

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

##### 6.1. ENTRADA DE TURISTAS EN LA REGIÓN DE MURCIA.

##### INTRODUCCIÓN

- Para elaborar este apartado se han utilizado datos de la Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y del Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Los datos del INE provienen de la Encuesta Anual de Servicios, y concretamente de:
  - Encuesta de ocupación hotelera
  - Encuesta de ocupación de acampamentos (campings)
  - Encuesta de ocupación de apartamentos turísticos
  - Encuesta de ocupación de alojamientos rurales
- Se han incluido datos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y de España, con el objeto de hacer un estudio comparativo de la evolución de las magnitudes regionales y nacionales.

##### 6.1.1. Análisis de la demanda global.

En el año 2004, se registraron en la Región de Murcia un total de 3.779.120 viajeros que representaron 28.741.152 pernотaciones.

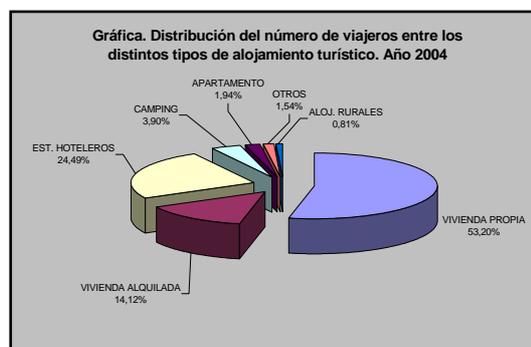
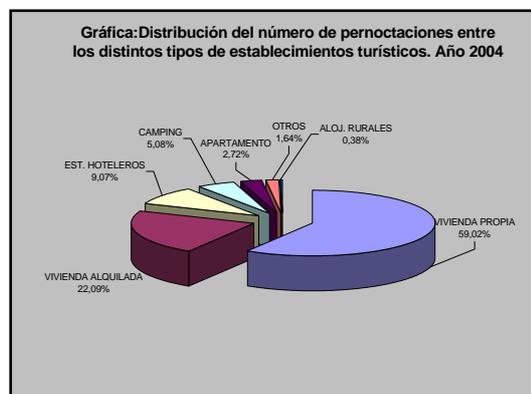
Un 81,10% de las pernотaciones se realizaron en alojamientos particulares, tanto en su modalidad de vivienda propia (59,02%) como alquilada (22,09%). Los alojamientos hoteleros sólo registraron un 9,07% del total de las pernотaciones registradas en la Región en el año 2004, si bien recibieron casi un 25% de los viajeros, esta diferencia de participación en el número de viajeros y de pernотaciones se explica por una estancia más corta del turista en este tipo de alojamiento que en el resto.

Tabla: Distribución del número de viajeros y pernотaciones entre los distintos tipos de establecimientos turísticos. Año 2004.

	VIAJEROS	%	PERNOCT.	%
VIVIENDA PROPIA	2.010.376	53,20%	16.961.994	59,02%
VIVIENDA ALQUILADA	533.695	14,12%	6.348.161	22,09%
EST. HOTELEROS	925.449	24,49%	2.607.728	9,07%
CAMPING	147.374	3,90%	1.460.246	5,08%
APARTAMENTO	73.422	1,94%	781.095	2,72%
OTROS	58.283	1,54%	472.188	1,64%
ALOJ. RURALES	30.521	0,81%	109.740	0,38%
<b>TOTAL</b>	<b>3.779.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>28.741.152</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

El número de viajeros ha descendido en los últimos tres años (2002/2004), el descenso más acusado se produce en el año 2003 para iniciar una recuperación en el 2004. Sólo los establecimientos hoteleros y los rurales han conseguido alcanzar y superar las cifras del año 2002. Ahora bien, este aparente descenso de viajeros se debe al cambio metodológico estadístico registrado en esta etapa (en el año 2002 se incluían viajeros y pernотaciones de corta duración de personas con residencia habitual a menos de 50 kilómetros del destino, este concepto se depuró en el año 2004), que ha supuesto la eliminación de viajes de corta duración.



### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

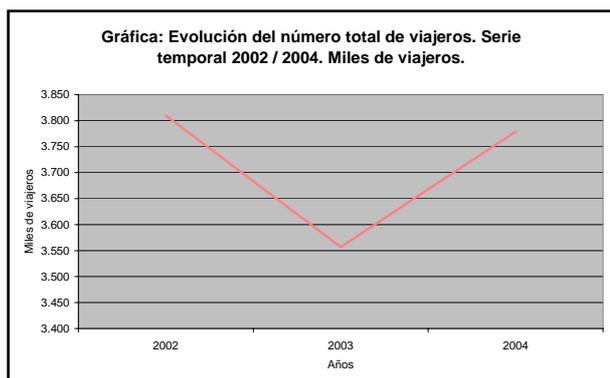
#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

##### 6.1.1.1. Entrada de viajeros.

Tabla: Entrada de viajeros por tipo de alojamiento. Serie temporal 2002 / 2004

	2002	2003	2004	Var. 2002/2004
Vivienda propia	2.105.076	1.887.940	2.010.376	-4,50%
Est. Hoteleros	808.987	882.500	925.449	14,40%
Vivienda alquilada	556.193	462.477	533.695	-4,04%
Camping	153.819	158.738	147.374	-4,19%
Apart. Turísticos	78.848	76.544	73.422	-6,88%
Otros	78.520	60.467	58.283	-25,77%
Rural	28.563	28.241	30.521	6,86%
<b>TOTAL</b>	<b>3.810.006</b>	<b>3.556.907</b>	<b>3.779.120</b>	<b>-0,81%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

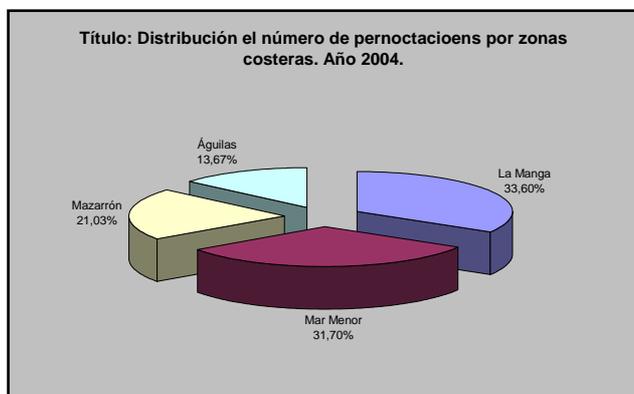


##### 6.1.1.2. Pernoctaciones.

Tabla: Pernoctaciones por tipo de alojamiento. Serie temporal 2002 / 2004

	2002	2003	2004	Var. 2002/2004
Vivienda propia	22.971.080	21.296.456	16.961.994	-26,16%
Vivienda alquilada	8.526.823	5.890.380	6.348.161	-25,55%
Est. Hoteleros	2.456.629	2.640.757	2.607.728	6,15%
Camping	1.368.841	1.438.575	1.460.246	6,68%
Apart. Turísticos	861.988	845.739	781.095	-9,38%
Otros	516.469	546.873	472.188	-8,57%
Rural	103.640	98.887	109.740	5,89%
<b>TOTAL</b>	<b>36.805.470</b>	<b>32.757.667</b>	<b>28.741.152</b>	<b>-21,91%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia



Por el contrario, el número de pernoctaciones no ha conseguido recuperarse de la caída del año 2003, y han

continuado cayendo en el 2004. El número de pernoctaciones ha caído casi un 22% en los últimos 3 años.

##### Pernoctaciones en zonas costeras

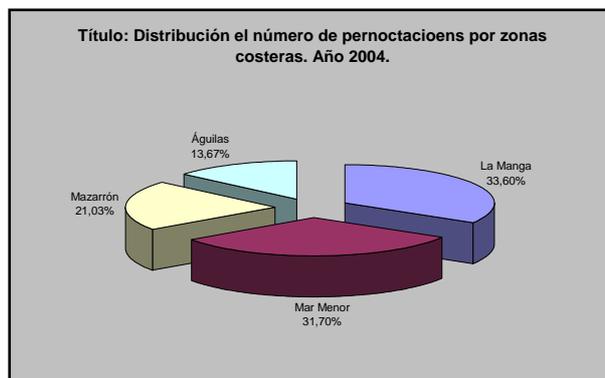
Las pernoctaciones en zonas costeras representaron en el año 2004 más del 60% del total (61,53%). Estas se distribuyeron por zonas según la siguiente tabla:

Tabla Distribución de la demanda turística por zonas costeras. Año 2004

	La Manga	Mar Menor	Mazarrón	Águilas	TOTAL
Vivienda propia	3.255.594	3.341.115	2.413.089	1.848.663	10.858.461
Vivienda alquilada	1.732.391	1.523.144	987.680	476.164	4.719.379
Estab. hoteleros	578.752	267.652	82.950	43.008	972.362
Apart. turísticos	375.382	118.822	98.825	3.011	596.040
Camping	0	355.253	136.630	46.091	537.974
<b>TOTAL</b>	<b>5.942.119</b>	<b>5.605.986</b>	<b>3.719.174</b>	<b>2.416.932</b>	<b>17.684.211</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la CA de la Región de Murcia

La Manga concentró en el año 2004 el 33,6% de las pernoctaciones, seguida del Mar Menor con el 31,70%.



##### 6.1.1.3. Comparación de la evolución de los viajeros y las pernoctaciones.

Es interesante comparar la evolución del número de viajeros con el número de pernoctaciones, estas últimas han descendido en mayor medida que los viajeros, lo que evidencia que la estancia de los viajeros ha disminuido considerablemente en los tres últimos años.

### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

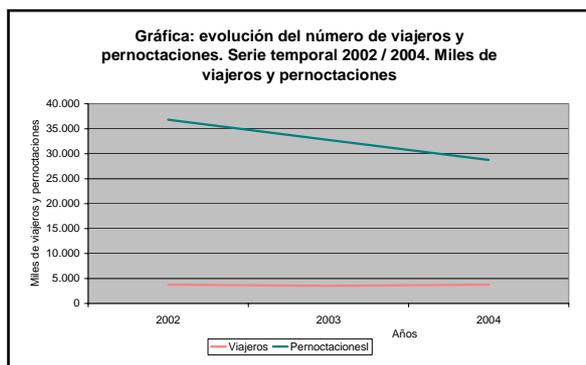
#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

Tabla: Evolución del número viajeros y de pernoctaciones. Serie temporal 2002 / 2004

	Var. 2002/2004	
	Viajeros	Pernoctaciones
Vivienda propia	-4,50%	-26,16%
Vivienda alquilada	-4,04%	-25,55%
Apartam. Turísticos	-6,88%	-9,38%
Otros	-25,77%	-8,57%
Rural	6,86%	5,89%
Est. Hoteleros	14,40%	6,15%
Camping	-4,19%	6,68%
<b>TOTAL</b>	<b>-0,81%</b>	<b>-21,91%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

En el gráfico siguiente se observa como las pernoctaciones descienden sensiblemente en los últimos tres años (línea verde) mientras el número de viajeros (línea rosa) se mantiene relativamente estable.



##### 6.1.1.4. Estancia Media.

###### Establecimientos hoteleros

Tabla: Estancia media de los visitantes registrados en establecimientos hoteleros de la Región de Murcia y de España. Serie temporal 1999 / 2004

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>REGIÓN DE MURCIA</b>	3,3	3,15	3,1	3,04	3,01	2,82
<b>NACIONAL</b>	3,93	3,83	3,82	3,72	3,65	3,52

Fuente: encuesta de ocupación hotelera. INE

La estancia media de los viajeros en alojamientos hoteleros de la Región de Murcia sigue una evolución decreciente en el periodo analizado. En el año 1999 los turistas permanecían una media de 3,3 días en la Región, en el año 2004 esta cifra se ha reducido a 2,82 días.

Se puede observar que la estancia media de los visitantes registrados en alojamientos hoteleros de la Región es inferior a la media del resto de CC.AA. En el año 2004, los visitantes permanecieron alojados en establecimientos hoteleros una media de 2,82 días, mientras que la media del país fue de 3,52 días.

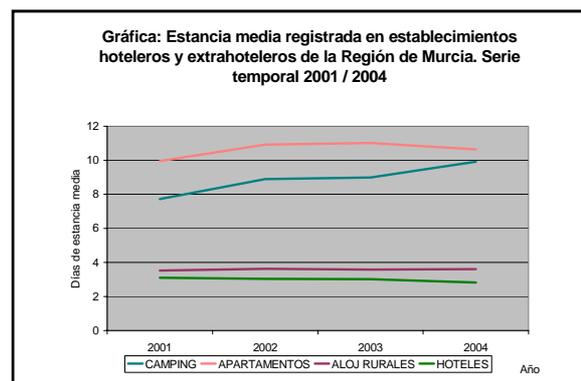
###### Establecimientos extrahoteleros

Estancia media registrada en establecimientos hoteleros y extrahoteleros de la Región de Murcia. Serie temporal 2001 / 2004

	2001	2002	2003	2004	Var. 01 / 04
<b>CAMPING</b>	7,72	8,89	8,99	9,91	28,37%
<b>APARTAMENTOS</b>	9,96	10,92	11,02	10,64	6,83%
<b>ALOJ RURALES</b>	3,52	3,63	3,58	3,61	2,56%
<b>HOTELES</b>	3,1	3,04	3,01	2,82	-9,03%

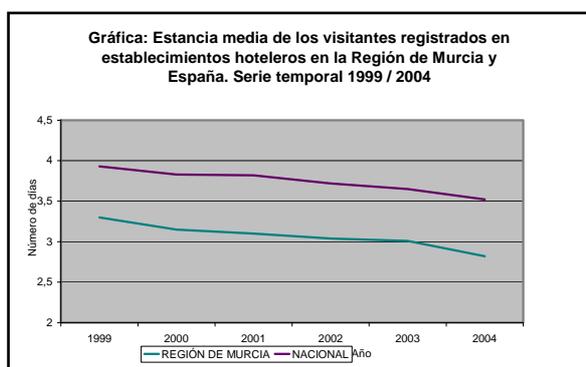
Fuente: encuestas de ocupación. INE

Los apartamentos turísticos y los camping presentan las mayores cifras de estancia media. En el primero (apartamentos turísticos), los viajeros permanecieron como media 10,64 días en el año 2004, mientras que en los campings, la estancia media fue de 9,91 días durante el mismo año. Estos dos tipos de establecimiento son los que más han aumentado su estancia media en los últimos cuatro años, en contraposición a los establecimientos hoteleros en los que ha disminuido.



##### 6.1.1.5. Evolución de la entrada de pasajeros.

A continuación se muestran las entradas de pasajeros a través del aeropuerto de San Javier y del Puerto de Cartagena. Estas cifras no son representativas del número de turistas de la Región, ya que muchos acceden por otras vías, y muchos de los que entran por estos dos puntos, no tienen como destino turístico la Región de Murcia. La proliferación de las compañías aéreas de bajo coste que operan en el aeropuerto de San Javier ha hecho que muchos visitantes elijan este puerto de entrada, más barato que otros aeropuertos cercanos, aunque su destino final sean CC.AA distintas de la de Murcia.



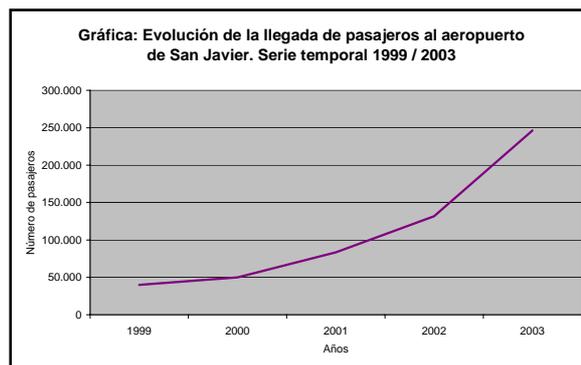
No obstante, lo dicho en el párrafo anterior, las cifras son interesantes para el desarrollo de estudios sectoriales.

##### Aeropuerto de San Javier

Tabla: Llegada de pasajeros al aeropuerto de San Javier según procedencia. Serie temporal 1999 / 2003

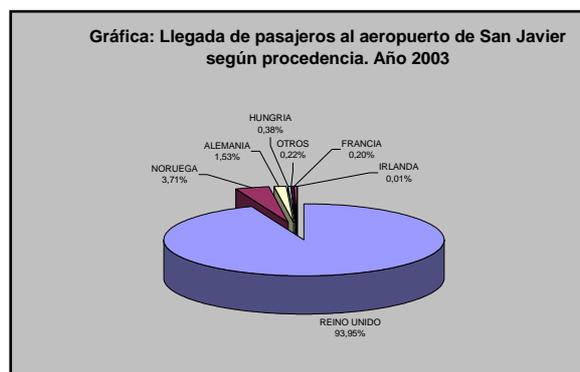
	1999	2000	2001	2002	2003
<b>REINO UNIDO</b>	27.349	32.200	61.085	115.541	231.399
<b>NORUEGA</b>	147	1.498	1.294	1.815	9.133
<b>ALEMANIA</b>	8.672	11.768	12.731	12.039	3.772
<b>HUNGRÍA</b>	0	0	0	0	931
<b>OTROS</b>	1185	1610	4427	2079	549
<b>FRANCIA</b>	0	8	145	316	486
<b>IRLANDA</b>	2.718	3.096	3.756	0	22
<b>TOTAL</b>	<b>40.071</b>	<b>50.180</b>	<b>83.438</b>	<b>131.790</b>	<b>246.292</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia



La entrada de viajeros al Aeropuerto de San Javier ha seguido una evolución creciente en los últimos años, pasando de 40.071 llegadas en 1999, a 246.292 en el año 2003, esto supone un crecimiento del 514,64%, crecimiento que ha estado en gran parte motivado por el incremento de compañías de bajo coste que operan en el aeropuerto y que atraen turistas con destino a Murcia y a otras Comunidades cercanas.

El mayor número de entradas correspondió todos los años a pasajeros procedentes del Reino Unido.



##### Puerto de Cartagena

Por el contrario, la llegada de pasajeros al Puerto de Cartagena, según la Autoridad Portuaria, ha disminuido en ese mismo periodo de tiempo, pasando de 20.375 pasajeros en 1999, a 12.423 en el año 2003.

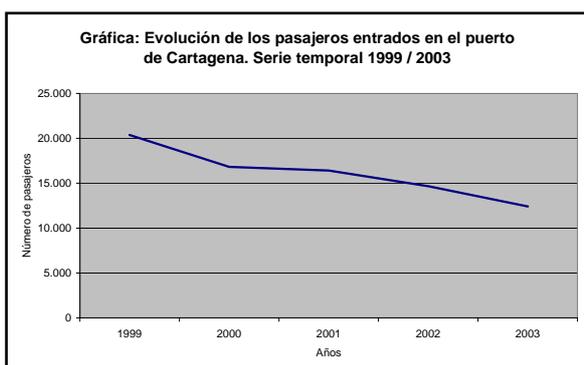
### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

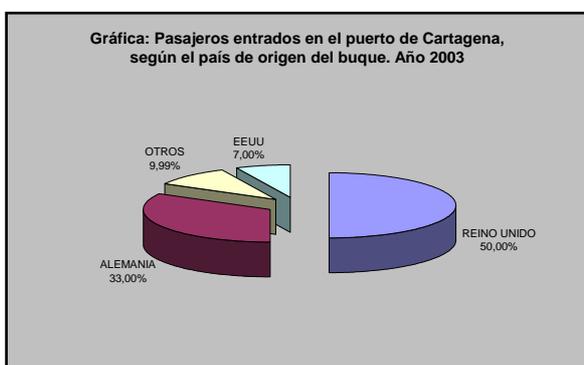
Tabla: Llegada de pasajeros al Puerto de Cartagena procedencia. Serie temporal 1999 / 2003

	1999	2000	2001	2002	2003
<b>REINO UNIDO</b>	14.032	5.989	7.108	1.461	6.212
<b>ITALIA</b>	0	0	0	0	4.100
<b>MARRUECOS</b>	5.849	7.180	5.184	4.105	1.241
<b>ALEMANIA</b>	0	0	0	0	870
<b>PORTUGAL</b>	0	2.505	2.672	7.334	0
<b>EEUU</b>	494	1.143	1.451	472	0
<b>OTROS</b>	0	0	0	1308	0
<b>TOTAL</b>	<b>20.375</b>	<b>16.817</b>	<b>16.415</b>	<b>14.680</b>	<b>12.423</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia



Al igual que ocurría en el Aeropuerto de San Javier, el país de procedencia mayoritaria es el Reino Unido.



##### 6.1.2. Demanda de alojamientos hoteleros.

Para concluir, se ha incluido un apartado centrado en la demanda hotelera, si bien, este tipo de alojamiento no es cuantitativamente el más representativo de la Región, si nos permite obtener conclusiones cualitativas, ya que su comportamiento en cuanto a tasas de crecimiento o estacionalidad, es representativo de todo el sector.

Se ha elegido este tipo de establecimiento para un análisis más detallado, porque es el que tiene más datos

disponibles, tanto en su desglose regional, como a efectos de comparaciones con el resto de España.

Tabla: Evolución del número de viajeros registrados en establecimientos hoteleros por zonas turísticas. Serie temporal 2001 / 2004

	2.001	2.002	2.003	2.004
<b>Murcia Ciudad</b>	294.816	282.112	297.834	290.257
<b>Cartagena</b>	61.075	66.272	70.433	84.484
<b>Lorca / P. Lumbreras</b>	59.195	62.099	64.116	65.403
<b>Total Ciudad</b>	<b>415.086</b>	<b>410.483</b>	<b>432.383</b>	<b>440.144</b>
<b>La Manga</b>	126.700	133.181	140.423	141.908
<b>Resto Mar Menor</b>	74.315	87.166	102.025	112.606
<b>Mazarrón</b>	36.140	39.299	36.230	28.921
<b>Águilas</b>	17.202	15.591	16.723	21.520
<b>Total Costa</b>	<b>254.357</b>	<b>275.237</b>	<b>295.401</b>	<b>304.955</b>
<b>Noroeste</b>	24.456	25.855	30.067	27.762
<b>V.Ricote / Balnearios</b>	43.792	40.975	45.919	51.463
<b>Centro</b>	26.944	29.050	30.838	37.425
<b>Altiplano / Este</b>	18.180	15.867	18.783	20.602
<b>Total Interior</b>	<b>113.372</b>	<b>111.747</b>	<b>125.607</b>	<b>137.252</b>
<b>TOTALES</b>	<b>782.815</b>	<b>797.467</b>	<b>853.391</b>	<b>882.351</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Tabla: Tasa de variación del número de viajeros registrados en establecimientos hoteleros por zonas turísticas. Serie temporal 2001 / 2004

	2001 / 2002	2002 / 2003	2003 / 2004
<b>Murcia Ciudad</b>	-4,31%	5,57%	-2,54%
<b>Cartagena</b>	8,51%	6,28%	19,95%
<b>Lorca / P. Lumbreras</b>	4,91%	3,25%	2,01%
<b>Total Ciudad</b>	<b>-1,11%</b>	<b>5,34%</b>	<b>1,79%</b>
<b>La Manga</b>	5,12%	5,44%	1,06%
<b>Resto Mar Menor</b>	17,29%	17,05%	10,37%
<b>Mazarrón</b>	8,74%	-7,81%	-20,17%
<b>Águilas</b>	-9,37%	7,26%	28,69%
<b>Total Costa</b>	<b>8,21%</b>	<b>7,33%</b>	<b>3,23%</b>
<b>Noroeste</b>	5,72%	16,29%	-7,67%
<b>V.Ricote / Balnearios</b>	-6,43%	12,07%	12,07%
<b>Centro</b>	7,82%	6,15%	21,36%
<b>Altiplano / Este</b>	-12,72%	18,38%	9,68%
<b>Total Interior</b>	<b>-1,43%</b>	<b>12,40%</b>	<b>9,27%</b>
<b>Totales</b>	<b>1,87%</b>	<b>7,01%</b>	<b>3,39%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Se observa que los datos son ligeramente distintos a los presentados en el apartado 6.1.1.1 y 6.1.1.2 de este estudio. Aunque tanto estos como aquellos provienen de la misma fuente (Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia), los informes de procedencia son distintos, y en ocasiones varían los criterios de registro. Esta diferencia no es significativa, y no desvirtúa las conclusiones del análisis. El número de viajeros ha crecido un 12,72%, si bien, lo ha hecho de forma irregular.

### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

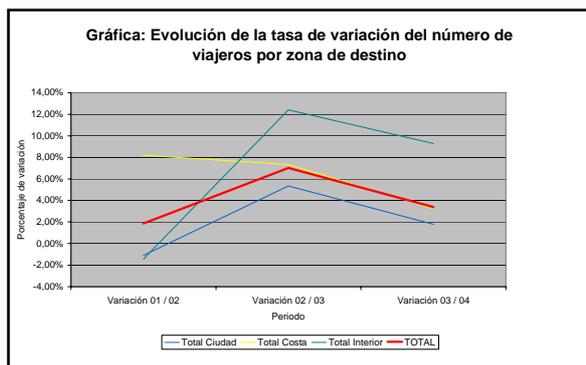
En el año 2002 se produce una desaceleración del crecimiento, que en los destinos de ciudad y de interior se tornó negativo. Este año se produjo una crisis coyuntural en el mercado turístico mundial, motivada por los atentados del 11 de septiembre en Nueva York. El retraimiento de la demanda por temor a una inestabilidad política mundial, y el encarecimiento del transporte aéreo, hizo caer el número de viajeros mundiales. Pero esta situación fue transitoria, y en el año 2003 estas cifras se recuperaron, para volver a caer en el año 2004. Esta última caída está directamente relacionada con la crisis económica de algunos de nuestros principales mercados emisores de la Unión Europea.

Se observa también un estancamiento en los destinos de costa, en el año 2002, todos los destinos recuperaron sus tasas de crecimiento anteriores excepto la costa. Los destinos de litoral representan un mercado maduro con menos potencial de crecimiento que otros destinos emergentes situados en las ciudades y en el interior.

Tabla: Evolución de la tasa de variación del número de viajeros registrados en establecimientos hoteleros por zonas de destino. Serie temporal 2001 / 2002

	Ciudad	Costa	Interior	Totales
<b>2.001</b>	415.086	254.357	113.372	<b>782.815</b>
<b>2.002</b>	410.483	275.237	111.747	<b>797.467</b>
<b>Varia. 01 / 02</b>	<b>-1,11%</b>	<b>8,21%</b>	<b>-1,43%</b>	<b>1,87%</b>
<b>2.003</b>	432.383	295.401	125.607	<b>853.391</b>
<b>Varia. 02 / 03</b>	<b>5,34%</b>	<b>7,33%</b>	<b>12,40%</b>	<b>7,01%</b>
<b>2.004</b>	440.144	304.955	137.252	<b>882.351</b>
<b>Varia. 03 / 04</b>	<b>1,79%</b>	<b>3,23%</b>	<b>9,27%</b>	<b>3,39%</b>
<b>Variación total del periodo 2001 / 2004</b>	<b>6,04%</b>	<b>19,89%</b>	<b>21,06%</b>	<b>12,72%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia



La línea roja representa la media regional, se observa como la evolución de las zonas de interior (línea verde) está por encima de la media, mientras que la de ciudad se sitúa por debajo.

#### Comparación nacional

Comparando la evolución de la entrada de viajeros totales a la Región de Murcia con el resto de España, observamos que nuestra Región experimenta un crecimiento más acelerado que la media nacional, la Región de Murcia ha comenzado a desarrollar su sector turístico relativamente tarde, y por tanto su capacidad de crecimiento es mayor que la mayoría de las regiones españolas.

Evolución de la tasa de variación del total de viajeros en la Región de Murcia y en España. Serie temporal 1999 / 2004

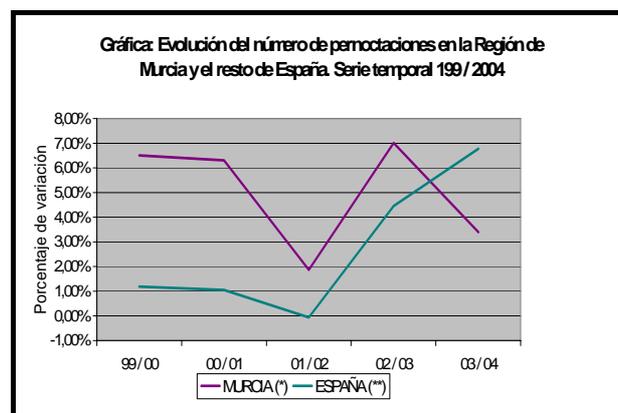
	MURCIA (*)	ESPAÑA (**)
<b>99 / 00</b>	6,5%	1,2%
<b>00 / 01</b>	6,3%	1,0%
<b>01 / 02</b>	1,9%	-0,1%
<b>02 / 03</b>	7,0%	4,4%
<b>03 / 04</b>	3,4%	6,8%
<b>Variación total del periodo 1999 / 2004</b>	<b>21,64%</b>	<b>13,97%</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

(\*) Los datos de la CA de la Región de Murcia de los años 1999 y 2000 provienen del INE

(\*\*) INE

Las dos líneas de evolución presentan un desarrollo similar, pero se observa un destacado cambio de tendencia en el año 2004, en el que la evolución nacional es positiva y la regional negativa.



### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

##### Pernoctaciones

Tabla: Número de pernoctaciones por zonas de destino de la Región de Murcia. Serie temporal 2001 / 2004

	2.001	2.002	2.003	2.004
<b>Murcia Ciudad</b>	500.236	482.669	497.463	490.973
<b>Cartagena</b>	139.998	146.906	153.645	179.084
<b>Lorca / P. Lumbreras</b>	84.223	90.531	94.502	92.367
<b>Total Ciudad</b>	<b>724.457</b>	<b>720.106</b>	<b>745.610</b>	<b>762.424</b>
<b>La Manga</b>	848.281	818.991	873.636	813.449
<b>Resto Mar Menor</b>	337.690	366.287	445.180	413.218
<b>Mazarrón</b>	110.669	128.580	105.966	78.543
<b>Águilas</b>	42.392	35.150	35.714	55.817
<b>Total Costa</b>	<b>1.339.032</b>	<b>1.349.008</b>	<b>1.460.496</b>	<b>1.361.027</b>
<b>Noroeste</b>	42.478	48.566	51.655	48.604
<b>V.Ricote / Balnearios</b>	215.441	201.210	199.512	191.919
<b>Centro</b>	50.354	52.540	56.562	66.591
<b>Altiplano / Este</b>	35.074	30.720	33.826	36.247
<b>Total Interior</b>	<b>343.347</b>	<b>333.036</b>	<b>341.555</b>	<b>343.361</b>
<b>Totales</b>	<b>2.406.836</b>	<b>2.402.150</b>	<b>2.547.661</b>	<b>2.466.812</b>

Fuente. Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Tabla: Tasa de variación del número de pernoctaciones por zonas de destino de la Región de Murcia. Serie temporal 2001 / 2004

	2001 / 2002	2002 / 2003	2003 / 2004
<b>Murcia Ciudad</b>	-3,51%	3,07%	-1,30%
<b>Cartagena</b>	4,93%	4,59%	16,56%
<b>Lorca / P. Lumbreras</b>	7,49%	4,39%	-2,26%
<b>Total Ciudad</b>	<b>-0,60%</b>	<b>3,54%</b>	<b>2,26%</b>
<b>La Manga</b>	-3,45%	6,67%	-6,89%
<b>Resto Mar Menor</b>	8,47%	21,54%	-7,18%
<b>Mazarrón</b>	16,18%	-17,59%	-25,88%
<b>Águilas</b>	-17,08%	1,60%	56,29%
<b>Total Costa</b>	<b>0,75%</b>	<b>8,26%</b>	<b>-6,81%</b>
<b>Noroeste</b>	14,33%	6,36%	-5,91%
<b>V.Ricote / Balnearios</b>	-6,61%	-0,84%	-3,81%
<b>Centro</b>	4,34%	7,66%	17,73%
<b>Altiplano / Este</b>	-12,41%	10,11%	7,16%
<b>Total Interior</b>	<b>-3,00%</b>	<b>2,56%</b>	<b>0,53%</b>
<b>Totales</b>	<b>-0,19%</b>	<b>6,06%</b>	<b>-3,17%</b>

Fuente. Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Evolución de la tasa de variación de pernoctaciones por zona e destino de la región de Murcia. Serie temporal 2001 / 2004

	2.001	2.002	Varia. 01 / 02	2.003	Varia. 02 / 03	2.004	Varia. 03 / 04
<b>Ciudad</b>	724.457	720.106	-0,60%	745.610	3,54%	762.424	2,26%
<b>Costa</b>	1.339.032	1.349.008	0,75%	1.460.496	8,26%	1.361.027	-6,81%
<b>Interior</b>	343.347	333.036	-3,00%	341.555	2,56%	343.361	0,53%
<b>Totales</b>	<b>2.406.836</b>	<b>2.402.150</b>	<b>-0,19%</b>	<b>2.547.661</b>	<b>6,06%</b>	<b>2.466.812</b>	<b>-3,17%</b>

Fuente. Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

Tabla: Evolución de la tasa de variación del total de pernoctaciones en la Región de Murcia y en España. Serie temporal 1999 / 2004

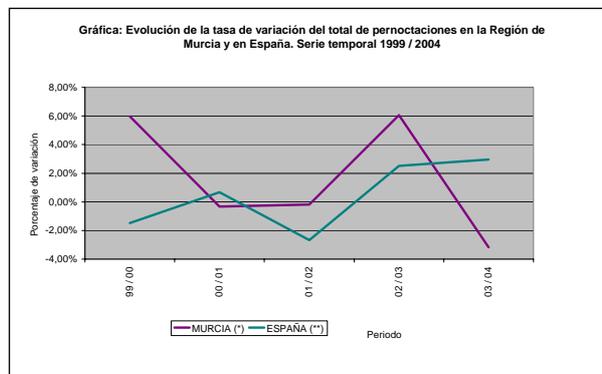
	99 / 00	00 / 01	01 / 02	02 / 03	03 / 04
<b>MURCIA (*)</b>	5,98%	-0,34%	-0,19%	6,06%	-3,17%
<b>ESPAÑA (**)</b>	-1,47%	0,68%	-2,68%	2,52%	2,96%

Fuente. Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia

(\*) Los datos de la CA de la Región de Murcia de los años 1999 y 2000 provienen del INE

(\*\*) INE

El número de pernoctaciones sigue una evolución similar a la entrada de viajeros con una pequeña diferencia en el año 2001 en el que las pernoctaciones de la Región de Murcia disminuyeron y aumentaron en el resto del país.



El número de pernoctaciones crece a un ritmo menor que el del número de viajeros para todo el periodo de estudio, esto se traduce (tal y como se observa en el apartado siguiente), en un descenso de la estancia media de los viajeros, que siempre se encuentra por debajo de la media nacional.

##### 6.1.2.1. Pernoctaciones en hoteles en zonas costeras.

Por ser el turismo del litoral el principal turismo de la Región de Murcia, se ha incluido este apartado que estudia la evolución de las pernoctaciones hoteleras en zonas de costa en comparación con los destinos que ofrecen un producto similar al nuestro: la costa de Andalucía y la costa de la Comunidad Valenciana.

Las cifras de este apartado proceden íntegramente del INE, se observa que no coinciden con las que se presentan en el apartado anterior, esto es debido a que la Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (centro del que proceden los datos anteriores), no utiliza el mismo criterio de zonificación que el INE. Al margen de las consideraciones anteriores, el estudio es significativo, ya que todos los datos de este apartado si proceden de la misma fuente, y son válidos para un estudio comparativo.

### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

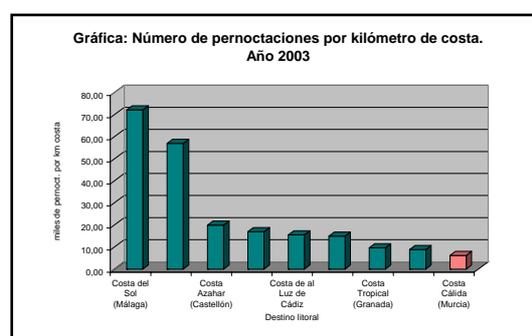
Tabla: Variación de las pernoctaciones hoteleras en los destinos de costa entre los años 1999 y 2003

	1999	2000	Var. 99 / 00	2001	Var. 00 / 01	2002	Var. 01 / 02	2003	Var. 02 / 03
<b>ANDALUCÍA</b>									
Costa de Almería	3.892.299	3.991.124	2,54%	4.017.135	0,65%	3.831.853	-4,61%	4.218.718	10,10%
Costa de la Luz de Cádiz	3.547.118	3.720.912	4,90%	3.894.111	4,65%	4.031.329	3,52%	4.410.765	9,41%
Costa de la Luz de Huelva	1.364.116	1.476.907	8,27%	1.504.508	1,87%	1.690.924	12,39%	1.812.050	7,16%
Costa del Sol (Málaga)	14.051.526	14.533.210	3,43%	14.675.748	0,98%	14.308.715	-2,50%	14.993.870	4,79%
Costa Tropical (Granada)	554.704	597.416	7,70%	607.951	1,76%	747.093	22,89%	776.705	3,96%
<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>									
Costa Azahar (Castellón)	2.006.155	2.040.493	1,71%	2.140.536	4,90%	2.426.862	13,38%	2.763.064	13,85%
Costa Blanca (Alicante)	13.708.366	14.115.354	2,97%	14.020.255	-0,67%	13.536.871	-3,45%	13.895.274	2,65%
Costa Valencia (Valencia)	914.916	997.052	8,98%	1.177.123	18,06%	1.104.106	-6,20%	1.190.490	7,82%
<b>REGIÓN DE MURCIA</b>									
Costa Cálida (Murcia)	1.419.531	1.495.258	5,33%	1.497.232	0,13%	1.533.797	2,44%	1.696.015	10,58%

Fuente: INE

Tabla: Variación de las pernoctaciones en los destinos de costa entre los años 1999 y 2003, y número de pernoctaciones por kilómetro de costa en el año 2003

	Variación 99 / 03	Km costa	Pernoctaciones por Km costa
Costa Tropical (Granada)	40,02%	81	9.588,95
Costa Azahar (Castellón)	37,73%	139	19.878,16
Costa de la Luz de Huelva	32,84%	122	14.852,87
Costa de Valenca	30,12%	135	8.818,44
Costa de al Luz de Cádiz	24,35%	285	15.476,37
Costa Cálida (Murcia)	19,48%	252	6.730,22
Costa de Almería	8,39%	249	16.942,64
Costa del Sol (Málaga)	6,71%	208	72.085,91
Costa Blanca (Alicante)	1,36%	244	56.947,84



De las tres comunidades autónomas analizadas, la Región de Murcia es la que presenta un menor número de pernoctaciones por kilómetro lineal en zonas de litoral (6.730,22 pernoctaciones por kilómetro cuadrado en el año 2003). Esta cifra no es siempre comparable con el resto de destinos, ya que la mayoría de ellos pertenecen a provincias cuyas capitales administrativas se encuentran en zonas del litoral, y en sus pernoctaciones se incluyen tanto los productos de sol y playa como cultural o de negocios.

Las pernoctaciones del litoral de la Región de Murcia se han incrementado un 19,48 % en el periodo 1999 – 2004, una tasa de crecimiento sólo superior a mercados muy maduros como Málaga y Alicante que ya poseen un recorrido de crecimiento limitado.

##### 6.2. ESTACIONALIDAD.

El turismo es una actividad económica muy estacional, que suele presentar puntas de demanda muy acentuadas en los meses de verano y un poco más tenues en Semana Santa, para bajar drásticamente el resto del año.

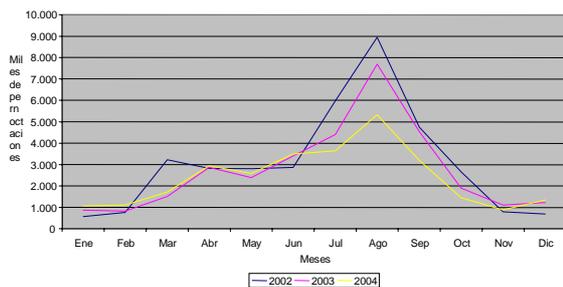
Tabla: Evolución mensual del número de pernoctaciones en la Región de Murcia

	2002	2003	2004
<b>Ene</b>	565.926	862.248	1.057.780
<b>Feb</b>	761.698	827.332	1.110.666
<b>Mar</b>	3.220.442	1.512.291	1.717.834
<b>Abr</b>	2.820.481	2.869.523	2.932.272
<b>May</b>	2.804.933	2.397.650	2.583.279
<b>Jun</b>	2.870.435	3.397.947	3.487.364
<b>Jul</b>	5.966.062	4.414.726	3.650.067
<b>Ago</b>	8.943.453	7.694.982	5.329.392
<b>Sep</b>	4.746.348	4.547.841	3.197.915
<b>Oct</b>	2.647.647	1.893.209	1.451.847
<b>Nov</b>	783.511	1.107.685	877.002
<b>Dic</b>	674.534	1.232.232	1.345.735
<b>TOTAL</b>	<b>36.805.470</b>	<b>32.757.666</b>	<b>28.741.152</b>

Fuente: Unidad de estudios y estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la CA de la Región de Murcia

La tabla anterior muestra la evolución mensual de las pernoctaciones registradas en los distintos tipos de establecimiento, estos datos permiten obtener el siguiente gráfico de estacionalidad.

Gráfica: Evolución mensual del número de pernoctaciones en la Región de Murcia

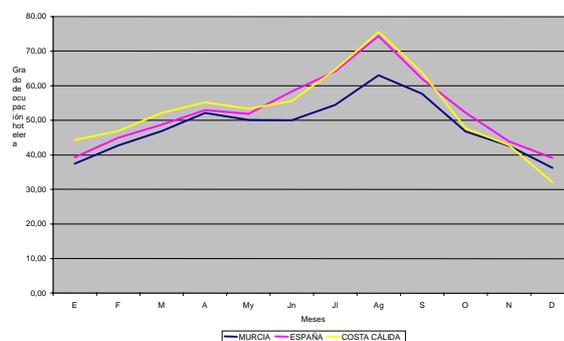


La curva de estacionalidad se suaviza en el año 2004 (línea amarilla), si bien esto es debido a una disminución de las pernoctaciones en los meses de verano, más que por un incremento en los de temporada baja.

Para poder hacer un estudio comparativo de la estacionalidad de la Región con el resto de CC.AA se ha utilizado el grado de ocupación hotelera publicado por el INE.

Los gráficos que se presentan a continuación muestran el grado de ocupación hotelera en la Región de Murcia, en el litoral murciano y en el total del país, con el objeto de realizar un estudio comparativo.

Gráfico: Grado de ocupación hotelera mensual en Murcia, Costa Cálida y España. Año 2003



El perfil de la estacionalidad es más acusado en el conjunto del país, Murcia tiene una estacionalidad menor que la media nacional, si bien, la estacionalidad de su ocupación hotelera en destinos de costa está por encima de esa media.

### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

Tabla: Evolución del grado de ocupación hotelera en la Región de Murcia, España y la Costa Cálida. Serie temporal 1999 - 2003

MURCIA													
	Total	E	F	M	A	My	Jn	Jl	Ag	S	O	N	D
1999	47,77	32,07	41,31	46,49	52,07	44,57	51,23	57,68	64,52	56,05	46,52	36,23	30,74
2000	48,46	32,77	47,09	47,11	54,74	45,40	54,39	55,71	63,22	52,48	47,68	39,63	30,11
2001	48,77	34,28	44,17	46,31	53,29	47,76	49,39	58,23	62,45	57,57	44,67	43,65	31,17
2002	47,23	31,54	42,36	51,24	44,67	45,45	47,93	54,22	61,78	56,72	44,27	42,24	35,31
2003	48,92	37,45	42,74	46,92	52,08	50,05	49,96	54,45	62,96	57,67	46,76	42,64	36,28

ESPAÑA													
	Total	E	F	M	A	My	Jn	Jl	Ag	S	O	N	D
1999	60,87	44,62	50,77	54,48	58,63	60,32	65,04	70,59	78,01	70,86	61,16	50,51	41,91
2000	58,86	40,76	48,22	54,1	58,3	56,34	63,05	68,86	75,73	68,55	58,3	49,09	42,45
2001	58,06	41,16	49,63	52,55	56,81	55,51	62,31	69,16	76,22	67,9	55,23	47,92	40,24
2002	55,27	38,91	47,55	54,09	49,81	52,82	57,99	65,29	74,42	63,65	53,11	45,22	39,97
2003	54,47	39,32	44,95	48,76	52,95	51,86	58,3	64,12	74,32	61,98	52,17	43,85	39,1

COSTA CÁLIDA													
	Total	E	F	M	A	My	Jn	Jl	Ag	S	O	N	D
1999	54,64	38,39	46	51,98	56,78	47,77	58,83	70,07	80,76	63,1	49,59	27,7	23,42
2000	54,22	34,64	52,64	52,92	59,15	47,18	61,32	67,39	75,27	58,78	50,74	36,98	23,09
2001	53,4	35,48	45,44	50,18	57,03	51,58	56,48	68,45	75,5	62,61	40,85	42,3	22,43
2002	52,29	32,6	45,48	56,59	48,01	46,72	53,06	65,57	73,38	62,9	42,45	44,51	33,58
2003	54,44	44,24	46,83	52,08	55,23	53,3	55,56	64,62	75,58	63,88	47,71	42,83	32,09

Fuente: INE

Tabla: Evolución mensual de las pernoctaciones por tipo de alojamiento. Año 2004

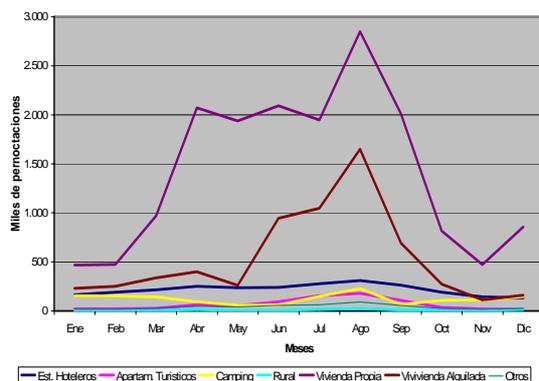
	Est. Hoteleros	Apartam. Turísticos	Camping	Rural	Vivienda Propia	Vivienda Alquilada	Otros	TOTAL
Ene	164.995	20.626	154.293	5.842	466.726	229.584	15.713	1.057.780
Feb	191.410	21.623	151.586	5.663	475.377	249.807	15.200	1.110.666
Mar	215.350	25.199	140.069	5.544	968.741	337.115	25.816	1.717.834
Abr	249.609	61.397	93.528	10.786	2.071.413	397.246	48.293	2.932.272
May	234.905	51.557	56.823	2.961	1.936.521	259.353	41.159	2.583.279
Jun	237.352	92.106	60.329	4.991	2.092.556	943.498	56.532	3.487.364
Jul	277.213	155.171	147.500	13.649	1.947.314	1.047.168	62.051	3.650.067
Ago	310.308	179.011	226.219	24.508	2.848.697	1.650.049	90.600	5.329.392
Sep	261.047	107.447	64.665	7.776	2.011.744	690.871	54.365	3.197.915
Oct	191.499	32.383	106.652	8.827	814.952	272.852	24.681	1.451.847
Nov	141.879	18.124	112.544	5.325	472.344	111.877	14.909	877.002
Dic	132.161	16.451	146.038	13.868	855.609	158.739	22.869	1.345.735
<b>TOTAL</b>	<b>2.607.728</b>	<b>781.095</b>	<b>1.460.246</b>	<b>109.740</b>	<b>16.961.994</b>	<b>6.348.161</b>	<b>472.188</b>	<b>28.741.152</b>

Fuente: Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la CA de la Región de Murcia

### III. ANÁLISIS ACTUALIZADO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

#### 6. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.

Gráfica: estacionalidad de los distintos tipos de alojamiento



Si analizamos la evolución mensual de las pernoctaciones de los distintos tipos de alojamiento, observamos que las viviendas propias presentan el mayor índice de estacionalidad seguidas por las viviendas alquiladas.

Grado de ocupación en los distintos tipos de alojamiento turístico, año 2004

TIPO DE ALOJAMIENTO	GRADO DE OCUPACIÓN
EST. HOTELEROS	46,86
CAMPINGS	47,09 (*)
PARATEMENTOS TURÍSTICOS	30,47
ALOJ. RURAL	14,36

(\*)Por parcela

Fuente: Encuestas de ocupación del INE

#### 6.3. PROCEDENCIA DEL TURISTA.

El 81,4 % de las pernoctaciones hoteleras que se registraron en la Región de Murcia en el año 2004 eran turistas nacionales, y el restante 18,6% correspondieron a turistas extranjeros.

En este apartado presentamos la distribución de los turistas por su procedencia, distinguiendo los nacionales de los extranjeros.

La serie temporal analizada corresponde al periodo 1999 – 2001, todos los datos han sido obtenidos del INE, excepto los correspondientes al año 2004 que proceden de la Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia.

##### 6.3.1. Turistas Nacionales.

Tabla: Distribución porcentual de la procedencia de los visitantes nacionales a la Región de Murcia. Serie temporal 1999 /2004

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
C Madrid	22,17	23,15	22,78	22,61	23	22,02
C Valenciana	18,55	16,17	17,57	17,4	17,65	16,98
R Murcia	12,04	12,69	14,49	14,67	15,1	16,91
Andalucía	14,02	12,61	12,34	12,16	12,64	12,53
Cataluña	13,38	14,08	13,2	14,04	11,74	11,42
Castilla - La Mancha	6,14	5,75	5,3	5,19	5,56	5,52
Castilla y León	2,9	2,91	3,14	3,37	3,5	3,30
País Vasco	1,77	2,33	2,17	1,74	1,91	2,28
Galicia	1,49	2,09	1,82	1,71	1,65	1,64
Aragón	1,41	1,55	1,36	1,43	1,26	1,41
P Asturias	1,5	1,7	1,03	1,13	1,03	1,09
Extremadura	0,93	1,15	1,06	0,98	1,25	1,05
Balears	0,66	0,83	0,81	0,83	0,94	0,95
Canarias	0,73	0,8	0,67	0,66	0,79	0,85
CF Navarra	0,86	0,68	0,73	0,58	0,59	0,71
Cantabria	0,78	0,8	0,82	0,81	0,68	0,65
Ceuta y Melilla	0,28	0,24	0,28	0,34	0,32	0,38
La Rioja	0,4	0,47	0,43	0,35	0,38	0,33

Fuente: INE

Los turistas nacionales proceden en un 22,06 % de la C.A de Madrid, seguidos de Valencia (16,98%). Su distribución en el tiempo, es más o menos uniforme, si bien, es de destacar el incremento de la diferencia de porcentajes de la C.A de Madrid con el resto de CC.AA.

El turismo interno (procedente de la Región de Murcia) representó un 16,91 % del turismo nacional en el año 2004.

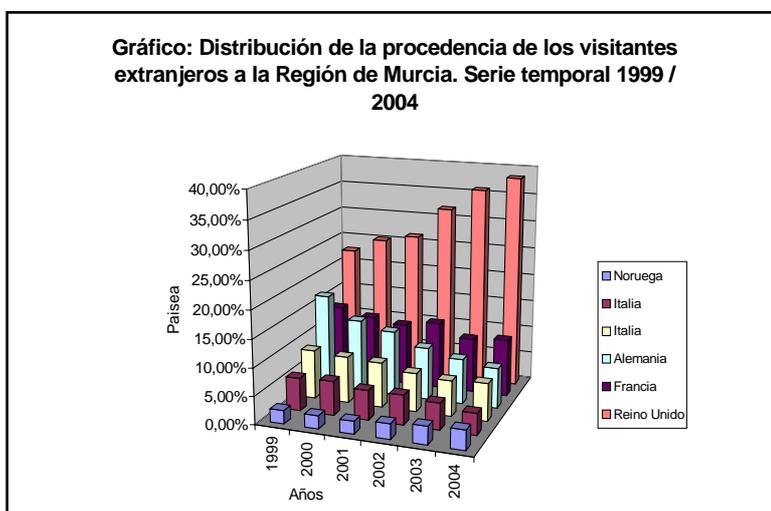
##### 6.3.2. Turistas Extranjeros.

Tabla: Evolución de los viajeros extranjeros registrados en hoteles por país de procedencia

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Reino Unido</b>	22,64%	25%	26,30%	31,9%	35,8%	38,4%
<b>Francia</b>	13,20%	12%	11,14%	12,1%	9,9%	10,3%
<b>Alemania</b>	17,04%	13%	11,76%	9,5%	8,1%	7,3%
<b>Italia</b>	8,82%	8%	8,07%	7,0%	6,5%	6,8%
<b>Portugal</b>	5,90%	6%	5,33%	5,4%	4,8%	3,9%
<b>Noruega</b>	2,41%	2%	2,27%	2,7%	3,2%	3,5%
<b>Otros</b>	30,00%	33%	35,12%	31,4%	31,7%	29,9%
<b>TOTAL</b>	100,00%	100%	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: INE

**Gráfico: Distribución de la procedencia de los visitantes extranjeros a la Región de Murcia. Serie temporal 1999 / 2004**



En el año 1999 el 22,64 % de los turistas provenían del Reino Unido, este porcentaje se ha ido incrementando en detrimento del que representan países como Alemania o Francia, que representan los dos principales países emisores de turismo después del Reino Unido.

##### 6.4. SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA POR PRODUCTOS TURÍSTICOS.

En el siguiente capítulo se establece una clasificación y una tipología de los productos turísticos que se desarrollan en la Región de Murcia, de los que existen estudios estadísticos realizados sobre las características de la demanda. Dichos estudios están basados en los productos turísticos con los que la Región se siente más identificada.

- Producto de Salud
- Producto Ciudad/Cultural
- Producto de Congresos
- Producto Deportivo Activo:
- Turismo del circuito de velocidad de Cartagena.
- Producto Rural y de Naturaleza
- Producto Sol y Playa
- Producto Religioso

En el análisis efectuado de la segmentación de la demanda de cada uno de los productos se ha optado por desarrollarlos mediante fichas estándar, que ayudan a clasificar adecuadamente el tipo de turismo que recibe la Región por cada uno de los productos.

Se pretende identificar cada uno de los segmentos de mercado por cada producto turístico y conocer el perfil y el comportamiento de los turistas y excursionistas de dicho segmento que visitaron la Región de Murcia. Para ello, se establecen los siguientes parámetros:

- a. Denominación** de los segmentos de mercado que emplean con mayor frecuencia los productos.
- b. Edad media**
- c. Procedencia**
- d. Composición del grupo:** (familia, amigos, pareja)
- e. Alojamiento empleado**
- f. Transporte**
- g. Organización del viaje** (individual, organizado)
- h. Estacionalidad:** época del año en la que el turista o excursionista viaja a la Región de Murcia por cada uno de los segmentos de mercado.
- i. Estancia media:** estancia media en la que los turistas o excursionistas permanecen en el destino por cada uno de los segmentos de mercado.

Actividades realizadas por los usuarios del producto:

- a. Actividades del producto:** actividades actuales vinculadas directamente con el producto turístico que motiva el desplazamiento al destino.

**b. Actividades complementarias:** actividades actuales vinculadas complementariamente a la actividad principal que motiva la visita al destino.

**c. Productos turísticos asociados,** con los que se establece cierta sinergia o complementariedad.

##### 6.4.1. Producto de Salud.

Respecto al comportamiento de la demanda del turismo de Salud en la Región de Murcia, se han obtenido los datos de las entrevistas personales (401 entrevistas) a turistas tanto nacionales (89,8%) como extranjeros (10,2%) realizadas entre las zonas con una mayor tradición y peso:

- Archena
- Fortuna
- La Manga
- Mar Menor

##### Comportamiento de la demanda turística en el Producto de Salud

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
<b>Denominación</b>	<b>Producto de Salud</b>
<b>Edad</b>	+65 años (39,9%) 56-65 años (28,2%) 45-55 años (16,7%)
<b>Procedencia T. Nacional</b>	Madrid (34,7%) Valencia (18,3%) Andalucía (10,1%)
<b>Procedencia T. Extranjero</b>	Francia (34,1%) Reino Unido (24,4%) Alemania (41,5%)
<b>Composición del Grupo</b>	Familia (72%)
<b>Alojamiento</b>	Hotel (74%)
<b>Transporte</b>	Coche particular (69,9%)
<b>Gasto</b>	86,09€ persona y día.
<b>Organización del viaje</b>	Agencia de viajes (44,4%) Forma independiente (43,1%)
<b>Estancia media</b>	Entre 5 y 10 días (72,3%)
<b>Estacionalidad</b>	No existe
<b>Actividades del producto</b>	Utilizar las piscinas termales (65, 8%). Recibir tratamientos (64,6%). Disfrutar del sol y la playa y/o naturaleza (49,9%).
<b>Actividades complementarias</b>	Diversión nocturna Visitar monumentos y actividades culturales Realizar excursiones
<b>Productos asociados</b>	Producto Sol y Playa Producto Cultural Producto de Naturaleza

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Unidad de Estudios y Estadística Turística. Turismo en la Región de Murcia. 2003.

Se observa un perfil de turista mayor de 56 años procedente principalmente de la Comunidad de Madrid, debido probablemente a los buenos accesos que

existen por carretera y ferrocarril. Las Comunidades Autónomas de Andalucía y Valencia también aportan un gran número de turistas, dato mencionado por su importancia. Este producto es susceptible de ser consumido por un tipo de alojamiento principalmente hotelero que, sumado al consumo de actividades relacionadas con tratamientos de salud, ocasiona un gasto medio al día significativo.

A esto hay que añadir la estancia media que ocasiona el producto y la inexistencia de estacionalidad. Todo ello hace que este producto sea muy importante dentro de la Región de Murcia y por lo tanto susceptible de desarrollarse. Esto ha provocado que desde el sector público y privado se establezcan iniciativas para fortalecer el desarrollo del producto desde la calidad y cantidad de las instalaciones, el asociacionismo y la promoción del producto.

#### 6.4.2. Producto Ciudad/Cultural.

La segmentación de la demanda del Producto Cultural de la Región de Murcia se ha obtenido de las entrevistas (502 entrevistas) llevadas a cabo en los dos municipios donde en la actualidad se han desarrollado dos productos culturales de gran importancia para el desarrollo cultural:

- Cartagena Puerto de Culturas.
- Lorca Taller del Tiempo.

#### Comportamiento de la demanda turística en el Producto Cultural

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
<b>Denominación</b>	<b>Producto Cultural</b>
<b>Edad</b>	46-55 años (18,9%) 36-45 años (18,6%) + de 65 años (17,6%)
<b>Procedencia Nacional (71%)</b>	Comunidad Valenciana (21,3%) Andalucía (19,6%) Madrid (17,9%)
<b>Composición del Grupo</b>	Con amigos (37,9%) En pareja (26%)
<b>Alojamiento</b>	Hotel (45,8%)
<b>Transporte</b>	Vehículo propio (68,3%)
<b>Gasto</b>	86,22€ persona y día.
<b>Organización del viaje</b>	-
<b>Estancia Media</b>	3 días (33,8%). 4-5 días (19,5%).
<b>Estacionalidad</b>	-
<b>Oferta del producto</b>	Visitas a otros lugares dentro de la Región
<b>Actividades complementarias</b>	-
<b>Productos asociados</b>	-

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Unidad de Estudios y Estadística Turística . Turismo en la Región de Murcia. 2004

El Producto Cultural en la Región de Murcia va ganando un posicionamiento en el mercado turístico cada vez más importante. Buscando la diferenciación y la diversificación aparecen estos dos conceptos de turismo cultural Lorca Taller del Tiempo y Cartagena Puerto de Culturas, definidos principalmente por el dinamismo de su concepto.

Se observa un perfil de turista mayor de 45 años, principalmente que viaja con sus amigos o pareja, que se aloja en un hotel y por último, y al igual que el Producto de Salud, proceden de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Valencia y Madrid. Esto demuestra que los destinos competidores turísticamente son, por proximidad, el yacimiento de mercado más importante para la Región de Murcia.

El Producto Cultural en la Región se encuentra en estado emergente según los ciclos de vida de los productos. Pero se debe de tener en cuenta, como se ha dicho anteriormente, que es un producto con un nuevo concepto, por lo tanto es susceptible de atraer una cuota de mercado más joven y que viaje en familia. Ante esta situación debemos considerar una estrategia de promoción orientada exclusivamente a esta tipología de segmento de gran potencial.

#### 6.4.3. Producto de Congresos.

Los datos de la segmentación de la demanda del Producto de Congresos de la Región de Murcia han sido obtenidos de las entrevistas (300 entrevistas) llevadas a cabo en octubre del 2004, realizadas en las salas donde se han efectuado eventos profesionales o formativos.

##### Comportamiento de la demanda turística en el Producto de Congresos

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Denominación	Producto de Congresos
Edad	26-35 años (%) 36-45 años (%)
Procedencia	Madrid (20%) Cataluña (19,5%)
Composición del Grupo	Solo (58%) Con amigos (32%)
Alojamiento	Hotel (91,7%)
Transporte	Vehículo propio (64,7%)
Gasto	221,55€ persona y día.
Organización del viaje	A través de la organización del evento (71,9%)
Estancia Media	Hasta 3 días (58,1%) 4-5 días (37,3%)
Estacionalidad	
Oferta del producto	Entretenimiento nocturno (23,3%) Visitar monumentos (36%)
Actividades complementarias	Compras (31%) Restaurantes
Productos asociados	Producto cultural

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Unidad de Estudios y Estadística Turística. Turismo en la Región de Murcia. 2004

El producto de eventos y reuniones profesionales, más conocido como *Turismo de Congresos*, presenta un gran interés para los destinos turísticos que quieren desarrollar la actividad turística. Esto se debe principalmente a que el desarrollo del producto no está sujeto a los recursos considerados como turísticos que existan en destino, sino a la calidad y cantidad de infraestructuras turísticas o no turísticas que existan y que ayuden al profesional a desarrollar su actividad lo más cómodamente posible.

Por ello, las empresas y las administraciones locales han desarrollado en la Región de Murcia importantes infraestructuras que se basan principalmente en transporte, accesos, alojamiento y espacios para la realización de las reuniones dotadas de todos los equipamientos necesarios.

El esfuerzo realizado por la Región de Murcia en potenciar este tipo de turismo se ve reflejado principalmente en el desarrollo de este producto en la ciudad de Murcia. Ésta cuenta en la actualidad con un claro posicionamiento en la oferta de infraestructuras para la celebración de algún tipo de evento profesional a nivel nacional.

El perfil del turista de congresos está caracterizado principalmente por alojarse en hoteles, por el consumo de oferta complementaria en el destino que visita y, por supuesto, por su elevado gasto medio prácticamente igual al del turismo de golf, como se verá a continuación. El

atractivo de este producto radica en el reparto equitativo de beneficios para toda la comunidad local donde se desarrolle.

##### 6.4.4. Producto deportivo-activo. (Circuito de Velocidad de Cartagena).

El diagnóstico de la Región de Murcia ha identificado un nuevo subproducto turístico relacionado con el Producto Deportivo Activo, en el que la motivación principal de viaje esta relacionada con las actividades vinculadas con un circuito de velocidad. Los datos obtenidos no son realizados por encuestación estadística, sino que son estimaciones de los socios del Circuito de Velocidad de Cartagena mediante el *Estudio-proyecto potencialidad turística del "Circuito de Velocidad de Cartagena"* elaborado por la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo, Dirección General de Infraestructuras de Turismo. Entre los profesionales, los no profesionales y los espectadores, el circuito de Cartagena ha recibido durante el año 2003 un total de 38.000 visitantes. Ante la importancia que presenta dicho subproducto es elemental analizar la segmentación de la demanda para conocer el perfil de turista que consume este producto.

##### Comportamiento de la demanda turística en el Producto Deportivo Activo

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Denominación	Producto Deportivo
Edad	18-45 años
Procedencia	Espanoles (24%) Alemanes (21%) Reino Unido (11%)
Composición del Grupo	-
Alojamiento	Hoteles (95%) Campings (5%)
Transporte	-
Gasto	230€ por persona y día
Organización del viaje	-
Estancia Media	-
Estacionalidad	Todos los meses menos verano
Oferta del producto	Realización de pruebas Cursos Etc.
Actividades complementarias	Gastronomía Deportes náuticos Golf Visitas culturales
Productos asociados	Producto Cultural Producto Náutico y Golf Producto Sol y Playa

Fuente: Estudio-proyecto potencialidad turística del "circuito de Velocidad de Cartagena". Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia.

Lo más representativo es el gasto medio por persona y día de aproximadamente 230€, por lo que se acercaría al Producto de Golf y Producto de Congresos. Otro elemento a valorar es que el 95% de los turistas se

alojan en hoteles de Cartagena y la zona de La Manga del Mar Menor.

Por lo tanto, la repercusión de este producto es de gran interés para la zona y presenta un gran valor debido, principalmente, a que ayuda a romper la estacionalidad ya que la temporada alta de desarrollo de estas actividades se concentra en los meses de primavera, otoño e invierno.

Es también importante mencionar que las actividades complementarias del producto están a su vez relacionadas con las actividades deportivas y culturales, por consiguiente es un turista susceptible de visitar Cartagena Puerto de Culturas.

##### 6.4.5. Producto Rural y de Naturaleza.

Los resultados de la segmentación de la demanda del Producto Rural y de Naturaleza de la Región de Murcia han sido obtenidos de las entrevistas (301 entrevistas) llevadas a cabo en el verano de 2004 en:

- Noroeste
- Sierra Espuña
- Valle de Ricote

##### Comportamiento de la demanda turística en el Producto Rural y de Naturaleza

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
<b>Denominación</b>	<b>Producto Rural y de Naturaleza</b>
<b>Edad</b>	36-45 años ( 24,3%) 26-35 años (21,9%)
<b>Procedencia</b>	Nacional (92,7%)
<b>Composición del Grupo</b>	Familia (52,2%). Amigos (18,9%) En pareja (18,9%)
<b>Alojamiento</b>	Vivienda propia o prestada (43,9%) Casa rural (20,3%) Hotel (20%)
<b>Transporte</b>	Vehículo particular (85% )
<b>Gasto</b>	45,65 €
<b>Organización del viaje</b>	Independiente
<b>Estancia Media</b>	2 a 7 días (50,1%)
<b>Estacionalidad</b>	-
<b>Oferta del producto</b>	Excursiones Disfrute de la Naturaleza Asistir a fiestas
<b>Actividades complementarias</b>	Gastronomía Visitas culturales Compras
<b>Productos asociados</b>	Turismo Activo o Deportivo Turismo de Salud Turismo Religioso

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Unidad de Estudios y Estadística Turística . Turismo en la Región de Murcia. 2004

Se desarrolla un tipo de turismo joven que viaja principalmente con su familia y amigos. Utiliza la vivienda propia y la casa rural como alojamiento. Este tipo de

producto se caracteriza esencialmente por desarrollarse en espacios con ausencia de un escenario urbano. El turismo rural y el turismo en espacios naturales tienen un componente común que beneficia al desarrollo local de áreas rurales. El desarrollo de este producto en la Región de Murcia ha ido aumentando debido principalmente al crecimiento de la demanda, unido al crecimiento de la oferta de alojamiento rural. Este crecimiento ha hecho que el producto se consolide gracias, también, al impulso de la oferta complementaria que se ha ido instaurando para satisfacer la demanda: empresas de turismo activo, empresas de ocio y tiempo libre, restaurantes con gastronomía local, etc.

##### 6.4.6. Producto de Sol y Playa.

Los datos de la segmentación de la demanda del producto Sol y Playa de la Región de Murcia han sido obtenidos de las entrevistas (1.488 entrevistas) llevadas a cabo en el verano de 2004 a turistas tanto nacionales (93%) como extranjeros (7%) realizadas en:

- Águilas
- Mazarrón
- La Manga
- El Mar Menor

##### Comportamiento de la demanda turística en el Producto Sol y Playa

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
<b>Denominación</b>	<b>Producto Sol y Playa</b>
<b>Edad</b>	36-45 años ( 24%) 26-35 años (18,5%)
<b>Procedencia T. nacional</b>	Madrid (53,1%) Andalucía (13,1%) Castilla-La Mancha (11,7%)
<b>Procedencia T. extranjero</b>	Reino Unido (38,9%) Francia (26,5%)
<b>Composición del Grupo</b>	Familia (56,2%). Con la pareja (30,9%)
<b>Alojamiento</b>	Vivienda propia (56,5%) Vivienda alquilada (19%)
<b>Transporte</b>	Vehículo (81,3% )
<b>Gasto</b>	36,00€ por persona y día
<b>Organización del viaje</b>	
<b>Estancia Media</b>	+ de 15 días (38,3%) 11-15 días (28,6%)
<b>Estacionalidad</b>	Julio y Agosto
<b>Oferta del producto</b>	Disfrutar del sol y la playa
<b>Actividades complementarias</b>	Entretenimiento nocturno Compras y servicios personales Realizar excursiones. Actividades deportivas.
<b>Productos asociados</b>	Producto Cultural Producto Deportivo

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Unidad de Estudios y Estadística Turística. Turismo en la Región de Murcia. 2004

El Producto de Sol y Playa es el más desarrollado y consolidado de la Región, y por la que es reconocida como destino turístico. Respecto a la segmentación de la demanda, la Región recibe un turismo concentrado en los meses de verano principalmente. La estancia media es de más de 15 días y el alojamiento utilizado es de vivienda en propiedad. Por ello, se observa un modelo turístico de costa tradicional marcado por la segunda residencia. El gasto efectuado por los turistas se localiza, sobre todo, en las actividades complementarias que puede ofrecerle el destino en los periodos vacacionales.

##### 6.4.7. Producto Religioso.

Los datos de la segmentación de la demanda del Producto Religioso de la Región de Murcia han sido obtenidos de las entrevistas (200 entrevistas) llevadas a cabo durante los meses de abril y mayo de 2003 en el casco urbano de Caravaca de Cruz a turistas tanto nacionales (65,5% resto de España y el 18,5 de la Región de Murcia) como extranjeros (16%).

##### Comportamiento de la demanda turística en el Producto Religioso

SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
<b>Denominación</b>	<b>Producto Religioso.</b>
<b>Edad</b>	+ 55 años ( 37%) 46-55 (19%) 36-45 (18%)
<b>Procedencia T. Nacional</b>	Comunidad Valenciana (29%) Madrid (15%)
<b>Procedencia T. Extranjero</b>	Reino Unido (16%) Alemania (16%) Francia (13%)
<b>Composición del Grupo</b>	Con familia (75%). Con amigos (20,5%)
<b>Alojamiento</b>	Hotel (36%) Vivienda propia (34,5%)
<b>Transporte</b>	Vehículo particular (74% )
<b>Gasto</b>	59,32€
<b>Organización del viaje</b>	Individualmente (51,3%)
<b>Estancia Media</b>	4-5 días (26,5%) 3 días (21,5%)
<b>Estacionalidad</b>	-
<b>Oferta del producto</b>	Visitas culturales
<b>Actividades complementarias</b>	Visitar monumentos Realizar excursiones Asistir a actos religiosos
<b>Productos asociados</b>	Producto Cultural Producto Rural

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. Unidad de Estudio Estudios y Estadística Turística. Turismo en la Región de Murcia. 2003

El Producto Religioso adquiere un posicionamiento muy importante dentro de los productos que oferta la Región, localizándose principalmente en el municipio de Caravaca

de la Cruz debido al valor del Santuario de la Vera Cruz de Caravaca. Ante esta situación, y analizando el perfil de turistas que consumen este producto, se advierte que se trata de un visitante que viaja principalmente con la familia, que proviene de la Comunidad Valenciana y de Madrid, con edad media de 45 años, que se aloja en hotel o en vivienda propia. Viaja en coche particular y las actividades complementarias que realiza están basadas en la oferta cultural y en los recursos rurales y naturales del municipio. Se percibe un asociacionismo entre el Producto Religioso y el Cultural y el Rural que da como resultado una estancia media de 4 a 5 días.

##### 6.5. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS.

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionamiento del Producto Sol y Playa como el más importante de la Región de Murcia.</li> <li>- Diversidad de los productos turísticos que oferta la Región de Murcia.</li> <li>- Complementariedad de los productos y relación entre los mismos.</li> <li>- Existencia de productos que ayudan a romper la estacionalidad de las zonas costeras: Producto de Salud y Producto Deportivo Activo.</li> <li>- Existencia de tres productos con gasto medio por persona y día de aproximadamente 237€: Producto de Golf, Producto de Congresos y Producto Deportivo (Circuito de Velocidad de Cartagena).</li> <li>- La estancia media de los establecimientos extrahoteleros de la Región de Murcia crecido en el periodo de tiempo 1999/2004.</li> <li>- Desde el año 1999 al 2003, los pasajeros llegados al Aeropuerto de San Javier han aumentado un 514,64% (pasaron de 40.071 en 1999 a 246.292 en 2003).</li> <li>- La posición relativamente baja de la demanda turística con respecto al resto de CC.AA del país revela un fuerte potencial de crecimiento.</li> <li>- El sector turístico de la Región de Murcia presenta una menor estacionalidad que la media nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasos estudios de encuestación estadística sobre la demanda turística de algunos productos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto Deportivo: Turismo de Golf, Turismo Náutico, Turismo Activo y Aventura.</li> <li>- Producto Residencial</li> <li>- Producto de Cruceros</li> <li>- Producto Idiomático</li> </ul> </li> <li>- Posicionamiento del turismo no residente en España principalmente en el Producto Deportivo.</li> <li>- Gran peso de la segunda residencia en el Producto Sol y Playa lo que supone la disminución en el gasto medio del turista (36,00€) frente a otros productos.</li> <li>- Un 8,1% de pernoctaciones de la Región de Murcia en el año 2004 se realizaron en alojamientos particulares. Este tipo de alojamiento es difícil de controlar y cuantificar.</li> <li>- El número de viajeros a la C.A.R.M ha disminuido un 0,81% entre los 2002 y 2004.</li> <li>- El número de pernoctaciones ha disminuido en el periodo 2002/2004. La caída ha sido del 21,91%, muy superior a la disminución del número de viajeros.</li> <li>- La estancia media en establecimientos hoteleros ha caído de 3,3 días en el año 1.999 a 2,82 días en el año 2004. Esta estancia, es durante todo el periodo de referencia, inferior a la media nacional.</li> <li>- El número de pernoctaciones hoteleras ha disminuido en el periodo 2001/2004 la mayor caída se ha producido en los destinos de costa.</li> <li>- El litoral presenta menor número de pernoctaciones por kilómetro de costa en comparación con sus competidores directos (Almería y Alicante)</li> <li>- La mayor estacionalidad del sector se observa en las viviendas particulares (propias y alquiladas), este tipo de alojamiento es el más utilizado en la Región de Murcia.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.