno portuario de la ciudad, al objeto de definir una metodología para la recuperación y sobre todo, para un nuevo empleo sostenible de estos bienes culturales de la Bahía de Cartagena, y crear una verdadera red de bienes culturales.
- Estudio de viabilidad técnica y económica de transporte, por cable, en San Julián: Se trata de generar unas instalaciones que conecten las Baterías costeras de Santa Ana y el Castillo de San Julián a través de "telecabina monocable unidireccional pulsado", con capacidad para 250 personas/hora (2 grupos de 3 cabinas de 8 plazas sentadas).
- Excavación en el Molinete: En 2002 se realizó la excavación arqueológica de la manzana 17 del "PERI" del Molinete, para la posterior intervención museística y puesta en valor del conjunto de restos encontrados. Durante estas excavaciones se encontró una estatua que representa al Emperador Augusto, de importantes dimensiones y esculpida en el siglo I d. C. Durante el pasado se ha realizado una excavación de 2.500 m cuadrados entre los que se encuentran importantes restos arqueológicos como la palestra, termas y un edificio público de representación con alzados de hasta cuatro metros, siendo el mayor parque arqueológico urbano a nivel nacional. Durante el año 2010 se realizará la cubrición de dichos restos y se adecuarán para su visita.
- Programación de Eventos culturales: Cartagena Puerto de Culturas ha venido desarrollando una serie de actuaciones culturales en sus instalaciones encaminadas a promover y promocionar el proyecto. Entre estas actuaciones destacan las visitas teatralizadas, la celebración del primer aniversario del producto cultural o la programación de conciertos especiales.

**Presupuestos ejecutados por el Consorcio en el proyecto "Cartagena Puerto de Culturas"**

Presupuestos / años: (en euros)						
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
601.012	646.512	446.512	746.000	1.046.000	3.318.653	3.038.532
Presupuestos/años: (en euros)						
2010	2011	2012	2013	2014	2015 (1)	
2.450.252	1.299.528	1.071.778	1.077.305	2.567.762	1.967.125	

(1) Presupuesto en ejecución.

## 9.2 Lorca Taller del Tiempo

El proyecto Lorca Taller del Tiempo, inaugurado en marzo de 2003, fue una iniciativa novedosa a nivel nacional. Consistió en la creación de nuevos equipamientos culturales y turísticos que dieran forma a un espacio temático en el casco histórico de Lorca, en el que el visitante podría vivir una singular experiencia mediante el disfrute de su patrimonio. Para este objetivo se aprovechó al máximo el potencial cultural de La ciudad, proponiendo un espacio integral que incluyera todos los atractivos de Lorca, sus monumentos, servicios y equipamientos culturales.

El objetivo principal consistió en continuar una línea de trabajo abierta en el "Plan de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia", y más concretamente en la creación y desarrollo de un "concepto de producto cultural", en el núcleo de Lorca.

### Las premisas del proyecto fueron:

- Reconocimiento del valor del patrimonio local como instrumento que sirva para reforzar la identidad de los habitantes de Lorca.
- Potenciación del Patrimonio y su entorno a través de mecanismos de protección, rehabilitación y mantenimiento.
- Revalorización de su riqueza histórica, artística y cultural a fin de mejorar la imagen turística de Lorca y provocar la atracción de sus inversiones.
- Aprovechamiento del potencial didáctico del patrimonio como recurso educativo para explicar la historia y la cultura del lugar.
- Rentabilidad social, económica y cultural.

### Estructura de la gestión

Lorca Taller del Tiempo se constituyó como un consorcio, denominado Consorcio para el Desarrollo Turístico y Cultural de Lorca, dando lugar a la empresa LORCATUR. En dicho Consorcio, en la actualidad, intervienen las siguientes entidades e instituciones:

- Ayuntamiento de Lorca.
- Cámara de Comercio e Industria de Lorca.
- Confederación Comarcal de Empresarios de Lorca.

Contó con una inversión inicial de 6 millones de euros, dedicando el 40% a recuperación del patrimonio, el 30% a creación y adecuación de equipamiento, el 25% a infraestructuras y obras de seguridad, y el resto a desarrollo y promoción del producto. Además de los fondos de inicio, con posterioridad hubo una ampliación de 9 millones de Euros dedicando el 40% a recuperación del patrimonio, 30% equipamientos culturales y turísticos, el 20% para infraestructuras y el 10% para el desarrollo y promoción. A partir del año 2007 se realiza una inversión de 1.2 millones de Euros por año, dedicados al mantenimiento de los gastos de personal y de promoción cuyos conceptos protagonizan los nuevos escenarios económicos.

**Recursos Turísticos utilizados**

- Conjunto Medieval
- Conjunto Histórico Artístico
- Arqueología
- Artesanía y Gastronomía
- Tradición Popular

**Patrimonio Cultural puesto en valor por el proyecto**

Lorca Taller del Tiempo apuesta por la Interpretación del Patrimonio, rigurosa pero accesible, que conduzca a la puesta en valor de ese patrimonio, a la apreciación de su valor real y la concienciación de su necesidad.

Lorca Taller del Tiempo se propone hacer entender y participar al viajero en la historia y la vida de toda una ciudad, no solamente visitar sino APRENDER, PARTICIPAR y sobre todo DIVERTIRSE.

En Lorca Taller del Tiempo se quiere ofrecer a los visitantes una perspectiva global de la ciudad, su historia y su territorio, a través de un viaje virtual en el tiempo.

**• Centro de Visitantes**

Ubicado en el Antiguo Convento de la Merced es la puerta de entrada a la ciudad. Este centro se ha construido rehabilitando en parte las ruinas de la antigua Iglesia del convento de Mercedarios del siglo XVI.

- Punto de información: En la recepción del Centro de Visitantes se informa a los visitantes de todo lo necesario para planificar su visita a la ciudad de Lorca. También se realizan reservas, venta de entradas y servicios (guías, visitas guiadas, visitas escolares, etc.).
- Exposición interpretativa de la ciudad de Lorca: en la que se pretende que el visitante sea capaz de interpretar el pasado para comprender el presente e imaginar el futuro.
- Mobil-guide: Es un punto de información interactivo en el que el visitante puede descargarse, en su móvil, información sobre el Centro de Visitantes y sobre LORCA, en cuatro idiomas, así como vídeos, imágenes, etc...
- Servicios: Tienda de recuerdos con productos de artesanía local y merchandising.

**Transporte Turístico:**

Basándose en la máquina del tren que circulaba de Lorca a Baza en 1943, se ha diseñado un transporte turístico que permite al visitante olvidarse de su vehículo propio y recorrer el centro histórico de la ciudad en este tren a la misma vez que escucha una locución en idiomas con información sobre los monumentos y lugares de interés por los que se va pasando. Así mismo, lleva a los visitantes hasta La Fortaleza del Sol, el espacio temático patrimonial situado en el Castillo de Lorca. Se dispone en la actualidad de dos trenes, popularmente denominados Vencejo y Golondrina (resultado de un concurso popular infantil) con capacidad cada uno para 54 personas, incluyendo un espacio reservado para discapacitados físicos en silla de ruedas..

### **Espacio Temático: La Fortaleza del Sol en el Castillo de Lorca**

Dentro del conjunto de los recursos que ofrece Lorca Taller del Tiempo, la Fortaleza del Sol es, sin ninguna duda, la oferta más novedosa. El castillo de Lorca, tras varios años de recuperación y consolidación se ha convertido en un espacio vivo donde aprender y vivir la historia del siglo XIII a través de exposiciones, animaciones, escenas de historia en vivo, etc.

Es ante todo una nueva propuesta turística que Lorca Taller del Tiempo pone a disposición de sus visitantes para combinar de forma eficaz el ocio con la cultura, el aprendizaje con la diversión, el rigor de la historia con la pasión y el entretenimiento. El Castillo de Lorca es el perfecto escenario para una inolvidable experiencia turística que tiene en la historia su justificación y su base.

Fortaleza defensiva, atalaya y seña de identidad de lorquinos de todos los tiempos, el castillo ha sido ocupado y reinventado por sucesivas civilizaciones desde la época argárica hasta el siglo XIX. Hoy en día propone espacios expositivos en los torreones y aljibes restaurados, escenas de historia en vivo con personajes que nos transportan en el tiempo, talleres y espacios infantiles, arqueología en directo. Una cafetería, etc...

Monumento emblemático que se utiliza para ofrecer distintos tipos de actividades a lo largo del año y en función de la temporada, programas especiales para escolares, visitas libres, visitas nocturnas, visitas temáticas, visitas guiadas teatralizadas, talleres, juegos, cetrería, etc...).

En verano la Fortaleza del Sol también se convierte en el inolvidable escenario de una explosión de músicas, con los conciertos dentro de la programación de Espirelia "Las noches del Castillo" incluida en el festival "Todo Arte".

[Visita a la Fortaleza del Sol: Castillo de Lorca + información \(www.murciaturistica.es\)](http://www.murciaturistica.es)

#### **Exposiciones Permanentes:**

- LA MÁQUINA DEL TIEMPO: Integrado en el mismo espacio de recepción de la Fortaleza del Sol. La mascota del Castillo, un halcón virtual llamado Ben Sakar recibe al visitante y le invita a iniciar el viaje atrás en la historia hasta la Edad Media.

- TERRITORIOS DE FRONTERA: Audiovisuales, grafismo, y escenografías son los elementos que se dan la mano para convertir la Torre del Espolón en un espacio expositivo sobre la apasionante historia de "La Frontera" entre los mundos musulmán y cristiano. El visitante puede disfrutar de una gran maqueta interactiva, de la recreación de una mazmorra de apresamientos, del audiovisual donde un vigía nos habla de su familia, de las amplias vistas desde la azotea donde el sentido histórico del paisaje se explica a sí mismo.

- EL RINCÓN DEL ARQUEÓLOGO: La arqueología tiene aquí un espacio vivo en el que aprender y disfrutar. Un amplio rincón abierto con actividades donde trabajan los arqueólogos del castillo. En la exposición permanente se explica qué buscan, cuáles son sus técnicas, cómo se enfrentan los arqueólogos a las sugerentes preguntas que nos plantea la ciencia.

- LA TIERRA DE LAS DOS CULTURAS: El singular y monumental espacio de El Aljibe Grande alberga una exposición en la que se comparan las formas de entender el mundo de cristianos y musulmanes. Dos civilizaciones que han compartido una misma tierra. Dos proyectos de vida con maneras distintas, aunque complementarias, de entender la organización urbana, la

Tema 9: Grandes proyectos turísticos impulsados por la Administración Regional religión, la sociedad o la guerra. Una exposición viva y dinámica con una "video-guía" que interactúa con los visitantes y que fluye fácilmente por la percepción y el conocimiento.

- LA CONQUISTA DEL AGUA: El Aljibe Pequeño -que garantizaba el suministro de agua en la fortaleza en caso de asedio- propone una exposición sobre el agua a través de la historia. Una gran maqueta del territorio, la reproducción de la huerta tradicional, una noria de riego, las leyendas del agua, aljibes a escala, módulos y juegos interactivos,... Un conjunto expositivo que nos acerca a un asunto que es pasado pero que se proyecta hacia el futuro de todos.

- LA CULTURA DEL PAN: Los trabajos de acondicionamiento de la Fortaleza del Sol pusieron al descubierto uno de sus secretos mejor guardado: unos hornos y un obrador del s. XIX construidos para la alimentación de la guarnición del castillo. Una vez restaurados los hornos reproducen todo el ambiente de un horno de "pancocer" de la época. Los personajes, el perro, el mobiliario, los útiles,... una ambientación sugerentemente escenográfica.

### **Exposiciones Temporales:**

"Alfonso X El Sabio: Yo El Rey": esta exposición realizada para la conmemoración del 750 aniversario de la presencia del Rey Sabio en Lorca se puede visitar en La Torre Alfonsina, torre principal del castillo y que se puede visitar desde el año 2007.

### **ESCENAS DE HISTORIA EN VIVO:**

Las recreaciones escenográficas con actores, distribuidas por todo el recinto en la temporada alta, suponen elementos principales de participación y juego con los visitantes. "El paseante de ronda", la "curandera", el "alcaide", entre otros dan vida a la historia de la Fortaleza y de Lorca. Visitas guiadas teatralizadas con distintos personajes y temáticas que se realizan los fines de semana de todo el año, tanto para el visitante individual como para las reservas de grupos.

**ASALTO A LA FORTALEZA:** Un espacio infantil en el que un castillo de madera -mitad real, mitad de ensueño- nos propone un sugerente tiempo de juego por los recovecos de la historia.

**PATIO DE JUEGOS:** Un amplio espacio para fines lúdicos y culturales. Es también el espacio donde tienen lugar conciertos durante las noches de verano, los juegos medievales, las actividades especiales, como degustación de platos típicos de Lorca, etc.

**OTROS SERVICIOS:** Cafetería "Las Caballerizas", donde tomar un tentempié para continuar la visita. Tienda de souvenir y artesanía local. AUDIOGUÍA en diversos idiomas, para que el visitante pueda disfrutar de "La Fortaleza del Sol", a su ritmo y sin perder detalle.

Actividades especiales los fines de semana: como, por ejemplo, cetrería, demostraciones artesanales...

### **MUSEOS:**

Lorca Taller del Tiempo, conjuntamente con el Ayuntamiento y la dirección de cada uno de los museos de la Ciudad, gestiona los centros siguientes:

- Museo Arqueológico
- Museo de Bordados del Paso Azul



Tema 9: Grandes proyectos turísticos impulsados por la Administración Regional

- Museo de Bordados del Paso Blanco
- Museo de Bordados del Paso Encarnado
- Museo de Bordados del Paso Morado
- Palacio Guevara

[Museos de la Semana Santa + información \(www.solinternet.es\)](http://www.solinternet.es)

**ITINERARIOS TEMÁTICOS:**

- Plaza de España
- Los sabores de Lorca
- El Barrio de San Cristóbal: Orgullo rabalero
- Vinos de nuestra Tierra
- Lorca Antes de Ayer
- Monte Calvario: El Vía Crucis Lorquino
- Devoción y Pasión en Lorca: Semana Santa
- Cejo de los Enamorados
- Convento Patronal Virgen de las Huertas
- Lorca Ciudad Artesana.

**PAQUETES ESPECIALES:**

- La Fortaleza del Sol: incluye centro de visitantes, tren turístico y castillo.
- Azul y Morado: incluye visitas a los Museos Morado y Azul así como visitas guiadas a las iglesias de San Francisco y del Carmen.
- Blanco y Encarnado: incluye visitas a los Museos Blanco y Encarnado así como visitas guiadas a la Capilla del Rosario y a la iglesias de San Cristóbal.
- Lorca Taller del Tiempo: es una oferta especial para dos días e incluye visitas a todos los centro de interés de Lorca incluyendo el transporte turístico.

**VISITAS GUIADAS TEATRALIZADAS:**

Lorca antes de Ayer: visitas teatralizadas por el casco antiguo de la ciudad con dos personajes, un caballero medieval que vigila las murallas de la ciudad y un pintor lorquino que presenta el entorno monumental de la Plaza de España a través de sus ojos.

**VISITAS PARA ESCOLARES:**

- Hasta 7 años: "Érase una vez...un castillo", "Pum, Pum , abre la muralla", "Tiempo de Pasión en Lorca: el MUBBLA".
- De 8 a 11 años: "Un rey en Lorca", "Vive en la prehistoria", "Tiempo de Pasión en Lorca: el MUBBLA".
- De 12 a 16 años: "Un castillo, tres culturas", "En busca del pasado perdido", "Ruta medioambiental al Cejo de los Enamorados", "Tiempo de Pasión en Lorca: el MUBBLA".



**Otras actuaciones e iniciativas relevantes para el desarrollo patrimonial y turístico de la ciudad:**

Barrio Artesano: Creación de un espacio con talleres artesanos donde se mostrarán las técnicas tradicionales de elaboración de los productos típicos de la comarca: textil, alfarería. También tendrá una zona de servicios con espacios expositivos, cafetería aparcamiento, etc.

Plan de Dinamización del Producto Turístico de Lorca: El principal objetivo es consolidar y desarrollar el turismo cultural entorno a la ciudad de Lorca, centrado principalmente en complementar el producto "Lorca Taller del Tiempo". La duración prevista es de 3 anualidades presupuestarias a realizar en cuatro años con un importe total de 2.607.000 €.

Plan del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (Sicted): desde el año 2006, Lorca Taller del Tiempo participa en este programa de calidad, habiendo obtenido el "Compromiso de Calidad Turística" para todos sus equipamientos.

Programación de eventos Culturales: desde el año 2003, Lorca Taller del Tiempo ha venido desarrollando una serie de actuaciones culturales en sus instalaciones, fundamentalmente en La fortaleza del Sol dirigidas a promover y fomentar la participación de ciudadanos destacando la celebración del 5 aniversario, el primer foro de turismo cultural, visitas nocturnas, las noches brujas, el concurso de pintura, etc...

Producto Turístico: "Lorca Taller del Tiempo" + información ([www.lorcatallerdel tiempo.es](http://www.lorcatallerdel tiempo.es))

**Presupuestos ejecutados por el Consorcio en el proyecto "Lorca Taller del Tiempo"**

Presupuestos/años: (en euros)						
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
870.708	1.360.853	1.010.000	1.050.000	1.050.000	1.200.050	1.771.550

Presupuestos/años: (en euros)						
2010	2011	2012	2013	2014	2015 (1)	
921.524	733.181	684.538	677.705	623.657	605.299	

(1) Presupuesto en ejecución.

### 9.3 Caravaca Jubilar

Dos hechos fundamentales enmarcaron y condicionaron la realización del proyecto "CARAVACA DE LA CRUZ, CIUDAD SANTA", por una parte, la concesión del "año Santo in perpetuum" a Caravaca de la Cruz, privilegio otorgado por su Santidad el Papa Juan Pablo II, en el año 1998, lo que sitúa la ciudad en el mapa de las ciudades santas de la cristiandad, al lado de Jerusalén, Roma, Santiago de Compostela y Santo Toribio de Liébana.

Por otra parte, la decidida voluntad de la Administración Regional por impulsar y reforzar estrategias de desarrollo del turismo cultural, mediante la creación de nuevos productos, la potenciación y puesta en valor del patrimonio y la mejora del entorno urbano y natural.

#### Objetivos del Proyecto:

El objetivo general era diseñar una estrategia de desarrollo sostenible, destinado a convertir a Caravaca de la Cruz, en un lugar de peregrinación y en un centro cultural de primer orden dentro de la Región de Murcia.

- Potenciar su imagen de lugar de peregrinación con el Proyecto Caravaca de la Cruz a nivel regional y nacional
- Desarrollar el potencial que representa la concesión del año santo "In Perpetuum".
- Convertir Caravaca de la Cruz en un espacio turístico mediante la puesta en valor de sus recursos.
- Estructurar un producto cultural competitivo y sostenible.
- Definir un modelo de gestión integral que lidere de manera consensuada el plan de actuación.

#### Estructura de la gestión

La gestión la asume la Sociedad Caravaca Jubilar, S.A., creada a partir del Consorcio Agencia para el Desarrollo de la Comarca del Noroeste. La Sociedad está integrada por los siguientes representantes:

- Consorcio para el Desarrollo de la Comarca del Noroeste
- Real e Ilustre Cofradía de la Santísima y Vera Cruz
- Consejo Asesor del Patrimonio del Ayuntamiento de Caravaca de la Cruz.

Siendo la inversión económica inicial de 5,5 millones de euros.

#### Actuaciones realizadas

##### Santuario de la Vera Cruz

- Memorial de la Vera Cruz
- Adecuación de espacios de atención al público
- Edición de un audiovisual promocional
- Ajardinamientos diversos
- Reforma de la capilla de la Vera Cruz y presbiterio

### Centro Internacional de Estudios de la Vera Cruz

- Espacio de investigación centrado en la temática de la Vera Cruz
- Museo Festero: Se realizó una previa rehabilitación del edificio del Palacio de los Uribe
- Museo Arqueológico: Se realizó una previa rehabilitación del edificio de la Iglesia de la Soledad

### Otras actuaciones:

- Estructuras de apoyo al visitante
- Rehabilitación del Templete
- Rehabilitación de la Ermita de la Reja
- Adquisición de un inmueble para el Museo Etnológico de Barranda.

[Producto Turístico: "Caravaca Ciudad Santa" + información \(www.caravacajubilar.com\)](http://www.caravacajubilar.com)

Presupuestos ejecutados por la Sociedad "Caravaca Jubilar, S.A." en el proyecto "Caravaca de la Cruz Ciudad Santa"

Presupuestos / años: (en euros)						
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
3.057.135	1.876.923	1.884.392	1.969.856	1.875.472	1.800.000	1.800.000
2010	2011					
1.020.000	1.020.000					

### 9.4 Murcia Cruce de Caminos

Si bien el Consorcio "Murcia Cruce de Caminos" se disolvió a lo largo del año 2012. Por su especial significado en la creación del Producto Turístico Cultural, se ha querido reflejar el contenido principal de su constitución y de su gestión a lo largo de su vigencia.

La Comunidad Autónoma de Murcia y el Ayuntamiento de Murcia constituyeron el Consorcio Turístico "Murcia Cruce de Caminos" en el año 2004, en interés a la mejora de la competitividad turística del municipio de Murcia y su sostenibilidad económica, social y medio ambiental, así como para la gestión de los fines de interés general que le son comunes.

El Consorcio fue una entidad pública de carácter asociativo, con personalidad jurídica propia y distinta de las entidades consorciadas. Coordinará sus actividades y la de sus entes consorciados en las materias que constituyen su objeto, que no es otro que el desarrollo turístico sostenible del municipio de Murcia, tanto en los periodos de estudio, planificación y ejecución de proyectos, como en los de organización y gestión de los mismos.

### Entre sus fines destaca:

- ❖ La realización de actividades orientadas a la dinamización y fomento del turismo en el ámbito territorial del municipio de Murcia.

Tema 9: Grandes proyectos turísticos impulsados por la Administración Regional

- ❖ Las propuestas y realizaciones de cuantas acciones puedan contribuir, directa o indirectamente, a la mejora del producto turístico de Murcia, así como a la creación de otros nuevos.
- ❖ La diversificación de los productos turísticos dotándolos de la calidad adecuada a lo exigido por la demanda.
- ❖ La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura turística de significada calidad.
- ❖ La recuperación y puesta en valor turístico del rico patrimonio cultural y social del municipio
- ❖ La participación en todas aquellas iniciativas que coadyuven al desarrollo y la difusión turística de la ciudad de Murcia.

**En la actualidad el Consorcio Turístico "Murcia Cruce de Caminos" ha iniciado actuaciones como:**

- ❖ La restauración y recuperación de la Fuente de la Virgen, en Algezares.
- ❖ La consolidación, recuperación e interpretación del Santuario y Templo Ibero de La Luz, en Santo Ángel.
- ❖ El cerramiento perimetral del espacio temático de La Luz, en Santo Ángel.
- ❖ La construcción del Sendero Cultural "El Valle", en el Parque Regional de El Valle.
- ❖ La restauración y musealización del Centro de Visitantes de la "Ermita de San Antonio El Pobre ", en Santo Ángel.
- ❖ La construcción y musealización del Centro de Visitantes "La Muralla de Santa Eulalia", en Murcia.
- ❖ La exposición permanente de "La Seda" en el Centro de Visitantes de La Luz, en Santo Ángel.
- ❖ Otras pequeñas inversiones que han permitido enriquecer el espacio temático del "Centro de Visitantes de La Luz".
- ❖ El Proyecto de Señalización Turística y Monumental para la ciudad de Murcia.
- ❖ La redacción del proyecto básico y de ejecución de la musealización de la II fase del Centro de Visitantes de la "Muralla de Santa Eulalia", en Murcia.
- ❖ La ampliación del Proyecto de Señalización Turística y Monumental para la ciudad de Murcia.

Así mismo, bajo el patrocinio del Consorcio Turístico "Murcia Cruce de Caminos", se han efectuado los primeros estudios técnicos conducentes a la recuperación, en su caso, del Castillo de Monteagudo.

**Entre los proyectos que últimamente se han desarrollado por parte del Consorcio se encuentran:**

- ❖ La ejecución del proyecto de construcción del "Centro de Visitantes de San Cayetano", en Monteagudo.
- ❖ La ejecución del proyecto de musealización del Museo de Moros y Cristianos, de Murcia.

La inversión económica que se destinó para la ejecución de los proyectos anteriormente referidos asciende a la cantidad de 2.900.000 €.

Desglose de los Presupuestos ejecutados por el Consorcio, en el proyecto "Murcia Cruce de Caminos"

Presupuestos / años: (en euros)						
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
----	1.260.000	980.000	976.000	980.000	990.000	990.000
2010	2011					
414.000	414.000					

*[Producto Turístico: "Murcia Cruce de Caminos" + información \(www.murciaciudad.com\)](http://www.murciaciudad.com)*

### 10.1 Infraestructuras de Comunicación

- Carreteras
- Ferroviarias
- Aeroportuarias
- Portuarias
- Otras: Estaciones de Autobuses y Taxis

### 10.2 Alojamientos turísticos

- Alojamientos Hoteleros
- Apartamentos Turísticos
- Campings
- Alojamientos Rurales

### 10.3 Establecimientos de Restauración

### 10.4 Proyectos de Ordenación del Territorio

- Directrices y Plan de Ordenación del Litoral
- Diversas actuaciones de interés Regional

### 10.1 Infraestructuras de Comunicación

#### Infraestructuras de Carreteras

La red de carreteras de la Región de Murcia está integrada por vías de ámbito estatal, regional, comarcal y Local. En su diseño, la red de carreteras de la Región reproduce el diseño radial de la red nacional, teniendo como su centro la capital murciana.

La red básica de comunicación por carretera en la Región de Murcia está compuesta por 3.524 Km., de los cuales 557 Km. son competencia del Estado y 2.967 Km. lo son de la Comunidad Autónoma de Murcia (estadísticas del Ministerio de Fomento del año 2014).

<b>RED DE CARRETERAS DE LA REGIÓN DE MURCIA</b>	<b>3.524 kms</b>
Autopistas y autovías	569 kms
Carreteras de doble calzada	93 kms
Resto de la red	2.862 kms
<b>DEPENDIENTES DEL ESTADO</b>	<b>557 kms</b>
Autopistas y autovías	401 kms
Carreteras de doble calzada	13 kms
Resto de la red	143 kms
<b>DEPENDIENTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA</b>	<b>2.967 kms</b>
Autopistas y autovías	167 kms
Carreteras de doble calzada	80 kms
Resto de la red	2.719 kms

Fecha de actualización: 30/09/2014

El epígrafe "Red de carreteras" no incluye las que dependen de los Ayuntamientos y otros Organismos.

Fuente: Ministerio de Fomento. Anuario Estadístico

Siendo los ejes más significativos los siguientes.

- ❖ Autovía Cartagena-Madrid
- ❖ Autovía del Mediterráneo
- ❖ Autopista Cartagena-Crevillente
- ❖ Autovía Cartagena-La Manga del Mar Menor
- ❖ Autopista Venta de la Virgen-San Javier
- ❖ Autovía Águilas-Lorca
- ❖ Autovía Alcantarilla-Caravaca de la Cruz
- ❖ Autovía El Palmar-Alcantarilla
- ❖ Autovía Totana-Mazarrón
- ❖ Autovía Alhama-Campo de Cartagena
- ❖ Autopista Cartagena-Vera
- ❖ Autovía Zeneta-San Javier

### Red de Autovías de la Región de Murcia



### Infraestructuras Ferroviarias

En la Región se encuentran en funcionamiento 260 Km de vías ferroviarias, lo que representa una densidad de 45 Km<sup>2</sup> por cada kilómetro de vía.

En la actualidad, los tramos de mayor relevancia son los siguientes:

- Cartagena-Murcia-Madrid
- Murcia-Alicante
- Murcia-Lorca-Águilas
- Cartagena-Los Nietos

El acceso por tren puede realizarse desde cualquier punto de España a través de Madrid, con trenes diarios, o desde cualquier punto de Europa, vía Barcelona. Las salidas y llegadas tienen lugar en la estación de tren Murcia del Carmen, en Murcia capital.

### Red de Ferrocarril



### Red de Alta Velocidad

La infraestructura ferroviaria se ampliará en breve con la incorporación de la línea de alta velocidad (AVE), lo que constituirá un elemento más de dinamización económica para la Región.

La Región de Murcia va a tener una conexión mediante Alta Velocidad con Madrid, previsiblemente a lo largo del año 2015, objetivo fijado por el actual Plan Estratégico de Infraestructuras y Transporte. El trazado previsto enlazará la Región de Murcia con la línea de Altas Prestaciones de la Comunidad Valenciana (AVE del levante) para llegar a Madrid. Así mismo se encuentra muy avanzado el estudio de los trazados y corredores de continuidad de la red de Alta Velocidad hacia Cartagena y Lorca, con actuaciones previstas de desdoblamiento de las líneas actuales. Con la conexión a la red de Alta Velocidad, las previsiones proporcionan una cifra de demanda superior a 1.5 millones de viajeros al año.

### Principales estaciones ferroviarias de la Región

- Estación de Renfe Águilas
- Estación de Renfe Balsicas-Mar Menor
- Estación de Renfe Cartagena
- Estación de Renfe Cieza
- Estación de Renfe Lorca Sutullena
- Estación de Renfe Murcia El Carmen
- Estación de Renfe Torre Pacheco
- Estación Intermodal de Totana



### Infraestructuras Aeroportuarias

En la Región de Murcia existe un Aeropuerto, el de San Javier, que se encuentra limitado para el movimiento de aeronaves al tener un uso y finalidad fundamentalmente militar y compartir las pistas de aterrizaje con la Academia General del Aire.

Esta situación propicia que el aeropuerto de El Altet, en Alicante, sea utilizado por un gran número de usuarios de la Región de Murcia así como por muchos turistas cuyo destino es la Región de Murcia, como consecuencia de una mayor oferta en vuelos y enlaces, tanto a nivel nacional como internacional.

En 2014, el número de pasajeros que viaja a través del aeropuerto de San Javier ha decrecido, llegándose en ese año a la cifra de 1.095.343, que ha supuesto un porcentaje de reducción en 2014 sobre 2013, del 4,0%.

Principales Compañías Aéreas que vuelan a San Javier Temporada Alta 2014 (Abril-Octubre)		
PAÍS	DESTINO/AEROPUERTO SAN JAVIER	OPERADOR
IRLANDA	BELFAST	JET2.COM
	DUBLIN	RYANAIR
REINO UNIDO	BIRMINGHAM / INTERNACIONAL	RYANAIR
	BLACKPOOL	JET2.COM
	BOURNEMOUTH	RYANAIR
	BRISTOL	EASYJET
	EAST MIDLANDS	JET2.COM / RYANAIR
	EDIMBURGO	JET2.COM
	GLASGOW	JET2.COM
	GLASGOW /PRESTWICK	RYANAIR
	LEEDS/BRADFORD	JET2.COM / RYANAIR
	LONDRES /GATWICK	EASYJET
	LONDRES /LUTON	RYANAIR
	LONDRES /STANSTED	RYANAIR
	MANCHESTER	JET2.COM / RYANAIR
	NEWCASTLE	JET2.COM
BÉLGICA	BRUSELAS /CHARLEROI	<u>JETAIR FLY (TUI AIRLINES BELGIUM)</u>
HOLANDA	EINDHOVEN	RYANAIR
ESPAÑA	MADRID-BARAJAS ADOLFO SUÁREZ	<u>AIR NOSTRUM L.A. MEDITERRANEO</u>
NORUEGA	OSLO / GARDERMOEN	<u>NORWEGIAN AIR SHUTTLE ASA</u>
REPÚBLICA CHECA	PRAGA	CZECH AIRLINES J.S.C. / TRAVEL SERVICES

Pese a los esfuerzos realizados para modernizar las capacidades del aeropuerto de San Javier, son numerosos los estudios que indican la necesidad de la creación de un aeropuerto regional. Es por ello que, en su momento, y a iniciativa de la Administración Regional, se iniciaron los estudios tendentes a elaborar un proyecto para poner en marcha un nuevo aeropuerto comercial en la Región de Murcia. La constitución en el año 2001 de la Sociedad para el desarrollo del nuevo aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, en el área del Campo de Murcia, abre una nueva etapa en el desarrollo de una infraestructura propia de comunicación nacional e internacional.

En el Plan Director del Nuevo Aeropuerto de la Región de Murcia se plantean dos fases: La primera fase o fase inicial tendrá infraestructuras e instalaciones para el tránsito de 1.500.000 pasajeros anuales; la segunda consistirá en dotar las instalaciones necesarias para 3.000.000 de pasajeros anuales. La fecha de inicio de las obras de las infraestructuras de la primera fase fue a partir del año 2008. La obra civil y el equipamiento técnico del Aeropuerto, a día de hoy, están totalmente ultimados.

Dado que la infraestructura aeroportuaria referida es una concesión administrativa realizada a una empresa privada, motivaciones de índole económica y organizativa han propiciado que a día de hoy no se haya abierto esta instalación. Haciéndose difícil predecir la fecha de puesta en funcionamiento de la misma que, en un principio estaba prevista para el segundo semestre del año 2014.

Características del nuevo aeropuerto regional		
	Iniciales	Ampliaciones previstas
Pista Plataforma Edificio Terminal Aparcamiento de vehículos	3.000 X 45m 101.724 m <sup>2</sup> 12.000 m <sup>2</sup> 31.000 m <sup>2</sup>	4.000 (plazas) 145.924 m <sup>2</sup> 19.000 m <sup>2</sup> 52.000 m <sup>2</sup>
	Iniciales	Desarrollo previsible
Aviones por año Pasajeros por año	15.250 1.500.000	29.630 (aviones) 3.000.000 (pasajeros)
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>105.739.086 €</b>

Para más información: ([www.aeropuertosdemurcia.com](http://www.aeropuertosdemurcia.com))

### Infraestructuras Portuarias

El Principal Puerto de la Región de Murcia es el Puerto de Cartagena, el cual ha sido a lo largo de toda su historia, debido a su posición estratégica, referente obligado del tráfico marítimo en el Mediterráneo. En la actualidad se ha consolidado como puerto industrial de primer orden dentro del sistema portuario español, ocupando el sexto puesto en tráfico de mercancías entre los 28 que forman los puertos de interés general en España.

Durante el año 2014 el tráfico de cruceros en el Puerto de Cartagena alcanzó las 109 escalas y los 137.985 pasajeros. Para el año 2015 el Puerto de Cartagena prevé mantener o elevar ligeramente el volumen de cruceristas.

A continuación se ofrece un cuadro comparativo del número de escalas de cruceros y viajeros en el citado Puerto:

Años	Escalas y Pasajeros	
	Escalas	Pasajeros
2006	34	29.337
2007	43	39.799
2008	37	34.985
2009	49	67.916
2010	78	103.402
2011	77	88.650
2012	76	83.917
2013	115	134.278
2014	109	137.985
2015 (Previsión)	103	140.000

Fuente: Autoridad Portuaria de Cartagena

[Puerto de Cartagena + información \(www.apc.es\)](http://www.apc.es)

Puertos Deportivos, Pesqueros y Comerciales			
Nombre	Actividad	Ubicación	Nº de Atrques
Puerto de Águilas	Pesquera Deportiva Comercial	Águilas	150
Dársena Deportiva de Águilas	Deportiva	Águilas	182
Puerto Deportivo Juan Montiel	Deportiva	Águilas	356
Puerto Deportivo de Cabo de Palos	Pesquera Deportiva	Cabo de Palos	205
Puerto de Cartagena	Comercial Pesquera Deportiva	Cartagena	332
Puerto de Escombreras	Deportiva	Cartagena	120
Puerto Deportivo de Dos Mares	Deportiva	La Manga	269
Puerto Deportivo de Islas Menores	Deportiva	Islas Menores (Cartagena)	100
Puerto Deportivo de la Isleta	Deportiva	La Manga	243
Embarcadero, Fondeadero de la Ribera	Deportiva	Santiago de la Ribera (San Javier)	230
Puerto Deportivo de los Alcázares	Deportiva	Los Alcázares	282
Puerto Deportivo de los Nietos	Deportiva	Los Nietos	437
Puerto Deportivo de los Urrutias	Deportiva	Los Urrutias	240
Puerto Deportivo "Mar de Cristal"	Deportiva	Mar de Cristal (Los Nietos)	162

Tema 10: Infraestructuras turísticas

Puerto de Mazarrón	Pesquera Deportiva	Mazarrón	331
Dársena Deportiva de Mazarrón	Deportiva	Mazarrón	207
Puerto Deportivo Tomás Maestre	Deportiva	La Manga	1.519
Club Náutico Villa de San Pedro, Mar Mediterráneo	Deportiva	San Pedro del Pinatar	404
Dársena deportiva Marina de las Salinas, Mar Mediterráneo	Deportiva	San Pedro del Pinatar	206
Club Náutico de Lo Pagán, Mar Menor	Pesquera Deportiva	San Pedro del Pinatar	357
<b>TOTAL</b>			<b>6.332</b>

[Puertos de la Región de Murcia + información \(www.carm.es\)](http://www.carm.es)

### Otras Infraestructuras: Estaciones de Autobuses y Taxis

La necesidad de contar con un transporte público interior se hace imprescindible para aquellos visitantes que han llegado a la Región a través de otros medios de transporte como el ferrocarril, avión o cruceros.

La Región de Murcia cuenta con una infraestructura capaz de conectar las principales ciudades y destinos turísticos, basada en una extensa red de líneas regulares por autocar. A continuación se relacionan las empresas que, actualmente, operan en la Región de Murcia, así como las principales ciudades que cuentan con Estaciones de Autobuses, como infraestructuras de apoyo a este medio de transporte.

Estaciones de Autobuses	Empresas que operan en la Región
Cartagena	Alsa
Cieza	Alsina
Jumilla	Costa Azul
Lorca	Elsa
Los Alcázares	Enatcar
Molina de Segura	Lat Bus
Murcia	Linebus
San Pedro del Pinatar	Trapemusa
Torre Pacheco	Costa Cálida
Yecla	

Según la Dirección General de Transportes y Puertos, de la Consejería de Obras Públicas y Ordenación del Territorio, en 2013 la Región disponía de 1.373 autorizaciones de transporte de viajeros en autobús (1.289 en servicio discrecional y 84 en servicio privado).

Con respecto a los taxis, la Región cuenta con 804 autorizaciones.

El parque de esta categoría de transporte tiene una mayor presencia allí donde la población es mayor, siendo las localidades de Murcia (33,1%), Cartagena (31,8%) y Lorca (6,5%) las que cuentan con un mayor número de unidades.

### 10.2 Alojamientos turísticos

Con el objeto de conocer el nivel y cantidad de los equipamientos en materia de alojamiento y servicios, a continuación se insertan una serie de cuadros con la información referente al

número de alojamientos, plazas y categorías, tanto hoteleros, como Apartamentos Turísticos, Campings y Casas Rurales, así como de Restaurantes y Cafeterías.

### Alojamientos Hoteleros

Alojamientos Hoteleros. (a 31 de diciembre de 2014)		
Zonas	Número	Plazas
AGUILAS	13	765
CARTAGENA	19	1.887
LA MANGA	11	4.651
MAR MENOR	47	4.456
MAZARRÓN	17	715
INTERIOR	71	3.414
MURCIA	37	4.247
<b>TOTAL</b>	<b>215</b>	<b>20.135</b>

### Apartamentos Turísticos

Apartamentos Turísticos. (a 31 de diciembre de 2014)		
Zonas	Número	Plazas
AGUILAS	100	478
CARTAGENA	214	730
LA MANGA	952	4.544
MAR MENOR	984	4.106
MAZARRÓN	199	1.018
INTERIOR	223	715
MURCIA	67	156
<b>TOTAL</b>	<b>2.739</b>	<b>11.747</b>

Apartamentos Turísticos. (a 31 de diciembre de 2014)					
1ª (3 LLaves)		2ª (2 LLaves)		3ª (1 LLaves)	
Establec.	Plazas	Establec.	Plazas	Establec.	Plazas
690	2.724	1.586	7.018	463	2.005

Alojamientos Vacacionales. (a 31 de diciembre de 2014)		
Localidades	Número	Plazas
ABANILLA	1	9
ALHAMA DE MURCIA	6	30
BULLAS	1	6
CARAVACA DE LA CRUZ	1	6
CEHEGÍN	1	5
FORTUNA	17	74
LA MANGA DEL MAR MENOR (San Javier)	26	144
MAZARRÓN	4	21
MOLINA DEL SEGURA	1	6
MORATALLA	11	42
MURCIA	6	12
VILLANUEVA DEL RIO SEGURA	1	5
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>360</b>

### Campings

Campings. (a 31 de diciembre de 2014)		
Zonas	Número	Plazas
AGUILAS	2	366
CARTAGENA	2	1.621
LA MANGA	-	-
MAR MENOR	3	7.726
MAZARRÓN	3	2.524
INTERIOR	8	2.062
MURCIA	1	567
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>14.866</b>

Campings. (a 31 de diciembre de 2014)					
Primera		Segunda		Tercera	
Establec.	Plazas	Establec.	Plazas	Establec.	Plazas
2	6.999	17	7.867	-	-

### Alojamientos Rurales

Alojamientos Rurales. (a 31 de diciembre de 2014)		
Zonas	Número	Plazas
AGUILAS	1	8
CARTAGENA	17	125
LA MANGA	-	-
MAR MENOR	4	24
MAZARRÓN	7	25
INTERIOR	520	3.384
MURCIA	11	75
<b>TOTAL</b>	<b>560</b>	<b>3.641</b>

Total plazas hoteleras y extra-hoteleras en la Región de Murcia: 50.389  
Fuente: Instituto de Turismo (Estadísticas al 31/12/2014)

### 10.3 Establecimientos de Restauración; Restaurantes y Cafeterías

Establecimientos. (a 30 de junio de 2014)		
Zonas	Restaurantes	Cafeterías
AGUILAS	50	7
CARTAGENA	254	101
LA MANGA	108	67
MAR MENOR	387	139
MAZARRÓN	72	24
INTERIOR	620	95
MURCIA	602	144
TOTAL	2.093	577

### 10.4 Proyectos de Ordenación del Territorio

#### Directrices y Plan de Ordenación del Litoral (2004)

El ámbito de ordenación es de 1.856 Km<sup>2</sup>, que representa algo más de un 16% de la superficie regional.

Comprende los ocho municipios costeros del litoral, y dos más en su área de influencia:

- San Pedro del Pinatar
- San Javier
- Los Alcázares
- Cartagena
- La Unión
- Mazarrón
- Lorca
- Águilas
- Fuente Álamo (Más hacia el interior)
- Torre Pacheco (Más hacia el interior)

Esta ordenación abarca los 252 Kilómetros de costa, de los cuales unos 90 corresponden a playas.

La vocación turística de las directrices se ve reflejada en el establecimiento de un mínimo porcentaje de uso turístico en los nuevos desarrollos, que estos se localicen preferentemente más próximos al litoral que las áreas residenciales, en el impulso de la Actuación de Interés Regional de Marina Cope, la regeneración ambiental de la bahía de Portmán y la Sierra Minera.

### **El modelo propuesto en las directrices apuesta por tres pilares básicos:**

- Un desarrollo sostenible
- La mejora de la calidad de vida
- El equilibrio de la estructura territorial

Las Directrices y Plan de Ordenación del Litoral 2004, se apoyan en un conjunto de directrices que se basan en los siguientes aspectos:

- Desarrollo urbanístico de baja intensidad
- Potenciación de una oferta turística de calidad

Para conseguir los objetivos propuestos, se propone la realización de Actuaciones de Interés Regional con las siguientes orientaciones:

- Deben de ser actuaciones emblemáticas dirigidas por el sector público
- Las actuaciones deben ser integrales y respetuosas con el medio ambiente
- Deben potenciar el turismo de calidad

El Modelo de Desarrollo Urbanístico que se plantea se va a desarrollar en base a los siguientes criterios de actuación:

1. Respetar los espacios, catalogados por sus valores ambientales y paisajísticos, excluyéndolos del desarrollo urbanístico.
2. Ocupación, exclusivamente, de los suelos de escaso valor ambiental o paisajístico para el desarrollo turístico y residencial.
3. Destinar gran parte de la superficie de la Actuación de Interés Regional al sistema de espacios libres. Así los jardines y espacios públicos se ajustarán a las características paisajísticas propias de la zona.
4. Dedicar igualmente una gran superficie a zonas deportivas
5. Mínima densidad de edificación residencial con el fin de minimizar el posible impacto sobre el medio natural que pudiera derivarse de esta actividad.

[Directrices y Plan de Ordenación del Litoral de la Región + información](http://www.carm.es) (www.carm.es)

### **Diversas Actuaciones de interés Regional**

#### Actuación en Portmán y Sierra Minera

La Actuación en Portmán y Sierra Minera se considera de carácter estratégico para el desarrollo de la zona y tiene un efecto de mejora territorial que afectará al conjunto del Litoral.



Para su desarrollo se ha declarado una Actuación de Interés Regional en la zona de Portmán y la Sierra Minera. En su día se creó una entidad "Consortio Sierra Minera" con la participación de la Comunidad Autónoma de Murcia y los Ayuntamientos de la Unión y de Cartagena.

Se deberá compatibilizar la eliminación de los riesgos de la minería, la regeneración ambiental de la Bahía de Portmán y la restauración ambiental y paisajística de la Sierra Minera con el desarrollo urbanístico de la zona.

[Consortio Sierra Minera + información \(www.fundacionsierraminera.org\)](http://www.fundacionsierraminera.org)  
[Consortio Sierra Minera \(Estatutos\) + información \(Web de la Consejería de Turismo\).](#)

#### Actuación de interés regional de Marina Cope (1)

La Actuación de Interés Regional de Marina de Cope tiene carácter eminentemente turístico y se promovió por la Consejería competente en la Ordenación del Territorio, en desarrollo de las Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia, aprobadas por Consejo de Gobierno mediante acuerdo de 18 de Junio de 2004.

El nuevo marco de accesibilidad propuesto en las Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia conlleva un cambio radical en la accesibilidad del litoral sur occidental basado en las siguientes actuaciones:

- Nuevo aeropuerto internacional cuya Actuación de Interés Regional fue declarada por Consejo de Gobierno mediante acuerdo de 18 de marzo de 2004.

- Autopista Cartagena-Vera
- Vía de conexión entre el aeropuerto internacional y la autopista Cartagena-Vera.
- Acceso en Alta Velocidad a Murcia y Cartagena y conexión con Águilas
- Mejora de la conexión viaria de Lorca con su litoral

El Cambio radical que supondrán todas estas actuaciones debe ser aprovechado para equilibrar el territorio, no solo desde el punto de vista de accesibilidad, sino también desde su desarrollo económico.

La principal razón de esta intervención radica en la puesta en valor turístico del litoral Sur Occidental de la Región de Murcia, siguiendo un modelo de desarrollo de calidad y sostenible, para que supere la tendencia presente en otros tramos de la costa murciana.

En este sentido, se fomenta la actuación de Interés Regional de Marina de Cope como:

- Una actuación emblemática promovida por la Administración Regional
- Una actuación integral y respetuosa con el medio ambiente.
- Una actuación potenciadora del turismo de calidad con base en una oferta hotelera importante versus la oferta residencial vacacional actualmente existente en la zona, como una oferta complementaria que posibilite una utilización y explotación de los recursos a lo largo de todo el año.

Para su gestión se ha creado un Consortio denominado "Consortio Marina Cope", que está liderado por la Consejería de Turismo e integrado por la Administración Regional y los ayuntamientos de Lorca y Águilas, así como por los empresarios involucrados como consecuencia de la propiedad de estos espacios.

Se delimita un ámbito con una superficie aproximada de 21.276.621 m<sup>2</sup>, equivalente a más de 2.100 hectáreas, con seis kilómetros de frente litoral, emplazándose en los términos municipales de Águilas (14.4343.658 m<sup>2</sup>) y Lorca (6.841.963 m<sup>2</sup>).

**Entre los equipamientos previstos destacan:**

- Proyección de una Marina Deportiva para 1.500 ó 2.000 puntos de amarre
- Cinco campos de Golf aptos para competición
- Un Centro de Alto Rendimiento Deportivo
- Campos de fútbol
- Club de tenis y pistas deportivas
- Piscinas
- Parques acuáticos
- Centro para actividades náuticas y subacuáticas
- Zona de Hípica
- Campo de polo
- Centros comerciales y de ocio
- Centros de Congresos
- Equipamientos sanitarios
- Otros equipamientos sociales, culturales, administrativos y vigilancia privada
- Construcción de unos 20 hoteles (aproximadamente)
- 10.000 plazas en aparta-hoteles

**Más información sobre el proyecto "Marina de Cope"**

[Consejería de Turismo + información \( www.carm.es\)](http://www.carm.es)

[Desarrollo Sostenible + información \(www.carm.es\)](http://www.carm.es)

*(1) En la actualidad esta actuación está paralizada por una sentencia del Tribunal Supremo que paralizaba las actuaciones previstas en el plan de ordenación y desarrollo del proyecto "Marina de Cope", sin que se tenga constancia del tiempo que va a tardar en resolverse esta situación y si el proyecto va a continuar su tramitación.*

### **11.1) Conclusiones del diagnóstico**

#### **11.2) Ejes Estratégicos**

**11.2.1 Eje 1- Gestión y coordinación de Destinos Turísticos.**

**11.2.2 Eje 2-Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos**

**11.2.3 Eje 3- Nuevas formas de Promoción y Comunicación.**

**11.2.4 Eje 4- Nuevas estrategias de INNOVACIÓN.**

#### **11.3) Plan de Actuación**

**11.3.1 Gestión y coordinación de Destinos Turísticos**

**11.3.2 Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos**

**11.3.3 Nuevas formas de Promoción y Comunicación**

**11.3.4 Nuevas Estrategias de INNOVACIÓN**

El continuado dinamismo y la capacidad de transfiguración del sector turístico han hecho que – tras haber finalizado el *Plan Director de Turismo de la Región de Murcia (2006/2012)*- se hayan tenido que tomar una serie de decisiones tendentes a acomodar la gestión del turismo en la Región de Murcia, con el objeto de dar respuesta a una serie de demandas de los turistas que han propiciado, de una forma imparable y progresiva, adaptar determinados conceptos, objetivos y procedimientos claves para la consecución de una política turística en consonancia con esta realidad.

En tal sentido, a finales del año 2010 se dio a conocer un estudio elaborado por la Consejería de Cultura y Turismo del Gobierno Regional de Murcia, denominado "*Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia*". Este estudio vino a analizar la situación en la que se encontraba nuestra Región en cuanto a la aplicación del *Plan Director*, entonces en vigor y la posibilidad de acomodación a la nueva coyuntura, adaptando aquellos aspectos que fueran necesarios y desarrollando una serie de *Líneas Estratégicas* que son las que, a continuación, se van a desarrollar en este tema.

## **11.1 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO**

### **La realidad del sector turístico**

El ya aludido estudio "*Estrategias de Desarrollo Turístico de la Región de Murcia*" asevera en las conclusiones del diagnóstico que el turismo español mantiene una posición de liderazgo internacional, ocupando en el *ranking* mundial puestos destacados, tanto en la cifra de turistas como en la de ingresos.

Para que siga desempeñando este papel generador de riqueza, el sector turístico debe afrontar una serie de retos:

- El incremento de la competencia internacional.
- Los cambios de una demanda cada vez mas segmentada y especializada
- Los nuevos canales de promoción y comercialización
- La rigidez en la estructura de costes productivos; etc.

En la actualidad, la economía española se enfrenta a una situación de crisis económica que está haciendo mella en sus principales indicadores macroeconómicos: IPC negativos, ininterrumpida pérdida de empleos, y crecimientos PIB negativos,...

En el caso de la Región de Murcia, la situación es totalmente trasladable a la identificada a nivel nacional.

Incluso se considera más acentuada en aquellos territorios, como es el caso de la Región de Murcia, dónde el peso del turismo en la economía es significativo o en el caso de los territorios con una mayor dependencia en su economía del sector turístico.

### Debilidades del sistema turístico

El sistema turístico presenta determinados problemas derivados, en algunos casos, de la falta de adaptación a las necesidades de la demanda, cada vez más exigente y en consonancia con los avances tecnológicos y la presencia e incidencia, cada vez más acusada, de las TIC,s.

También se han detectado problemas de sostenibilidad derivados del desarrollo urbanístico, como;

- Dificultad para atraer y retener los mejores profesionales, hecho determinante de la calidad percibida del servicio.
- Baja cualificación de los recursos humanos asociada a la alta eventualidad del empleo en el sector. La tasa de estabilidad en el empleo es del 64 %.
- Gestión inadecuada del conocimiento y de la innovación en el sector, como base de la gestión de empresas y destinos turísticos. Necesidad de modernización e innovación de las TIC,s y la aplicación de estas tecnologías a la gestión empresarial como pieza clave para enfrentarse a la competencia.
- Nuevas estructuras de negocio
  - Cambio del perfil del turista hacia España y sus pautas de comportamiento.
  - Aparición de nuevos actores y sistemas de relación.
  - Adaptación de los sistemas de gestión de las empresas turísticas españolas al nuevo entorno.
  - Pérdida de control sobre los canales de venta. Gran fuerza de los distribuidores on-line.

Tras los resultados y análisis de estas conclusiones, se ha analizado la situación actual de los diversos Productos Turísticos identificados en la Región de Murcia y cuya situación competitiva es la siguiente:

- **Turismo Eno-gastronómico** (poca importancia, gran potencia).
- **Rural** (importancia media, potencial medio).
- **Negocios** (importancia media, potencial bajo).
- **Cultural, Patrimonial** (importancia media, gran potencia).
- **Sol y Playa norte** (importancia alta, potencial alto).
- **Sol y Playa sur** (importancia media, potencial bajo).
- **Náutico** (importancia media, gran potencial).
- **Salud** (importancia media, gran potencia).
- **Pesca Turismo** (poca importancia, gran potencia).
- **Industrial** (poca importancia, gran potencial).
- **Golf** (poca importancia, gran potencia).
- **MICE** (importancia media, potencial medio).
- **Turismo Religioso** (importancia alta, alto potencial).
- **Turismo Idiomático** (importancia baja, potencial medio).
- **Turismo Naturaleza Activo** (importancia baja, potencial medio).
- **Turismo de Grandes Eventos** (importancia media, potencial bajo).

### **Formulación Estratégica**

Existe una clara percepción en el sector turístico regional de que su tratamiento por parte de las administraciones públicas no está acorde con el que corresponde al primer sector económico de la Región y de que el ajuste presupuestario derivado de las medidas de contención del déficit público le está afectando gravemente, ahondando en el diferencial promocional que se percibe respecto de otras regiones limítrofes.

El turismo tiene importantes carencias de carácter estructural. Junto a las limitaciones empresariales para el desarrollo de la innovación empresarial y la reducida dimensión de muchas de sus unidades productivas, coexistiendo importantes deficiencias organizativas y de vertebración del sector empresarial. Asimismo, la gestión de los diferentes destinos turísticos que configuran el mapa regional, presenta importantes déficits. A pesar de contarse con una manifiesta vocación de diálogo entre Administración y organizaciones empresariales, y una dimensión regional, tanto física como social, que facilita la interacción y el consenso público-privado, los foros de encuentro, que son abundantes, no han llegado a ejecutar, en su integridad, los resultados de sus deliberaciones.

En el ámbito externo, se están produciendo cambios radicales en el modelo de negocio turístico, abarcando todo el ámbito de su cadena de valor, desde la concepción del servicio, su prestación y la relación con el cliente.

Conviene señalar, por otra parte, que la Región ha sido pionera en el desarrollo de iniciativas innovadoras de cooperación empresas-administración, tanto en el ámbito de la puesta en marcha de productos turísticos o la construcción de equipamientos, como en el diseño y puesta en marcha de herramientas de comercialización avanzadas.

También se debe destacar que las carencias seculares en infraestructuras de comunicación que ha sufrido la Región, están en camino de ser superadas. El nuevo aeropuerto internacional, sin limitaciones horarias y con una clara orientación a las necesidades de las compañías "low cost", será una realidad operativa muy pronto. Con la puesta en marcha de este equipamiento y los avances ya conseguidos en infraestructuras terrestres, la accesibilidad de la costa norte y la costa sur, con uno de los mayores potenciales de desarrollo turístico sostenible de Europa, será un hecho para cualquier turista del viejo continente.

En este contexto, cabe formular un nuevo marco propositivo a medio plazo, consistente con la planificación estratégica que, partiendo de los condicionantes del entorno y de las características estructurales del sector, establezca los vectores para el desarrollo de ventajas competitivas del conjunto del turismo regional.

Se debe mantener la ambición de hacer más, aún con menos recursos, derivados de un escenario presupuestario fuertemente restrictivo a medio plazo. Habrá que mirar hacia el sector privado, buscando mecanismos de financiación mixtos y contemplando la prestación de servicios a las empresas con modelos mixtos. Servicios que, necesariamente, deberán de ser de alto valor añadido, resultado de vincular capacidades públicas y capacidades privadas, y en los que las tecnologías de la información y la comunicación tendrán un papel relevante en la búsqueda de la eficiencia. La capacitación y la reorientación de los profesionales públicos se harán imprescindibles en aras de la consecución de este empeño.

La consideración de las empresas turísticas como clientes debe venir acompañada de un tratamiento diferencial para cada segmento empresarial, lo que hará imprescindible la implantación de herramientas adecuadas de gestión racional con el cliente.

La interacción de alojamiento con actividad, de sector turístico con sectores vinculados, de oferta con demanda, de acción pública y privada, de conocimiento e innovación, de cooperación y rivalidad; genera un entramado competitivo donde se producen externalidades desde el entorno hacia las empresas, consiguiendo elevar el nivel de competitividad del conjunto, apostando por una decidida lectura *cluster*. Conseguir la armonía de este entramado, solo es posible desde una decidida acción política de liderazgo y desde la adopción de un clima contundente de partenariado público-privado (PPP).

El cambio profundo en el entorno del negocio turístico debe transformarse en oportunidad para la Región. Hay que transformar el retraso en competitividad. La nueva economía "democratiza" la relación con el cliente como nunca antes se podría haber imaginado. La posibilidad de segmentar oferta y demanda convierte en obsoleto el "turismo de masas". El consumidor acorta la duración de su estancia, se "escapa" más veces, está dispuesto a gastar más dinero, pero exige descubrir nuevas sensaciones en un entorno económico y medioambiental sostenible, y con un equilibrio sociocultural adecuado.

Estrategias Desarrollo Turístico de la Región de Murcia 2010 / 2015 [+ información](#) (Portal [murciaturistica.es](http://murciaturistica.es))

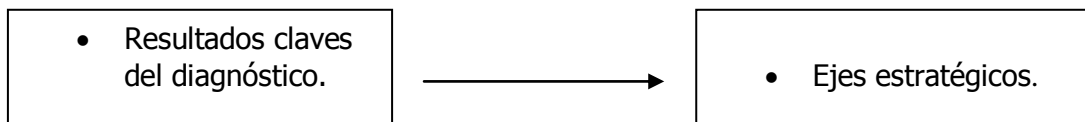
## 11.2 EJES ESTRATÉGICOS

Consecuencia de la formulación estratégica anterior, y como resultado de las claves del diagnóstico, se proponen una serie de *Ejes Estratégicos* cuya

**Misión:** Es conseguir que el turismo sea la principal actividad económica de la Región de Murcia en base al modelo respetuoso con los valores de la sociedad murciana y los intereses del visitante, y cuya

**Visión:** es contemplar el turismo como una industria donde tienen la máxima importancia:

- La mejora en la gestión
- La sostenibilidad del modelo
- La mejora de la competitividad de las empresas y los destinos murcianos.



### EJES ESTRATEGICOS:

Estos son los cuatro *Ejes Estratégicos* sobre los que va a pivotar la gestión turística en la Región de Murcia, en los próximos años:

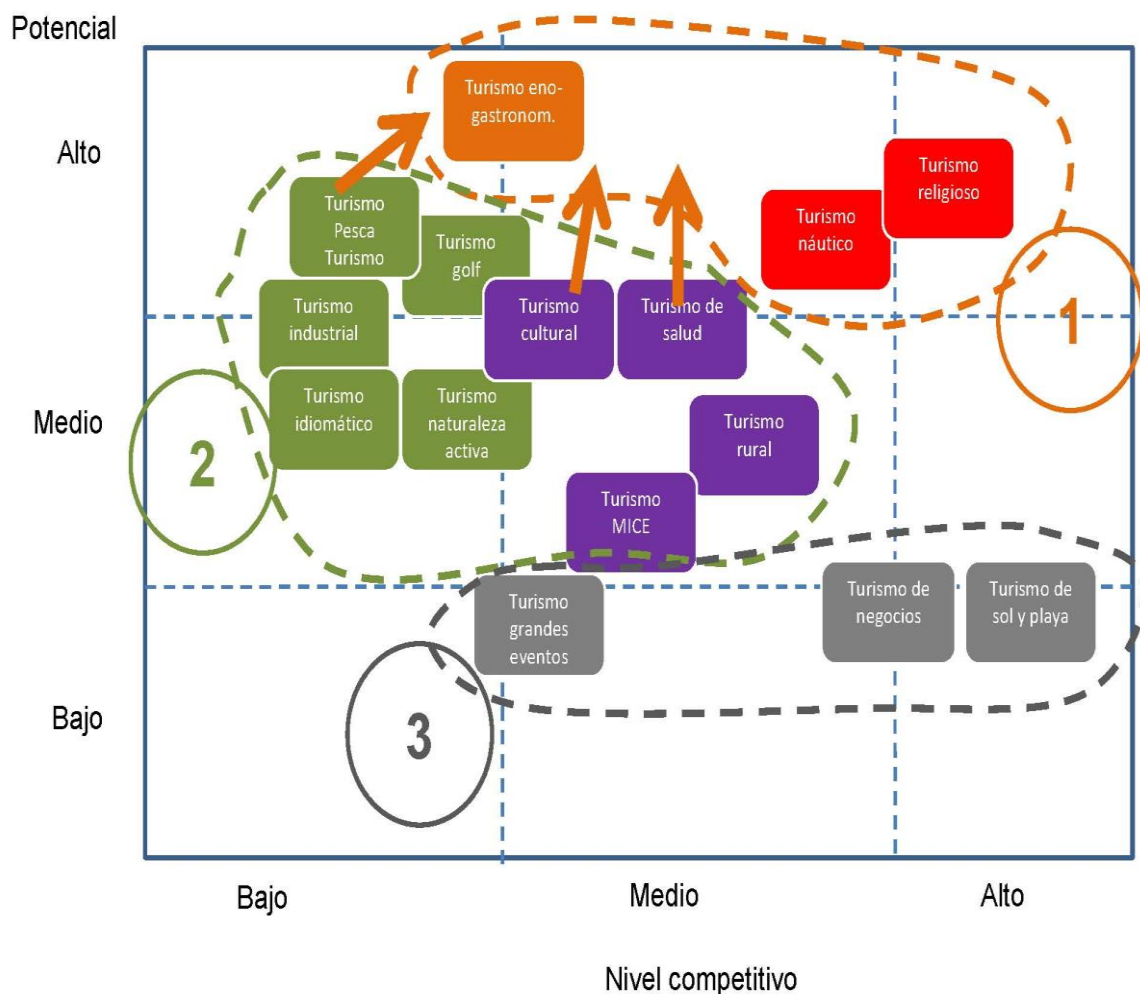
1. Gestión y coordinación de Destinos turísticos.
2. Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos.
3. Nuevas formas de Promoción y Comunicación.
4. Nuevas estrategias de INNOVACIÓN.

El cuarto eje estratégico denominado *Nuevas estrategias de INNOVACIÓN en el Sector Turístico*, se ha identificado merced a un estudio realizado recientemente en colaboración con el Instituto de Fomento (INFO), denominado **Estrategia de Innovación para el Sector Empresarial Turístico de la Región de Murcia**, mediante el cual se identifican una serie de acciones encaminadas a potenciar la *innovación* en el turismo basadas en la cooperación y vertebración del sector, la orientación a las empresas, la innovación en el destino y el desarrollo del conocimiento.

**11.2.1) EJE 1.- Gestión y Coordinación de Destinos Turísticos: alternativas de modelos:**

1. Aprovechar la oportunidad de convertir la Región de Murcia en un modelo de gestión integral que se distinga de otros modelos competidores.
2. Impulsar el desarrollo de modelos de gestión de destinos que incorporen al sector privado.
3. Diseño y potenciación de los clubs de producto y/o entes de gestión de cada uno de los productos considerados como prioritarios y encajar estructuras de gestión específicas por producto.
4. Aplicar innovaciones tecnológicas y no tecnológicas en los nuevos modelos de organización de destinos.

**11.2.2) EJE 2.- Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos: Productos Prioritarios:**



1. Diseño de Planes de revitalización para propuestas ya consolidadas y en proceso de maduración.
2. Potenciación de aquellos productos turísticos prioritarios.
3. Aprovechar y mantener aquellos productos de prioridad media.
4. Gestionar aquellos productos de prioridad baja.
5. Actuar en las propuestas turísticas a través de los Clubs de Producto.
6. Diseñar un sistema de trabajo que permita la especialización de cada zona con su producto de referencia y el mestizaje entre los productos para enriquecer el destino en su conjunto.
7. Desarrollar un primer *cluster* turístico: se propone el *cluster* náutico como proyecto piloto que permita luego extender este *expertise* a otros productos entre los prioritarios.

### 11.2.3) EJE 3. Nuevas formas de Promoción y Comunicación

1. Potenciar el desarrollo de herramientas integrales de Marketing: **proyecto NEXO**. Dotándolo además de servicios que permitan su máximo aprovechamiento.
2. Priorizar el marketing online y marketing relacional respecto de otros que no permitan acciones enfocadas.
3. Búsqueda de fórmulas de Partenariado en las acciones de marketing.

Proyecto **NEXO + información** (fichero adjunto...)

### 11.2.4) EJE 4. Nuevas estrategias de INNOVACIÓN:

El estudio denominado "*Estrategias de Innovación para el Sector Empresarial Turístico de la Región de Murcia*" identifica que, al igual que en el resto de España, **las empresas murcianas se plantean innovar en sus negocios con la intención de mejorar el servicio al cliente**. Asimismo, la reducción de costes, el incremento de ventas, el incremento de la productividad y de la fidelidad de los clientes son los otros aspectos destacados.

En cambio cuando se analizan qué factores se consideran como las principales **barreras a la innovación** en su empresa, las empresas murcianas difieren del resto de empresas españolas en cuanto a que su problemática se centra en los **costes**: los **directos** y los de la **financiación de los proyectos innovadores**. En el caso del resto de España, la problemática se centra en la visión conservadora del empresariado y en las características de las estructuras departamentales que impiden una mejor dedicación a proyectos innovadores.

**Este aspecto tiene una especial relevancia en cuanto a que muestra una actitud más emprendedora del sector murciano que la del resto de España.**



- El esfuerzo innovador de los empresarios murcianos, tanto en recursos como en tiempo, es notablemente mayor que en el resto de España. Este factor encaja con el resto del cuestionario y a priori aporta aspectos coherentes. Aunque no se considere la variable absoluta como prioritaria si que se considera válida la mayor priorización e interés dirigido a políticas innovadoras en sus empresas por parte de los alojamientos murcianos.

**Los ámbitos sobre los que más se ha innovado en Murcia** han sido:

- Aspectos relacionados con la publicidad
- Aspectos relacionados con la posibilidad de realizar reservas
- Marketing y ventas
- Calidad y sistemas de gestión
- Operatividad de la recepción, con el *front-office*.

Aquí se identifican diferentes prioridades con el resto de España, aunque el concepto agrupado de "*reservas+marketing+publicidad*" es el prioritario para el conjunto de empresas españolas. En épocas como las actuales en las que las crisis de demanda afectan de manera muy directa a las empresas, la preocupación del empresario se centra en controlar el gasto y vender más.

- Coherentemente con las preocupaciones los empresarios focalizan sus esfuerzos innovadores en todo aquello que:
  1. Les pueda facilitar incrementar las ventas (webs, redes sociales, motores de reservas, *Revenue Management*, creación de CRM,...) y
  2. Les pueda ayudar a reducir costes (modelos de externalización de servicios, programas informáticos de gestión integral en empresa, sistemas de reducción de costes energéticos y respetuosos con el medio ambiente, sistemas de calidad...
- En cuanto a las **nuevas tecnologías**, se han empleado en mejorar y potenciar las relaciones con el **cliente**, **proveedores**, otras **administraciones** y con la **propia empresa**:
  1. Relación con el cliente (comercialización, promoción, distribuciones, atención al cliente, programas de fidelización, programas orientados al desarrollo de aplicaciones 2.0...)
  2. Relación con los proveedores (consultas de precios, mayoristas, distribuciones, solicitud de presupuestos...)
  3. **Gestión interna** (tareas burocráticas, gestión de estándares de calidad...)
  4. **Relación con otras entidades**.
- No hay diferencias significativas en el número de elementos tecnológicos (teléfonos móviles, ordenadores y conexiones a internet) con respecto al resto de España.
- Cuando se valoran las diferencias entre los distintos productos analizados (Costa-Náutico, Cultural, Rural-Activo, Congresos, Golf y Salud) se observan que las diferencias no provienen por el producto trabajo, sino por la tipología y las características de la empresa analizada.

Es decir, que las empresas son más innovadoras cuanto mayor es la organización en la que trabajan (cadena hotelera, establecimiento turístico de gran capacidad) en contra de las unidades empresariales pequeñas.

Una segunda variable que también incide en un mayor nivel de innovación es la edad y formación del empresario.

- Aquellos negocios turísticos de pequeño tamaño gestionados por empresarios que se han incorporado al sector por "vías indirectas" (subvenciones para la creación de alojamientos turísticos y otros) se configuran como gestores de bajo nivel de preparación y profesionalidad.
- Por tanto, las principales variables que podrían ayudar a **clasificar los negocios turísticos** entre su actitud **frente a la innovación** serían:
  - **Tamaño de la unidad de negocio o de la organización**
  - **Cultura empresarial**
  - **Nivel de formación**
- El análisis de los resultados por tipología de alojamiento no aporta conclusión significativa, debido, sobre todo, a la poca base en algunos de los colectivos analizados.
- Desde el punto de vista cualitativo, se podría realizar la siguiente clasificación, con todas las matizaciones que se generan por el hecho de agruparlos en estas categorías:



Estrategia de Innovación para el Sector Empresarial Turístico... [+ información](#) (Portal murciaturistica.es)

### 11.3 PLAN DE ACTUACION

De los distintos trabajos realizados y que se presentan en los documentos adjuntos y sus anexos, se desprenden una serie de actuaciones que se agrupan en 4 grandes líneas de trabajo:

- 1.- Gestión y coordinación de Destinos Turísticos.
- 2.- Potenciación, revisión y creación de nuevos Productos Turísticos.
- 3.- Nuevas formas de Promoción y Comunicación
- 4.- Nuevas Estrategias de INNOVACIÓN

### 11.3.1.- Gestión y Coordinación de Destinos Turísticos:

#### ***1.- Aprovechar la oportunidad de convertir la Región de Murcia en un modelo de gestión integral, que se distingue de otros modelos competidores:***

- a) Optimizando las sinérgias entre todos los actores que participan del destino en todos los aspectos de la gestión, planificación, comercialización, promoción, etc.
- b) Incorporando una visión *Cluster*.
- c) Donde cada producto y/o zona geográfica concreta actúe como "unidad de negocio" relacionada con el resto del territorio y que contribuya a la generación del valor para el conjunto, trabajando de forma coordinada según la planificación definida de forma conjunta.

#### ***2.- Impulsar el desarrollo de modelos de gestión de destinos que incorporen el sector privado.***

- a) Buscar fórmulas de participación privada en la gestión de dotaciones y servicios para el sector.
- b) Potenciar la gestión de productos turísticos, desde una óptica empresarial, en colaboración con el sector público.

#### ***3.- Crear / Potenciar los clubs de producto y/o entes de gestión de cada uno de los productos considerados como prioritarios y así poder encajar estructuras de gestión específicas por producto.***

#### ***4.- Aplicar innovaciones tecnológicas y no tecnológicas en los nuevos modelos de organización de destinos.***

### 11.3.2.- Potenciación, Revisión y Creación de nuevos Productos Turísticos:

#### ***1.- Diseño de Planes de revitalización para propuestas ya consolidadas y en proceso de maduración:***

- Lorca Taller del Tiempo
- Caravaca Ciudad Santa
- Mar Menor y La Manga
- Estación Náutica Mar Menor-Cabo de Palos

#### ***2.- Potenciación de aquellos productos turísticos prioritarios. Se priorizan una serie de productos que tienen a la vez recorrido potencial, generan valor y contribuyen al posicionamiento del destino***

- a) **Producto náutico**, como producto muy diferenciador del destino.
- b) **Producto eno-gastronómico**, por ser un producto muy transversal y con carácter prioritario a nivel estatal.
- c) **Producto Religioso**
- d) **Producto de pesca turismo**: Hay una oportunidad de ser líder (pionero) en un producto que tiene continuidad y buenas sinérgias con el producto náutico ya consolidado.
- e) **Producto salud**, que tiene sinérgias con la gastronomía y aprovecha el "clima" de Murcia y también tiene una gran transversalidad.
- f) **Turismo cultural**, no como complemento, sino como entidad propia.

***3.-Aprovechar y mantener aquellos productos de prioridad media. Productos que aunque no se han considerado prioritarios a nivel estratégico aportan un nivel muy interesante para el destino.***

- a) **Turismo de Golf**, como producto con un alto nivel de gasto e impacto económico en el sector
- b) **Turismo industrial**, como una apuesta innovadora, interesante de futuro.
- c) **Turismo idiomático**, como un destino desestacionalizador y complementario con las otras propuestas.
- d) **Turismo de Naturaleza Activa**, como un producto vertebrador del territorio.
- e) **Turismo MICE**, como una actividad con un elevado efecto multiplicador en el sector.
- f) **Turismo rural**, como un complemento necesario para las zonas de interior.

***4.- Gestionar aquellos productos de prioridad baja. Propuestas ya maduras o que muestran una baja rentabilidad turística.***

- a) **Turismo de Grandes Eventos**, propuestas que necesitan de una evaluación de rentabilidad económica y de su impacto en el sector.
- b) **Turismo de Negocios**, actividad condicionada por el mayor o menor desarrollo de otros sectores ajenos al sector turístico.
- c) **Turismo de Sol y Playa**, producto maduro y que representa la mayor masa crítica de la Región.

***5.- Gracias a la gestión de los Clubs de Producto:***

- a) Trabajar en el diseño de las características diferenciales para maximizar el éxito de los servicios de cada producto y servicios a potenciar.
- b) Crear los sistemas necesarios para garantizar la máxima calidad de las prestaciones y servicios.

***6.- Diseñar un sistema de trabajo que permita la especialización de cada zona con su producto de referencia y el mestizaje entre los productos para enriquecer el destino en su conjunto.***

- a) Trabajar en la preparación del factor humano en cada zona para la gestión de los productos y desarrollo de las actividades asociadas.
- b) Buscar propuestas innovadoras en el portafolio de productos para renovar la potencia y la ilusión del sector.
- c) Considerar la creación de productos que permitan "llegar" al mercado residente "cautivo".
- d) Crear las condiciones para el desarrollo del I+D+I en torno a la generación de productos y servicios.

**7.- Desarrollar un primer "cluster" turístico: se propone el "clúster" náutico como proyecto piloto que permita luego extender este "expertise" a otros productos entre los prioritarios.**

### **11.3.3.- Nuevas formas de Promoción y Comunicación.**

**1.- Potenciar el desarrollo de herramientas integrales de Marketing: "Proyecto NEXO", dotándolo además de servicios que permitan su máximo aprovechamiento:**

- a) Crear la figura de "Internet Marketing Manager".
- b) Dotarse de un gabinete de prensa.
- c) Implantar un gestor de reputación Online (e-quality manager) poniendo enfoque en la satisfacción del cliente y la futura recomendación.

**2.- Priorizar el marketing online y mk relacional respecto a otros que nos permitan acciones enfocadas:**

- a) Desarrollar un nuevo proceso de segmentación centrado en el consumidor.
- b) Elaborar planes de comunicación por producto y por segmento.
- c) Incorporar las motivaciones más específicas utilizadas en el desarrollo de productos para las acciones de comunicación y comercialización
- d) Trabajar en herramientas que permitan evaluar el coste-beneficio del plan de marketing.

**3.- Búsqueda de fórmulas de Partenariado en las acciones de marketing.**

- a) Apostar por campañas cruzadas.
- b) Apostar por la generación de información a través de eventos especialmente diseñados para reforzar el posicionamiento del destino.

### **11.3.4.- Nuevas Estrategias de INNOVACIÓN.**

En el marco de la "Estrategia de Innovación para el Sector Turístico Empresarial de la Región de Murcia" se han planteado una serie de actuaciones que, a continuación se definen:

- **Actuación 1:** Creación del marco de trabajo de la innovación en la Región de Murcia.
- **Actuación 2:** Desarrollo de la Red de Redes.
- **Actuación 3:** Campaña de nuevos talentos.
- **Actuación 4:** Foro del innovador turístico.
- **Actuación 5:** Incorporar la Red de Cooperación Regional al Sector Turístico.
- **Actuación 6:** Incorporar el concepto de pre-innovación para las empresas: cheque innovación.
- **Actuación 7:** Puente a las tecnologías. Incorporación de Nuevas Tecnologías TIC al sector turístico.
- **Actuación 8:** Experiencias piloto.
- **Actuación 9:** Definición de un Mapa de Nuevas Tecnologías.
- **Actuación 10:** Gestión de destinos.
- **Actuación 11:** Nuevos productos turísticos.
- **Actuación 12:** Nuevas formas de promoción.
- **Actuación 13:** El Medioambiente como factor de competitividad.

- **Actuación 14:** Manual del innovador del Destino.
- **Actuación 15:** Apuesta por la Gestión del Conocimiento.
- **Actuación 16:** Identificación de nuevas fuentes de innovación.

De estas 16 actuaciones se destacan dos grupos de proyectos:

**Proyectos con mayor importancia y prioridad (de implementación institucional)**

- **Actuación 12:** *Nuevas formas innovadoras de promoción, que tengan en cuenta el comportamiento del consumidor en Internet.*
- **Actuación 10:** *Potenciación de la estructura de Gestión de los Destinos (Vía innovación).*
- **Actuación 11:** *Nuevos productos turísticos. Revisión de los productos turísticos tradicionales para adaptarlos a las nuevas tendencias y desarrollo de nuevos productos (industrial, eno-gastronómico...).*

**Proyectos con mayor participación empresarial**

- **Actuación 7:** *Puente a las tecnologías. Incorporación de Nuevas Tecnologías TIC al sector turístico.*
- **Actuación 6:** *Incorporar el concepto de pre-innovación para las empresas: cheque innovación.*
- **Actuación 4:** *Foro del innovador turístico, aportando proyectos experiencias turísticas innovadoras de dentro y fuera de la Región.*

- 12.1 El impacto económico del Turismo**
  - 12.1.1 El PIB Turístico**
  - 12.1.2 Aportación del Turismo al PIB Regional**
  - 12.1.3 Efectos directos e indirectos del Turismo**
- 12.2 El impacto del Turismo en el empleo**
- 12.3 Análisis de la Demanda Turística**
  - 12.3.1 Afluencia de visitantes y estacionalidad**
  - 12.3.2 Flujos Turísticos**
  - 12.3.3 Mercados emisores**
    - 12.3.31 Mercados Nacionales**
    - 12.3.32 Mercados Internacionales**
  - 12.3.4 Afluencia según motivaciones**
- 12.4 Análisis de la Oferta Turística**
  - 12.4.1 Oferta de Alojamiento Colectivo**
  - 12.4.2 Oferta de Alojamiento Privado**
  - 12.4.3 Oferta Complementaria**
- 12.5 Conclusiones y Resultados**

## La Cuenta Satélite de Turismo de la Región de Murcia

La evolución de la situación económica en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia en los últimos años parece apuntar una tendencia a un cambio estructural cuya manifestación más importante es el mayor y creciente peso y relieve que van cobrando las actividades terciarias. En este sentido, el sector turístico viene manteniendo un crecimiento sostenido en los últimos años, habiéndose convertido en un importante pilar de la economía regional. La fortaleza mostrada por la economía turística, especialmente en tiempos de crisis, frente a otros sectores más tradicionales pone de manifiesto sus importantes expectativas de futuro. Es por esto y por su alta inter-operatividad con el resto de sectores productivos que este sector esté llamado a ser uno de los motores que dinamice la economía regional, contribuyendo de este modo a la creación de empleo.

Dentro de este contexto, las estrategias de desarrollo del sector, así como la toma de decisiones en los ámbitos público y privado requieren de un conocimiento objetivo y preciso de la realidad. Dada la situación de partida de escasez de fuentes de información apropiadas, la Consejería de Turismo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia elabora la Cuenta Satélite de Turismo cuyos principales resultados para el año 2013 se avanzan en este tema. El objetivo de la Contabilidad Satélite es dotar al turismo regional de un instrumento permanente que permita conocer, sobre todo, cómo es, cómo funciona la actividad turística y cuál es su aportación a la formación de las grandes magnitudes económicas regionales.

Además de identificar la importancia del turismo, así como su efecto multiplicador sobre el contexto social y económico, la información suministrada por la Cuenta Satélite, permite detectar situaciones de conflicto o desequilibrios en el territorio, contribuyendo así a evitar la pérdida de atractivo y competitividad turística.

Por último, cabe señalar que detrás del cálculo de los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo de la Región de Murcia está el compromiso y el esfuerzo por cumplir fielmente con las

recomendaciones de la metodología internacional aprobada por la Comisión de Estadística de la Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo, lo que garantiza la comparabilidad de los mismos, tanto con los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo de España del Instituto Nacional de Estadística (INE) como con los estudios de impacto económico de otras comunidades autónomas.

## 12.1 EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

### 12.1.1 El PIB Turístico

El turismo desempeña un papel muy relevante en la economía de la Región de Murcia. Contribuye al desarrollo de las actividades más vinculadas a los turistas pero, a su vez, tiene un efecto motor en el desarrollo del resto del tejido productivo regional. Incentiva la inversión de las empresas residentes, atrae a la inversión foránea, puede ayudar a impulsar las infraestructuras y es, desde luego, un importante generador de divisas y empleo.

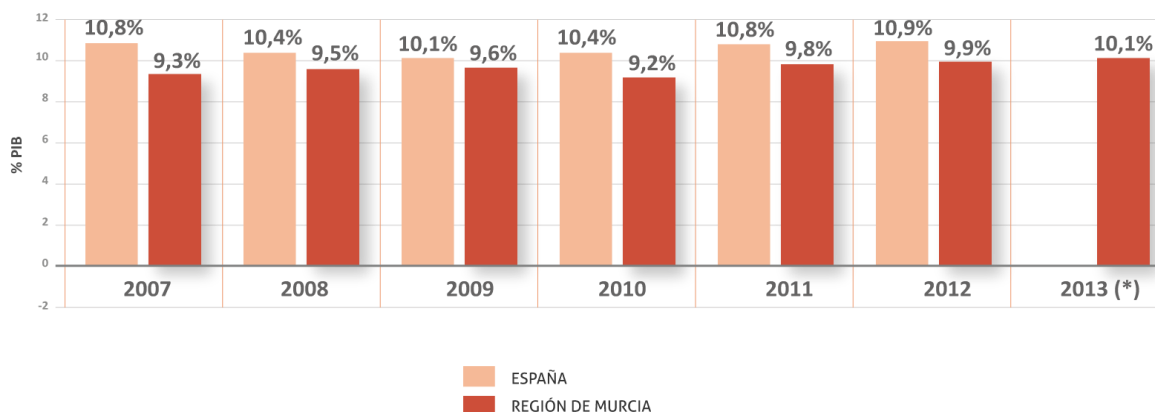
Según el primer avance de la Cuenta Satélite de Turismo correspondiente al año 2013, la aportación al PIB del sector turístico habría crecido en la Región de Murcia hasta el 10,1% en ese año, desde el último dato del 9,8% en 2011, lo que supone un crecimiento de 3 décimas, y supera las previsiones que apuntaban a alcanzar el 10% en 2014.

Estos datos ponen de manifiesto el destacado papel del turismo en la reactivación económica, garantizando su solvencia externa, con un importante incremento del turismo internacional y de su gasto en los dos últimos años.

El PIB turístico ha estado creciendo en los últimos años por encima del conjunto de la economía regional hasta alcanzar los 2.700 millones €, habiendo aumentado la aportación al PIB total de la economía en casi un punto desde el año 2010.

**PIB TURÍSTICO: 2.700 millones € (10,1% del PIB)**

### APORTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA AL PIB. REGIÓN DE MURCIA Y ESPAÑA



Fuente: Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

(\*) - Última estimación disponible de la Cuenta Satélite del Turismo de España (INE) para el año 2012



Con estos datos de la Cuenta Satélite del Turismo de la Región de Murcia (CSTMU) y los de la Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) del INE, correspondientes a 2012, se puede determinar que la Región de Murcia representa alrededor del 2,6% del total del PIB turístico nacional.

Estos datos encuentran su correspondencia con los del PIB del total de la economía para los que, según la Contabilidad Regional del INE, el conjunto de la economía murciana supone el 2,6% del total del PIB español. Se observa, pues que el peso relativo del sector turístico de la Región de Murcia en el conjunto del sector turístico español se corresponde plenamente con el peso de la economía regional en el conjunto de la economía nacional.

## LA IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA

### ENTRADA DE TURISTAS

5,4 millones en 2014

Crecimiento 2004-2014: 1,6 millones de turistas más

Tasa de crecimiento interanual 2014/13: 5,2%

### IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

PIB turístico: 2.700 millones € en 2013

Tasa media de crecimiento interanual (últimos 3 años): 1,6%. - **10,1% del PIB**

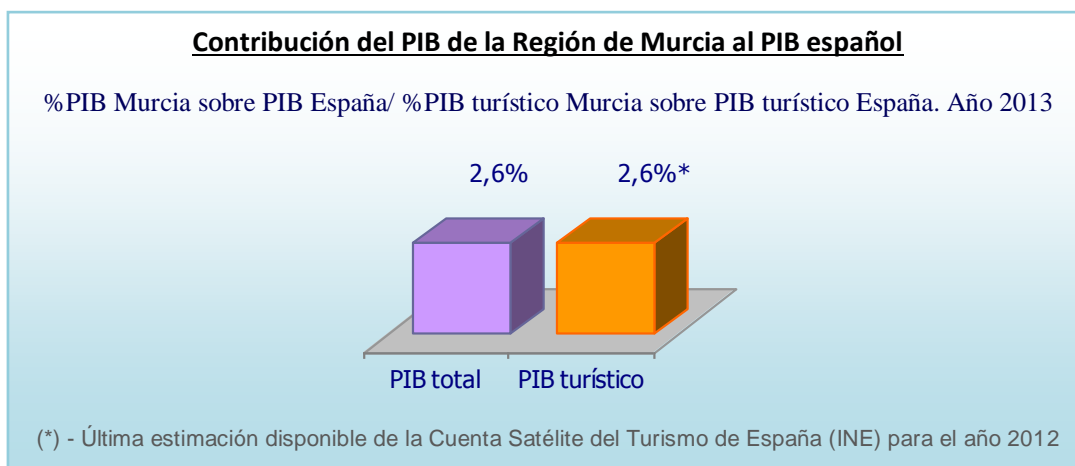
### MÁS DE 47.000 EMPLEOS en 2014

**9,6% del empleo regional**

Quinta comunidad donde más subió el empleo en 2014

**12,5% del total de empresas** (4 puntos más que hace 6 años)

- Los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo ponen de manifiesto el importante papel del turismo en la economía regional: efectos directos e indirectos en el resto del tejido productivo, atrae inversión, impulsa las infraestructuras y genera divisas y empleo.



### 12.1.2 Aportación del Turismo al PIB Regional

El importante papel del turismo en la Región de Murcia se concreta en una aportación del 10,1% al total del PIB regional en el año 2013.

Como consecuencia de que la economía turística ha crecido en los últimos años a una tasa superior a la del conjunto de la economía, **la aportación del turismo al PIB regional también ha crecido, pasando del 9,2% en 2010 hasta el 10,1% en 2013.**

### 12.1.3 Efectos directos e indirectos del Turismo

Se consideran efectos directos al impacto de las actividades características del turismo (hostelería, restauración, agencias de viajes, transporte de viajeros, etc.) en la economía regional. En 2013, los efectos directos del turismo en la economía supusieron el 8,1% del PIB total de la economía.

Los efectos indirectos o 'multiplicadores' son los producidos por el impulso que las actividades características del turismo ejercen para el crecimiento del resto del tejido productivo. Suponen un efecto motor del turismo sobre la compra de bienes y servicios de actividades no directamente vinculadas al turismo (alimentación, textil, construcción, suministros, etc.).

En el año 2013, estos efectos indirectos de la actividad turística sobre la economía de la Región de Murcia representaron el 2% del PIB regional.

### Componentes de la Demanda Turística



Fuente: Cuenta Satélite de Turismo

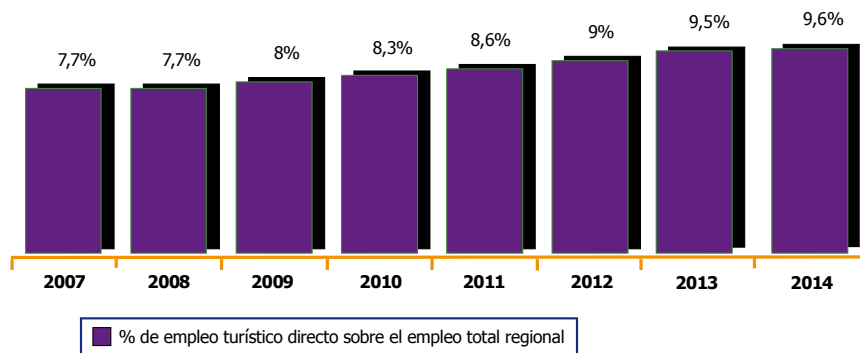
En su conjunto, tanto los efectos directos como los efectos indirectos, conforman un impacto global del turismo en la economía de 2.700 millones de euros, cifra que representa el 10,1% de la producción regional.

- En 2013, los efectos directos del turismo en la economía generaron una aportación a la producción regional superior a los 2.000 millones € (el 8,1% del conjunto de la economía).
- Los efectos indirectos o multiplicadores del turismo sobre el resto de sectores se tradujeron en casi 700 millones € (el 2% del total de la economía).

### 12.2 EL IMPACTO DEL TURISMO EN EL EMPLEO

Cabe poner de relieve la capacidad locomotora del turismo, reflejada en su condición de principal sector generador de empleo nuevo en la Región de Murcia. El volumen de puestos de trabajo del conjunto de actividades del sector turístico supera los 54.000 empleos en la Región (empleo directo+indirecto) y, durante los últimos años, la evolución del empleo turístico viene mostrando una senda de crecimiento continuado. De hecho, la aportación directa del turismo al empleo total, que en 2014 se situaba en el 9,6%, no ha dejado de crecer (un punto en los últimos tres años).

### Evolución de la aportación directa del turismo al empleo de la economía regional



Fuente: Afiliación de trabajadores al sistema de la Seguridad Social

En el conjunto del empleo del sector, las ramas con mayor peso son la restauración (70,2%) y el transporte de viajeros (11,3%) y son, a su vez, las que han generado un mayor incremento del empleo en el último año, 5,3% y 2,5% respectivamente.

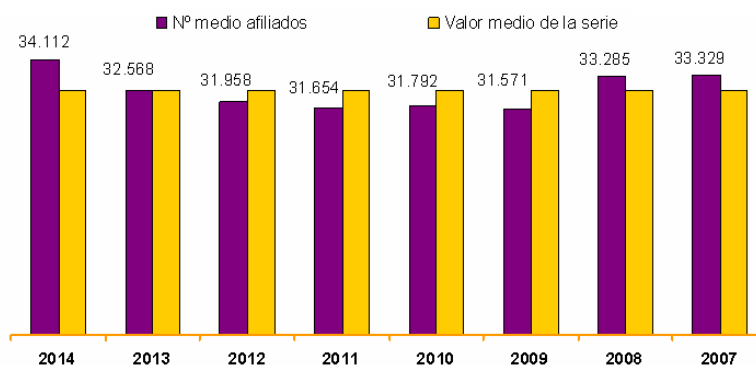
- En su conjunto, las actividades turísticas dan empleo directo (hostelería y agencias de viajes, transporte de viajeros y servicios culturales, deportivos y recreativos) en la actualidad a más de 47.000 trabajadores en la Región, lo que supone una variación interanual positiva del 3,1%. La contribución del turismo al empleo regional alcanza el 9,6% (11,2% si sumamos los empleos indirectos), habiendo crecido casi dos puntos en los últimos seis años.
- La afiliación turística media durante el año 2014 en las actividades típicamente turísticas (hostelería y agencias de viajes) fue de 34.112 trabajadores, habiendo sido en la Región de Murcia un 4,7% superior a la del año 2013, 0,8 puntos por encima de la tasa de crecimiento nacional, un 3,9%. El de Murcia fue el quinto incremento más alto por comunidades, por detrás de Canarias (5,5%), Comunidad Valenciana (5,5%), Andalucía (5%) y Baleares (5%).

Casi tres de cada cuatro ocupados en el sector turístico son asalariados. Tanto en el colectivo de asalariados como en el de autónomos se han producido significativas mejorías en 2014 que han rondado el 3% de incremento.

### IMPACTO DEL TURISMO EN EL EMPLEO

54.000 empleos totales **11,2% del empleo regional**  
47.000 empleos directos **9,6% del empleo regional**

Afiliación a la Seguridad Social. Hostelería y Agencias de Viajes



Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social

Otro indicador que muestra la evolución positiva del empleo turístico es el número de contratos registrados en las oficinas del Servicio Público de Empleo. A lo largo del año 2014 se registraron un total de 124.497 nuevos contratos en las ramas de alojamiento turístico y restauración, lo que supone un aumento de un 29,4% respecto a los datos de 2013. Los contratos en el total de la economía regional crecieron un 17,8%.

En un análisis por zonas, los mayores incrementos en la contratación turística tuvieron lugar en la Comarca del Noroeste (47,4%), Sierra Espuña (42,3%), la Vega Media (39,5%), el área del Mar Menor (36%) y Mazarrón (32,8%).

- Casi tres de cada cuatro ocupados en el sector turístico son asalariados. Y tanto en el colectivo de asalariados como en el de autónomos se han producido significativas mejoras en 2014 que han rondado el 3% de incremento.
- A lo largo de 2014 se registraron en las oficinas del SEPE un total de 124.497 nuevos contratos en las ramas de alojamiento turístico y restauración, lo que supone un aumento de un 29,4% respecto a los datos de 2013.

## 12.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

### 12.3.1 Afluencia de visitantes y estacionalidad

En 2013 la Región de Murcia tuvo 14,8 millones de visitantes, contabilizando los viajes de los propios residentes. El 39,5%, 5,8 millones, fueron turistas y casi 9 millones, el 60,5% restante, excursionistas (no pernoctaron en el destino). Las pernoctaciones de los turistas alcanzaron casi los 40 millones.

**Turistas residentes en el extranjero**

**Con destino a:**  
La Región de Murcia: 1.050.856 turistas  
La Costa Cálida: 741.976 turistas

**Turistas residentes en otras CCAA**

**Con destino a:**  
La Región de Murcia: 2.644.397 turistas  
La Costa Cálida: 1.416.631 turistas

**Turistas residentes en la Región de Murcia**

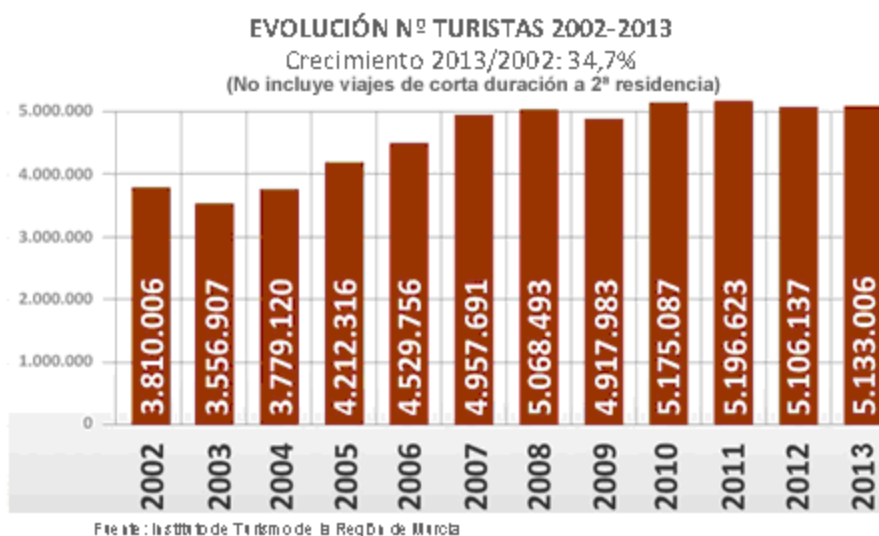
**Con destino a:**  
La Región de Murcia: 2.153.326 turistas  
La Costa Cálida: 1.242.951 turistas



De entre los turistas españoles (residentes en la Región y en otras comunidades) se estima que 715.572 se correspondían con turistas que realizaron un viaje de corta duración (fin de semana o puente) a segunda residencia (vivienda propia/ prestada), lo que supone el 14,9% del total de viajeros nacionales durante el año 2013.

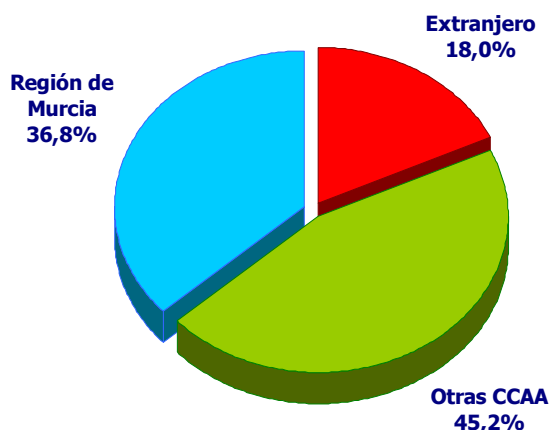
Si analizamos la evolución del número total de turistas por meses, son los meses de verano los de mayor afluencia turística, agosto con 878.228 y julio con 650.751 y, de otro lado la Semana Santa, abril con 414.091 turistas.

## AFLUENCIA TURÍSTICA



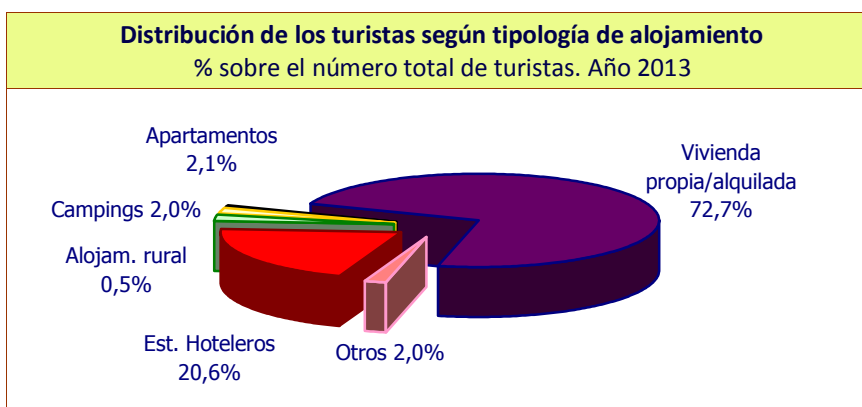
- En el año 2013 la Región de Murcia registró 5.133.006 turistas de larga duración a los que hay que sumar los turistas que viajaron a su segunda residencia por fin de semana o puente, 715.572, contabilizándose un total de 5.848.579 turistas, con la siguiente distribución: 1.050.856 turistas residentes en el extranjero (18%), 2.644.397 turistas residentes en otras comunidades (45,2%), 2.153.326 turistas residentes en la Región de Murcia (36,8%).

## Entrada de turistas según lugar de residencia

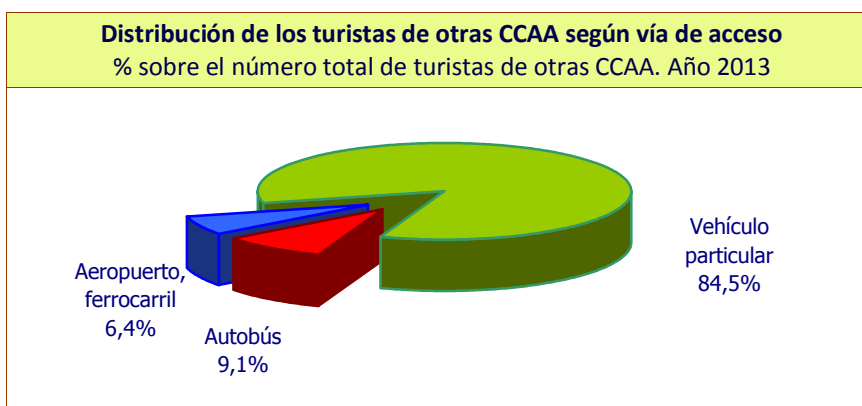


- Son los meses de verano los de mayor afluencia turística, agosto con 873.584 y julio con 698.089 y, de otro lado la Semana Santa, abril con 557.639 turistas.

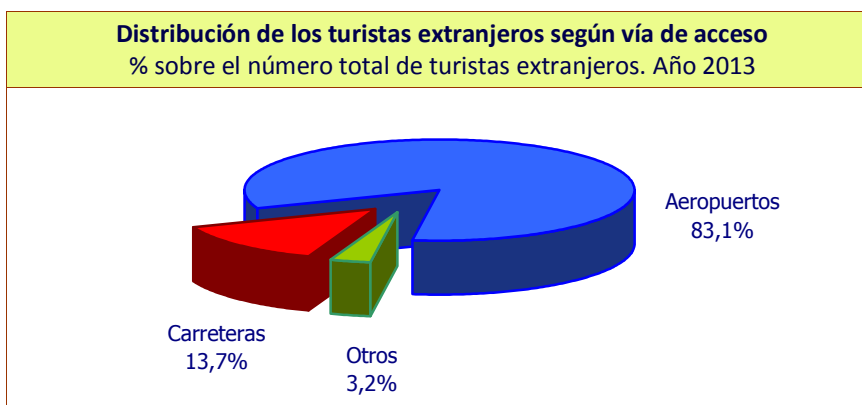
En 2013, el alojamiento privado fue el más demandado, con un peso de la vivienda propia, cedida y alquilada del 72,7%. Le siguió el alojamiento hotelero, con un peso del 20,6%. Con unas cuotas más modestas se situaron el alojamiento en campings, apartamentos turísticos oficiales y alojamientos rurales, cuyos pesos respectivos fueron del 2,0%, 2,1% y 0,5%.



En cuanto al medio de transporte utilizado por los turistas, en los viajes realizados desde las comunidades del territorio nacional (peninsular), el vehículo particular fue el principal medio de transporte, con un peso del 84,5% sobre el total nacional. A más distancia se situaron los viajes en autobús (9,1%), en avión y en tren (6,4%).



En lo que respecta al turismo internacional, los aeropuertos, con una cuota del 83,1%, constituyeron la principal vía de acceso de los turistas, destacando los aeropuertos de Murcia-San Javier y Alicante-El Altet, con unos pesos respectivos del 42,4% y del 48,7% del total de llegadas. Tras los aeropuertos, la carretera fue la segunda vía de entrada, con un volumen del 13,7% de las llegadas.



- En 2013, el alojamiento privado fue el más demandado, con un peso del 72,7%. Le siguió el alojamiento hotelero, con el 20,6%, y con unas cuotas más modestas los apartamentos turísticos oficiales, campings y alojamientos rurales, cuyos pesos respectivos fueron del 2,1%, 2% y 0,5%.
- En cuanto al medio de transporte, para los turistas residentes en España el vehículo particular fue el medio más utilizado, con un peso del 84,5%. Para los residentes en el extranjero, el aeropuerto fue la principal vía de acceso, 83,1% de cuota, seguido de la carretera, 13,7%.

### 12.3.2 Flujos Turísticos

En la Región de Murcia, 2.153.326 turistas procedían de la propia comunidad, con el 36,8% del total de turistas. El turismo nacional de otras comunidades, con 2.644.397 turistas, obtuvo una cuota del 45,2%, quedando con un menor peso el turismo internacional, con 1.050.856 turistas y el 18%.

Número de viajeros y pernoctaciones por tipos de turismo: interno, receptor y emisor. Año 2013										
	Turismo interno			Turismo receptor						Turismo emisor
	Residentes en la Región de Murcia			Del resto de España			Del resto del mundo			
	Excursionistas	Turistas	Visitantes	Excursionistas	Turistas	Visitantes	Excursionistas	Turistas	Visitantes	Turistas
Viajeros	7.977.227	2.153.326	10.130.553	974.832	2.644.397	3.619.229	134.278	1.050.856	1.185.134	2.156.270
Pernoctaciones	-	11.876.101	11.876.101	-	15.457.340	15.457.340	-	11.361.705	11.361.705	6.483.416

Al igual que ocurre con el número de turistas, la mayor cuota de las pernoctaciones corresponde a turistas procedentes de otras comunidades, 39,9%, seguido de las de residentes en la Región, 30,7%, y de las de extranjeros, 29,4%. Cabe destacar, que el turismo internacional con tan sólo el 18% del total de turistas que viajan a la Región, gracias a lo prolongado de su estancia (la tercera mayor de España), origina el 29,4% de las pernoctaciones.

\* Cabe destacar, que el turismo internacional con tan sólo una cuota del 18% del total de turistas que viajan a la Región de Murcia, gracias a lo prolongado de su estancia (la tercera mayor de España), origina el 29,4% de las pernoctaciones.



### 12.3.3 Mercados emisores

#### 12.3.31 Mercados Nacionales

El turismo interno de los residentes en la Región de Murcia supone un 36,8% del turismo recibido. El resto de comunidades representan el 45,2% del volumen total de entradas de turistas. De entre las demás comunidades autónomas, y teniendo en cuenta los registros en alojamientos colectivos turísticos, la Comunidad de Madrid es la primera comunidad emisora de turismo nacional a la Región, aportando un 23,7% de los turistas recibidos. Le sigue muy de cerca la Comunidad Valenciana, con el 23,6%; Andalucía aporta el 18,1%; Cataluña, el 11% y Castilla-La Mancha, el 7,7%.

#### Principales mercados emisores nacionales. Año 2014 (Alojamientos colectivos turísticos)

Comunidades	Cuota	Variación 2014/13
Madrid	23,7%	2,3%
Com Valenciana	23,6%	-0,4%
Andalucía	18,1%	8,7%
Cataluña	11%	4,9%
Castilla-La Mancha	7,7%	1,7%
Castilla y León	3,4%	0,0%
País Vasco	2,2	12,0%
Galicia	2%	12,9%
Aragón	1,8%	6,6%
Asturias	1,2%	-0,6%

- Madrid y la Comunidad Valenciana son las primeras comunidades emisoras de turismo nacional en los alojamientos colectivos de la Región, aportando un 23,7% y un 23,6% de los turistas recibidos.
- Le siguen, por volumen de turistas, Andalucía, con el 18,1%; Cataluña, con el 11% y Castilla-La Mancha, con el 7,7%.

#### 12.3.32 Mercados Internacionales

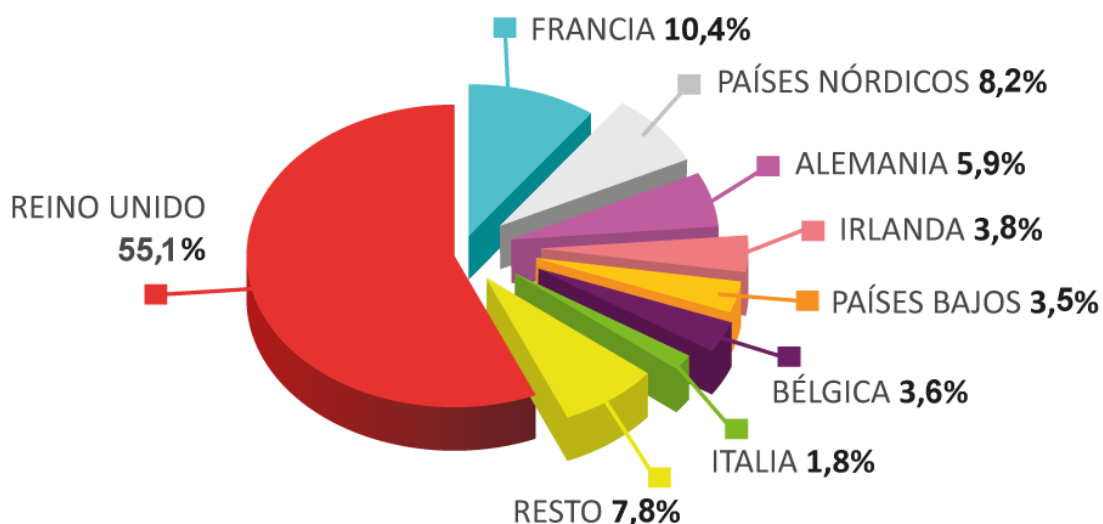
A lo largo de 2014 la Región de Murcia experimentó un importante incremento del turismo extranjero con una subida interanual del 29,6%. En España el aumento fue del 7,1%. La Región de Murcia sobresale como la comunidad en la que más ha crecido el turismo extranjero en 2014. Esta tasa de crecimiento supera a la de las principales comunidades turísticas: Canarias (8%), Andalucía (7,8%), Cataluña (7,6%), Madrid (7,5%), Comunidad Valenciana (4,4%) y Baleares (2,8%).

En 2014, el Reino Unido fue el principal país emisor de turismo extranjero hacia la Región, aportando el 55,1% del total y con un crecimiento destacable respecto al año anterior del 39,9%. Francia se sitúa como segundo mercado emisor, con una cuota del 10,4%, con un aumento interanual del 9,7%. También crece de manera notable el turismo procedente de los Países Nórdicos, un 16,1%, que lo sitúa como el tercer mercado emisor hacia la Región con una cuota del 8,2%. El mercado alemán aumentó su aportación de turistas a la Región, en un

11,9% y alcanza una cuota del 5,9%. Le sigue Irlanda con un peso del 3,8% y que está cerca de duplicar sus cifras respecto al año anterior, y Bélgica y los Países Bajos, con unas cuotas de mercado respectivas del 3,6% y 3,5%.

- El Reino Unido es el primer país emisor de turismo internacional a la Región, aportando el 55,1% de los turistas recibidos en 2014. Francia, los Países Nórdicos y Alemania, concentran, respectivamente, el 10,4%, 8,2% y el 5,9% del total de los turistas extranjeros. Le siguen en importancia Irlanda, Bélgica, Países Bajos e Italia.
- Con el año 2014 concluido, los mercados que presentan las tasas de variación más positivas respecto al año anterior es Irlanda (73,7%), el Reino Unido (39,9%), Bélgica (37,8%), los Países Nórdicos (16,1%), Alemania (11,9%) y Francia (9,7%).

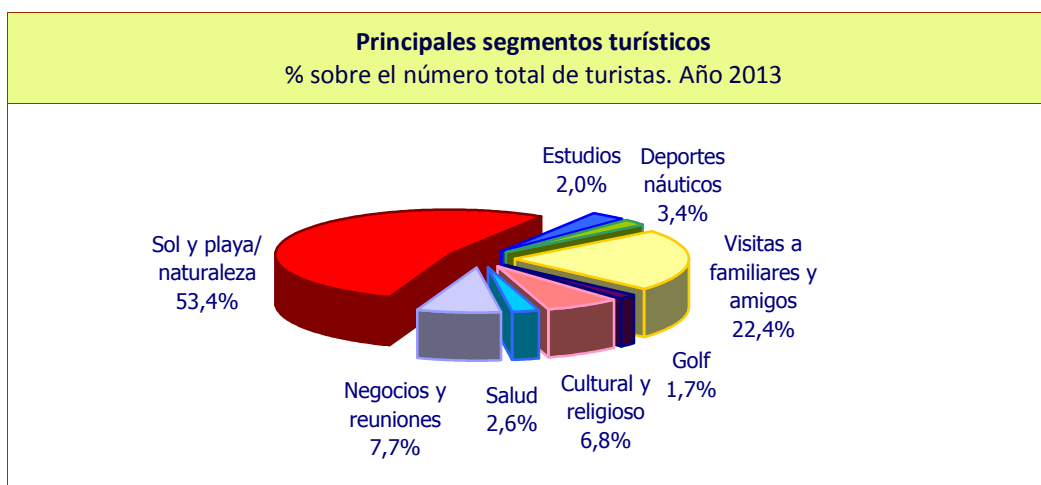
### Principales mercados emisores extranjeros. Año 2014



#### 12.3.4 Afluencia según motivaciones

La principal motivación de los turistas para viajar a la Región de Murcia en 2011, fue el ocio, que atrajo a 3.972.000 turistas, un 67,9% del total. A más distancia se situaron las visitas a familiares o amigos, con 1.310.000 turistas y los viajes de trabajo y de reuniones, con 450.000 turistas y con pesos respectivos del 22,4% y 7,7%. El turismo de estudios llevó a la Región a 117.000 turistas, un 2% del total.

La Región de Murcia fue en 2013, junto a la Comunidad Valenciana, Cataluña y los Archipiélagos, la comunidad autónoma que mostró una mayor proporción de viajes de ocio en España. Por el contrario Madrid y el País Vasco fueron aquellas en las que el ocio tuvo menor presencia. Los viajes de trabajo y reuniones también presentaron en Murcia un porcentaje por encima de la media española.



- La Región de Murcia fue en 2013, junto a la Comunidad Valenciana, Cataluña y los Archipiélagos, la comunidad autónoma que mostró una mayor proporción de viajes del segmento del descanso (sol y playa / naturaleza), con una cuota del 53,4% sobre el total de viajes recibidos.
- Los viajes de trabajo y reuniones representaron en Murcia un porcentaje del 7,7% sobre el total, una cuota que está por encima de la media española.

Si se desglosan los viajes de ocio, se pone de manifiesto que la gran mayoría de estos turistas de ocio viajaron a la Región motivados por el turismo de sol y playa / naturaleza, 3.123.141 turistas. A más distancia se sitúan el resto de segmentos turísticos: turismo cultural / religioso, con más de 400.000 turistas, actividades náuticas, con casi 200.000 turistas, turismo de salud, con 150.000 turistas y golf con unos 100.000 turistas.

## 12.4 Análisis de la Oferta Turística

### 12.4.1 Oferta de Alojamiento Colectivo

En 2014 el número de establecimientos de alojamiento colectivo para el turismo ascendía a 3.533. El 77,5% de los establecimientos son apartamentos, el 15,9% casas rurales, el 6,1% hoteles y el 0,5% campings.

TOTAL ALOJAMIENTO COLECTIVO		Establecimientos hoteleros		Apartamentos		Campings		Alojamientos rurales	
Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas
3.533	50.389	215	20.135	2.739	11.747	19	14.866	560	3.641

En la actualidad la cifra de establecimientos de alojamiento en la Región de Murcia es la más elevada desde que se poseen datos. El número de plazas en alojamientos colectivos para el turismo ha crecido un 20% en los últimos 10 años hasta alcanzar las 50.389 (a 31 de diciembre

de 2014). La Región de Murcia cuenta con un total de 215 establecimientos hoteleros que ofertan un volumen de 20.135 plazas, casi un 40% del total de plazas de alojamiento reglado en la Región. Cabe destacar que este número de plazas en establecimientos hoteleros ha crecido un 23% en los últimos 10 años. En una clara apuesta por el alojamiento de calidad, la oferta de plazas que más se ha incrementado ha sido la de cinco (100%) y la de cuatro estrellas (64%).

### **Establecimientos hoteleros**

La oferta de establecimientos hoteleros de la Región se eleva a 157 hoteles y 58 pensiones. La capacidad existente asciende 18.722 plazas en hoteles y 1.413 en pensiones.

La mayor capacidad hotelera está en La Manga (24,8%) y de pensiones en el Mar Menor (35,0%).

### **Apartamentos turísticos**

Los 2.739 apartamentos turísticos de la Región tienen capacidad para 11.747 personas. La mayoría de plazas están en apartamentos turísticos de segunda categoría (6.658), aunque existe un amplio número de plazas en los de primera categoría (2.724).

El mayor número de apartamentos turísticos se localiza en los municipios de Cartagena y Los Alcázares. El mayor número de plazas se concentra en La Manga (San Javier), con 3.476 plazas.

- En 2014 existían 3.533 establecimientos de alojamiento en la Región de Murcia, la cifra más elevada desde que se poseen datos. El 77,5% de los establecimientos son apartamentos, el 15,9% casas rurales, el 6,1% hoteles y el 0,5% campings.
- El número de plazas en alojamientos colectivos para el turismo ha crecido un 20% en los últimos 10 años hasta alcanzar las 50.389 (a 31 de diciembre de 2014). La Región de Murcia cuenta con un total de 215 establecimientos hoteleros que ofertan un volumen de 20.135 plazas, casi un 40% del total de plazas de alojamiento reglado en la Región.

### **Campings**

En la Región de Murcia existen 19 campings con una capacidad de 14.866 personas. La mayoría de los campings regionales son de segunda categoría, que poseen 7.867 plazas.

La mayor capacidad de alojamiento en campings está en Cartagena con 8.053 plazas. El 79,9% de las plazas de campings regionales están en municipios costeros (Cartagena, Mazarrón y San Javier).

### **Alojamientos rurales**

En los alojamientos rurales de la Región de Murcia existen 3.641 plazas distribuidas en 560 alojamientos. El 57,6% de las plazas disponibles en alojamientos rurales están en la comarca del Noroeste. La evolución del número de plazas y establecimientos en la Región de Murcia ha sido desde 1994 de crecimiento ininterrumpido.

Del total de alojamientos rurales, el 33,0% corresponde a las 175 casas rurales que radican en Moratalla y el 16,2% a los 86 alojamientos rurales situados en Caravaca de la Cruz.

## **12.4.2 Oferta de Alojamiento Privado**

Las viviendas privadas destinadas al turismo (venta alquiler, etc.) suponen un factor estratégico al aportar un gran número de plazas a la oferta turística y potenciar la llegada de turistas a la Región de Murcia.

Además, la compra de viviendas de segunda residencia asegura un turista estacional con carácter de permanencia.

Por otra parte, los inquilinos y propietarios de viviendas de segunda residencia se convierten en agentes promocionales del turismo regional.

En 2013 el parque total de viviendas en la Región de Murcia ascendía a 784.017 de las cuáles 509.530 eran viviendas principales y 274.487 eran viviendas no principales.

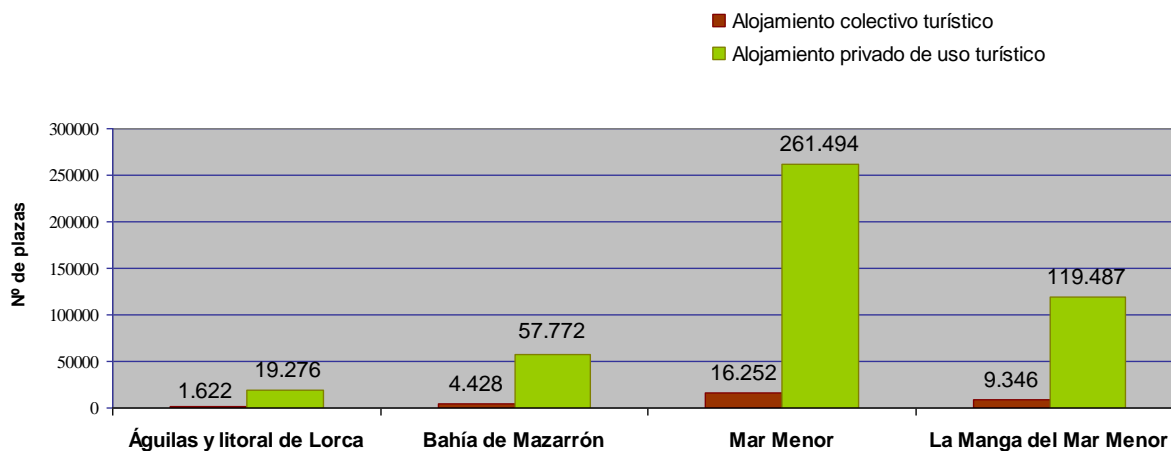
Respecto a la vivienda no principal y a diferencia de lo ocurrido en el conjunto de España donde desde el año 2001 se produjo un incremento moderado del 6,1%, en la Región de Murcia el aumento de la vivienda no principal fue mucho más significativo, con una tasa del 26,3%, lo que supone 57.379 más que las existentes en 2001.

Según datos del Censo de viviendas de 2011 del INE, la Región de Murcia es la segunda autonomía de la costa mediterránea peninsular en cuanto a proporción de viviendas susceptibles de ser destinadas al turismo. También posee mayor proporción de viviendas potencialmente turísticas que Canarias y Baleares. La Región de Murcia registra la segunda proporción de viviendas secundarias sobre el total de viviendas más elevada con un 17%, por detrás de la Comunidad Valenciana, con un 20,8% y por delante de Baleares, con un 14,6%; Andalucía, con un 14,4%; Cataluña, con un 12,2% y las Islas Canarias, con un 10,8%. Este porcentaje del 17% de segunda vivienda sobre el total en la Región de Murcia ha disminuido 3 puntos porcentuales en relación al Censo de 2001 (2,8 puntos porcentuales en España).

El número medio de plazas/camas en las segundas viviendas de uso turístico en la Región de Murcia es de 4,7.

A finales de 2013 en la Región de Murcia el número de segundas viviendas destinadas a usos turísticos se estimaba en unas 139.000, con una oferta total de plazas superior a las 655.000. Esto supone que el alojamiento privado, a esa fecha, supone la mayor parte de la oferta turística (92,8%). La oferta reglada asciende a 50.622 plazas en la actualidad. En la Costa Cálida el número de segundas viviendas destinadas a usos turísticos se estimaba en unas 97.000, con una oferta total de plazas cercana a las 460.000.

### Número de plazas de alojamiento turístico según tipologías. Costa Cálida. Año 2013



Debido al turismo, en la Costa Cálida se produce un incremento espectacular de la población en verano, pudiendo incrementarse en hasta un 400% respecto a la población residente en invierno.

El número total de turistas que hicieron uso del alojamiento privado (vivienda en alquiler, vivienda propia o cedida) en su estancia en la Región fue de 3.733.440 en el año 2013, cifra que se mantuvo estable respecto a la de 2012.

En 2013 esta tipología de alojamiento fue utilizada por un 84% de los turistas residentes en la propia Región, un 57% de los turistas residentes en otras comunidades autónomas y un 73% de los turistas extranjeros.

Los turistas de alojamiento privado de otras comunidades y extranjeros, realizan un gasto medio para el total de su estancia de 820€ en el caso de viviendas en alquiler y de 775€ en caso de los alojados en su propia vivienda, cifras estas superiores a la media, 755€. Esto es debido a que aunque su gasto medio diario, 52€ y 26€ respectivamente, es inferior a la media del total de turistas, la duración de su estancia es muy superior.

### 12.4.3 Oferta Complementaria

En la Región de Murcia existen 2.093 restaurantes y 577 cafeterías inscritas en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo, y Empleo, con 212.807 y 22.327 plazas respectivamente.

Las agencias de viajes, las empresas organizadoras de congresos y las empresas de turismo activo son otros servicios complementarios cuya oferta queda recogida en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Consejería de Desarrollo Económico, Turismo, y Empleo. En total hay censadas 213 agencias de viajes, 9 organizadores profesionales de congresos, además de las agencias de organización de eventos y 87 empresas de turismo activo.

La oferta turística de la Región de Murcia se complementa con instalaciones y espacios públicos o semipúblicos que suponen en sí mismos una atracción de turistas o un lugar de uso y disfrute para los mismos. Estos otros servicios complementarios, agrupados en categorías, son los siguientes:

- Naturaleza: 7 parques regionales, 1 reserva natural, 8 paisajes protegidos y 3 espacios naturales.
- Náutica: 20 puertos deportivos con 6.332 puntos de amarre y 21 clubs náuticos
- Balnearios: 4 balnearios.
- Golf: 17 campos de golf.
- Casinos: 2 casinos.
- Museos: 82 entidades museísticas
- Productos culturales: 3 productos culturales.
  - La Región de Murcia tiene una oferta sobresaliente, en cantidad y calidad, de establecimientos de restauración: 2093 restaurantes y 577 cafeterías con 212.807 y 22.327 plazas respectivamente.
  - Por otra parte, en 2014 había censadas 219 agencias de viajes, 9 organizadores profesionales de congresos y 94 empresas de turismo activo.
  - La oferta turística regional se complementa con 17 campos de golf, 20 puertos deportivos, 21 clubs náuticos, 4 balnearios, 7 parques regionales, 2 casinos y 82 entidades museísticas.

Cuenta Satélite del Turismo de la Región de Murcia [+ información](http://portal.murciaturistica.es) (Portal murciaturistica.es)

## **12.5 CONCLUSIONES Y RESULTADOS**

El examen profundo y la amplia proliferación de datos que se han manejado para la elaboración de este estudio, novedoso en nuestra Región, han dado unos resultados que han sido convenientemente analizados y cuyas conclusiones se reproducen a continuación:

### **Mantener la posición competitiva**

- Consolidar la destacada posición del turismo regional en productos como el turismo de sol y playa y turismo residencial, apostando por la calidad para adaptarse a la demanda y a la evolución de los mercados.
- Renovación de los destinos y ampliación de la oferta de alojamiento (Regeneración Portman, Marina Cope,...)
- Renovación de los productos turísticos, asociando el turismo de sol y playa a otros productos y oferta complementaria (Parque Paramount, Parque Minero de La Unión, centros de talasoterapia y spas, campos de golf, centros comerciales, ...)
- El objetivo final marcado: ser más sostenibles y competitivos

### **Abrir nuevos mercados**

- Fortalecimiento de la imagen y proyección del turismo regional
- Abrir nuevas rutas aéreas: puesta en marcha del Aeropuerto Internacional de Corvera.
- Potenciar turismo de cruceros: Puerto Cartagena, logrará cifras record en 2013 y 2014
- Crecimiento notable de nuevos mercados para la Región: Países del Este de Europa, Rusia, Países Nórdicos, Asia rompiendo con la tradicional dependencia del turismo británico.
- En cuanto al transporte, la mejora de las carreteras, las nuevas autovías y la llegada del Ave permitirán ofrecer productos de escapadas desde otras ciudades con conexiones más directas.
- Diseño de herramientas que a través de Internet posibilitan nuevos modelos de comercialización de los productos turísticos con un acceso directo al turista potencial.

### **Elevar el nivel de calidad de la oferta**

- Notable incremento del número de plazas de cuatro y cinco estrellas.
- La Región de Murcia, con siete nuevas playas galardonadas es, junto con Baleares (con quince nuevos galardones), la comunidad autónoma que ha obtenido un mayor número de nuevas banderas azules en 2014 en sus playas. En total son 33 banderas azules obtenidas este año 31 en playas y 2 en puertos deportivos.
- La Encuesta de Hábitos Turísticos del Instituto de Turismo de España recoge un grado de satisfacción en los turistas internacionales de 8,6 puntos sobre 10. Con esta nota la Región ha logrado situarse como la tercera comunidad en España mejor valorada por los turistas
- La formación en turismo (Centro de Cualificación Turística, Grado de gastronomía,...) supone una inversión en capital humano que permitirá al sector turístico ser más competitivo.

### **Diversificar los productos / Desestacionalizar**

- Desarrollo de productos innovadores que atraigan a nuevos turistas y contribuyan a la desconcentración: turismo gastronómico y enológico con un importante crecimiento en los últimos dos años. Escapadas de fin de semana a ciudades con visitas guiadas, compras,... Eventos culturales y artísticos: Festival SOS 4.8., La Mar de Músicas,...
- Búsqueda de la demanda asociada a la desestacionalización: turismo de golf, turismo deportivo en invierno, programa Turismo Senior europeo, balnearios y spas.
- Oferta cambiante y atractiva, en constante mejora que atraiga turismo todo el año: Parque Paramount, Cartagena Puerto de Culturas, Lorca Taller del Tiempo y Caravaca Jubilar.

### **Aumentar el impacto económico**

- Búsqueda de una demanda asociada al incremento de gasto por turista (potenciación de los productos con un perfil de turista de alto poder adquisitivo: turismo de negocios (nuevo auditorio en Cartagena), golf (17 campos), turismo cultural (extensa oferta museística y de eventos).
- Prolongar aún más la duración de la estancia, que ya es la más alta de España tanto en turismo nacional como extranjero, con actividades y oferta complementaria (Parque Paramount...).

### **Colaboración público-privada**

Para dar respuesta a todos estos retos, se está acometiendo un impulso coordinado de las Administraciones Públicas:

- En materia de promoción: las oficinas de turismo municipales promocionarán y comercializarán coordinadamente con el Instituto de Turismo los productos turísticos regionales.
- En materia de armonización de la legislación turística, con una nueva Ley del Turismo consensuada con las asociaciones empresariales que dote de más flexibilidad al sector, lo adapta al contexto socio-económico actual, facilitando la inversión privada.
- La creación del **Instituto de Turismo de la Región de Murcia** como ente gestor de la política turística que busca la optimización y racionalización de los recursos públicos destinados al sector turístico.
- El papel protagonista de órganos de cooperación público-privada como la Mesa del Turismo con gran relevancia a la hora de marcar las líneas estratégicas de desarrollo del sector turístico regional.