



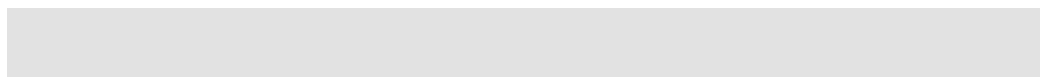
Región de Murcia  
Consejería de Turismo, Comercio y  
Consumo.



# PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA 2006-2012

## PRIMERA PARTE

### DIAGNÓSTICO DEL PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA



# **PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA 2006-2012**

## **PRIMERA PARTE**

### **DIAGNÓSTICO DEL PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

# ÍNDICE

## PRIMERA PARTE.

### DIAGNÓSTICO DEL PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (2006-2012)

#### I. OBJETIVOS DEL PLAN DIRECTOR DE TURISMO Y METODOLOGÍA EMPLEADA.

1.1. Justificación del Plan Director. ....	1
1.2. Objetivos del Plan Director y metodología. ....	1

#### II. ANÁLISIS-DIAGNÓSTICO DEL CONTEXTO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

##### 1. ESCENARIOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

1.1 Principales rasgos y tendencias del turismo a nivel nacional e internacional. ....	3
----------------------------------------------------------------------------------------	---

##### 2. MARCO INSTITUCIONAL.

2.1. Administración regional y local en el desarrollo turístico. ....	8
2.2. Consorcios Turísticos. ....	12
2.3. Mancomunidades Turísticas. ....	14
2.4. Asociaciones empresariales Turísticas. ....	17
2.5. Conclusiones del análisis. ....	18

##### 3. IMPACTO ECONOMICO Y SOCIAL.

3.1. Contribución del turismo al Producto Interior Bruto. ....	19
3.1.1. El turismo en la economía nacional. ....	19
3.1.2. El Turismo en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. ....	20
3.1.3. Situación del Turismo en la CARM respecto al turismo en otras comunidades autónomas. ....	22
3.2. Empleo directo e indirecto. ....	23
3.3. Precios. ....	26
3.4. Presupuestos de turismo, subvenciones y ayudas. ....	27
3.4.1. Presupuestos de Turismo, subvenciones y ayudas. ....	27
3.5. Conclusiones del análisis. ....	33

##### 4. PRINCIPIOS ORIENTADORES REGIONALES SOBRE EL TURISMO.

4.1. Plan Estratégico de Desarrollo de la Región de Murcia 2000-2006. ....	34
4.2. Estrategia Regional para la Conservación y el Uso Sostenible de la Diversidad Biológica 2003-2012. ....	35
4.3. Instrumentos de Ordenación Territorial del Litoral. ....	36
4.3.1. Directrices y Plan de Ordenación del Litoral. 2004. ....	36
4.3.2. Actuación de interés regional de Marina de Cope. ....	38
4.4. Ley del Turismo de 1997. ....	40
4.5. Conclusiones del análisis. ....	41

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

#### 1. SITUACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS.

1.1. Equipamientos e infraestructuras de comunicación. ....	42
1.1.1 Sistema vial. ....	42
1.1.2. Transportes. ....	47
1.1.2.1. Infraestructuras Ferroviarias. ....	47
1.1.2.2. Infraestructuras Aeroportuarias. ....	51
1.1.2.3. Infraestructuras Portuarias. ....	53
1.1.2.4. Otros: Estaciones de autobuses, taxis y coches de alquiler. ....	55
<i>MAPA 1: Infraestructura viaria y red de transportes y comunicaciones.</i>	
1.2. Infraestructuras Básicas de suministros: agua, electricidad, gas y telecomunicaciones. ....	57
1.2.1. Dotación de Agua Potable y Saneamiento. ....	57
1.2.2. Suministro Eléctrico. ....	59
1.2.3. Suministro Gas. ....	62
1.2.4. Telecomunicaciones. ....	63
1.3. Parques empresariales: CAEDI y Parques Temáticos Especializados. ....	64
1.4. Servicios sanitarios. ....	66
1.4.1. Servicios hospitalarios. ....	66
1.4.2. Centros de Atención Primaria. ....	67
1.4.3. Servicios de Urgencias y Emergencias. ....	68
<i>MAPA 2: Oferta actual de equipamientos sanitarios.</i>	
1.5. Conclusiones del análisis. ....	70

#### 2. ZONIFICACIÓN TURÍSTICA ACTUAL.

2.1. Zonificación de los destinos y zonas turísticas que se desarrollan en la Región de Murcia. ....	71
2.1.1. Zonificación turística promocionada por la Región de Murcia. ....	71
2.1.2. Zonificación turística de la Región de Murcia realizada por estudios de interés turístico. ....	74
2.1.3. Zonificación turística de la Región de Murcia realizada por Planes de Dinamización y Excelencia, Consorcios y Mancomunidades con fines turísticos. ....	76
2.2. Conclusiones del análisis. ....	80

#### 3. RECURSOS, RUTAS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS.

3.1. Recursos Turísticos (naturales, históricos y culturales). ....	81
3.1.1. Recursos naturales. ....	82
3.1.1.1. Zonas protegidas de interés natural. ....	83
3.1.1.2. Zonas de algún interés para la práctica de deporte de turismo activo. ....	83
<i>MAPA 3: Mapa de relieve.</i>	
<i>MAPA 4: Espacios naturales protegidos (LICs y ZEPAS)</i>	
3.1.2. Recursos Históricos-Monumentales. ....	84
3.1.3. Recursos Culturales-Tradicionales. ....	86
<i>MAPA 5: Oferta actual de principales recursos turísticos.</i>	
3.2. Rutas de interés, vías verdes, etc. ....	88
3.2.1. Vías Verdes. ....	88
3.2.2. Gran Recorrido (GR). ....	89
3.2.3. Pequeño Recorrido (PR). ....	91
3.2.4. Otras Rutas por Espacios Naturales. ....	92
3.2.5. Visitas Guiadas. ....	92
3.2.6. Rutas Temáticas. ....	93

3.2.6.1. Ruta del Vino. ....	93
3.2.6.2. Ruta de los castillos y fortalezas. ....	93
3.2.6.3. Ruta de los Molinos. ....	93
3.2.6.4. Ruta da las Norias. ....	94
3.2.6.5. Ruta de las Baterías y Torres del Litoral. ....	94
3.2.6.6. Ruta del Agua. ....	94
3.2.6.7. Ruta del Mar Menor. ....	94
<i>MAPA 6: Rutas turísticas más significativas.</i>	
3.3. Situación y análisis de los productos turísticos de la Región. ....	95
3.3.1. Principales productos y subproductos. ....	95
<i>MAPA 7: Localización de Productos Turísticos.</i>	
3.3.2. Grandes Proyectos Turísticos Integrados. ....	98
3.3.2.1. Cartagena Puerto de Culturas. ....	98
3.3.2.2. Caravaca Ciudad Santa. ....	99
3.3.2.3. Lorca Taller del Tiempo. ....	100
3.4. Conclusiones del análisis. ....	102
<b>4. ANALISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA.</b>	
4.1. Oferta de alojamiento turístico. ....	103
4.1.1. Establecimientos hoteleros. ....	104
4.1.1.1. Hoteles y Hoteles-apartamentos. ....	104
4.1.1.2. Pensiones. ....	106
4.1.1.3. Evolución de la oferta en establecimientos Hoteleros. ....	108
<i>MAPA 8: Oferta actual hotelera.</i>	
4.1.2. Camping. ....	108
4.1.2.1. Evolución de la oferta de Camping. ....	109
<i>MAPA 9: Oferta actual de campings.</i>	
4.1.3. Apartamentos turísticos. ....	110
4.1.3.1. Evolución de la oferta de Apartamentos Turísticos. ....	111
4.1.4. Casas Rurales. ....	112
4.1.4.1. Evolución de la oferta de Casas Rurales. ....	114
<i>MAPA 10: Oferta actual de alojamientos rurales.</i>	
<i>MAPA 11: Oferta actual de plazas de alojamiento turístico.</i>	
4.2. Otra oferta de alojamiento. ....	114
4.2.1. Albergues Juveniles. ....	114
4.2.2. Segunda Residencia. ....	115
4.2.2.1. Análisis de los Planes Parciales iniciados en la Región de Murcia desde 2.001. ....	117
4.3. Oferta de establecimientos de restauración. ....	119
4.3.1. Restaurantes. ....	119
4.3.1.1. Evolución de la oferta de Restaurantes. ....	121
4.3.2. Cafeterías. ....	121
4.3.2.1. Evolución de la oferta de Cafeterías. ....	122
4.4. Conclusiones del análisis de la oferta. ....	123
4.5. Oferta complementaria de equipamientos e infraestructuras. ....	124
4.5.1. Equipamientos culturales. ....	124
4.5.1.1. Museos. ....	124
4.5.1.2. Salas de Exposiciones. ....	125
4.5.1.3. Centros Culturales. ....	126
4.5.1.4. Salas Multiusos. ....	126

4.5.1.5. Teatros. ....	126
4.5.1.6. Centros de Interpretación. ....	127
4.5.1.7. Centros de Artesanía / mercadillos típicos. ....	128
<i>MAPA 12: Oferta actual de equipamientos turísticos culturales.</i>	
4.5.2. Equipamientos de ocio. ....	129
4.5.2.1. Cines. ....	129
4.5.2.2. Casinos. ....	129
4.5.2.3. Centros de Ocio. ....	129
4.5.3. Equipamientos deportivos. ....	130
4.5.3.1. Instalaciones Deportivas Públicas. ....	130
4.5.3.2. Campos de Golf. ....	131
4.5.3.3. Instalaciones Deportivas Especiales. ....	132
4.5.3.4. Puertos Deportivos y Estaciones Náuticas. ....	133
<i>MAPA 13: Oferta actual de equipamientos de deportes náuticos por municipios.</i>	
4.5.4. Equipamientos de Salud. ....	134
4.5.4.1. Estaciones Termales (Balnearios). ....	134
4.5.4.2. Centros de Talasoterapia. ....	134
4.5.4.3. Centros de SPAs o Balnearios Urbanos. ....	135
4.5.4.4. Futuros Proyectos. ....	135
4.5.5. Equipamientos para la realización de eventos y reuniones. ....	135
4.5.5.1. Auditorios. ....	135
4.5.5.2. Salas de Cajas de Ahorros. ....	136
4.5.5.3. Universidades. ....	136
4.5.5.4. Recintos FERIALES. ....	136
4.5.5.5. Salas de Reuniones de Hoteles. ....	137
4.5.6. Oferta de eventos culturales de interés. ....	138
4.5.6.1. Festivales. ....	138
4.5.6.2. Eventos musicales o culturales. ....	139
4.5.7. Equipamientos de información turísticos. ....	139
4.5.7.1. Oficinas de Turismo. ....	139
4.5.7.2. Puntos de Información. ....	140
4.5.7.3. Guías Oficiales de Turismo. ....	141
4.5.7.4. Agencias de Viajes. ....	141
4.5.8. Comercio. ....	142
4.5.8.1. Comercio Tradicional (Focos comerciales urbanos y Centros comerciales abiertos) . ....	142
4.5.8.2. Centros Comerciales (Grandes Superficies). ....	144
4.5.8.3. Mercadillos tradicionales de interés turístico. ....	144
4.5.9. Empresas de servicios turísticos. ....	147
<i>MAPA 14: Oferta actual de otros equipamientos turísticos por municipios.</i>	
4.5.10. Conclusiones del análisis de la oferta complementaria. ....	149
4.6. Análisis de proyectos turísticos del sector público y privado. ....	150
4.6.1. Iniciativas en estudio, públicas o privadas, de las que tiene conocimiento la Dirección General de Infraestructuras Turísticas. ....	157
<i>MAPA 15: Principales proyectos turísticos del sector público.</i>	
<i>MAPA 16: Principales proyectos turísticos del sector privado por municipios.</i>	
<b>5. ANALISIS DE LA OFERTA FORMATIVA DEL SECTOR TURÍSTICO.</b>	
5.1. Centros de Formación Turística Universitaria. ....	158
5.2. Formación Profesional. Área del conocimiento en Hostelería y Turismo. ....	159

5.3. Formación del Centro de Cualificación Turística de la Región de Murcia. ....	160
5.4. Conclusiones del Análisis. ....	161
<b>6. ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.</b>	
6.1. Entrada de turistas en la Región de Murcia. ....	162
6.1.1. Análisis de la demanda global. ....	162
6.1.1.1. Entrada de viajeros. ....	163
6.1.1.2. Pernoctaciones. ....	163
6.1.1.3. Comparación de la evolución de los viajeros y las pernoctaciones. ....	163
6.1.1.4. Estancia Media. ....	164
6.1.1.5. Evolución de la entrada de pasajeros. ....	165
6.1.2. Demanda de alojamientos hoteleros. ....	166
6.1.2.1. Pernoctaciones en hoteles de las zonas costeras. ....	168
6.2. Estacionalidad. ....	170
6.3. Procedencia del Turista. ....	172
6.3.1. Turistas Nacionales. ....	172
6.3.2. Turistas Extranjeros. ....	173
6.4. Segmentación de la demanda por productos turísticos. ....	174
6.4.1. Producto de Salud. ....	174
6.4.2. Producto Cultural. ....	175
6.4.3. Producto de Congresos. ....	175
6.4.4. Producto deportivo-activo (Circuito de Velocidad de Cartagena). ....	176
6.4.5. Producto Rural y de Naturaleza. ....	177
6.4.6. Producto de Sol y Playa. ....	177
6.4.7. Producto Religioso. ....	178
6.5. Conclusiones del análisis. ....	179
<b>7. CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA.</b>	
7.1. Datos comparativos con la competencia. ....	180
7.1.1. La oferta turística. ....	180
7.1.1.1. La oferta hotelera. ....	180
7.1.1.2. La oferta extrahotelera. ....	182
7.1.2. Demanda Turística. ....	183
7.1.2.1. Demanda hotelera. ....	183
7.1.2.2. Demanda extrahotelera. ....	183
7.1.2.3. Índice de Ocupación. ....	184
7.1.2.4. Estancia Media. ....	184
7.2. Indicadores de actividad comparativos del sector turístico. ....	185
7.3. Análisis de la competencia directa: provincias de Alicante y Almería. ....	186
7.3.1. Oferta de alojamiento. ....	186
7.3.2. Demanda de alojamiento. ....	187
7.3.3. Grado de ocupación hotelera y estacionalidad. ....	187
7.3.4. Estancia Media. ....	188
7.3.5. Personal ocupado. ....	188
7.4. Presupuestos destinados a turismo por Comunidades Autónomas. ....	189
7.5. Conclusiones del Análisis. ....	191
<b>8. ANÁLISIS DEL “PLAN DE FOMENTO DEL TURISMO”.</b>	
8.1. Objetivos y agentes. ....	192
8.2. Líneas de actuación del Plan de Fomento. ....	194
8.2.1. Plan de Formación. ....	194

8.2.2. Plan de Información y Comunicación. ....	195
8.2.3. Plan de Calidad. ....	197
8.2.4. Plan de Promoción. ....	199
8.3. Conclusiones del Análisis. ....	201

#### IV. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO COMPETITIVO.

1. ANÁLISIS TENDENCIAL. ....	202
1.1. Análisis Tendencial respecto a indicadores turísticos. ....	202
1.2. Análisis Tendencial respecto a los resultados del análisis Dafo del Diagnóstico Turístico del 2001. ....	204
2. DAFO. GLOBAL DE TODA LA REGIÓN. ....	208
2.1. Introducción. ....	208
2.2. Dafo global de la Región de Murcia. ....	209
2.3. Dafo por diferentes aspectos. ....	213
<i>MAPA 17: Mapa tendencial: puntos fuertes y oportunidades.</i>	

#### V. ANEXOS

1. ANEXO 1. RECURSOS TURÍSTICOS. ....	224
2. ANEXO 2. EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO. ....	243
3. ANEXO 3. ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA REGIÓN DE MURCIA EN EL EXTERIOR. ....	247
3.1. Análisis de la presencia comparativa de la Región de Murcia en los catálogos nacionales de destinos y productos turísticos promocionados por las Agencias de Viajes. ....	247
3.1.1. Introducción. ....	247
3.1.2. Estudio por productos y mayoristas. ....	247
3.2. Entrevistas a expertos investigadores en turismo del ámbito Académico. ....	250
3.2.1. Ficha técnica de las entrevistas a expertos investigadores en turismo de ámbito académico. ....	250
3.2.2. Informe del diagnóstico percibido. ....	250
3.2.3. Conclusiones de las entrevistas a expertos investigadores. ....	252
3.2.4. Relación de entrevistados con motivo del diagnóstico. ....	252
3.3. Entrevistas a agentes turísticos no pertenecientes a la Región de Murcia. ....	253
3.3.1. Ficha técnica de las entrevistas a agentes turísticos realizadas en FITUR 2005. ....	253
3.3.2. Informe del diagnóstico percibido. ....	253
3.3.3. Conclusiones de las entrevistas a agentes turísticos no pertenecientes a la Región de Murcia. ....	255
3.3.4. Relación de entrevistados con motivo del diagnóstico. ....	255
4. ANEXO 4. DIAGNÓSTICO PERCIBIDO. ....	256
4.1. Cuestionario de opinión e información para los Ayuntamientos. ....	256
4.1.1. Ficha técnica de los cuestionarios. ....	256
4.1.2. Informe del Diagnóstico Percibido. ....	257
4.1.3. Conclusiones de los cuestionarios. ....	290
4.1.4. Relación de los responsables municipales que han cumplimentado el cuestionario. ....	291
4.1.5. Modelo de cuestionario de opinión e información para los Ayuntamientos. ....	293



4.2. Entrevistas a agentes turísticos de la Región de Murcia. ....	299
4.2.1. Introducción. ....	299
4.2.2. Valoración general de la Región de Murcia. ....	301
4.2.3. Valoración de diferentes aspectos. ....	302
4.2.3.1. Establecimientos hoteleros y alojamientos. ....	303
4.2.3.2. Oferta complementaria. ....	304
4.2.3.3. Comunicaciones y viales. ....	305
4.2.3.4. Calidad del destino. ....	306
4.2.3.5. Promoción e información. ....	307
4.2.3.6. Espacios naturales. ....	308
4.2.3.7. Costas y playas. ....	308
4.2.3.8. Palacio de Congresos y Auditorio de Murcia. ....	309
4.2.3.9. Salas de hoteles. ....	309
4.2.3.10. Centro de formación. ....	310
4.2.3.11. Puertos deportivos. ....	311
4.2.3.12. Instalaciones deportivas náuticas. ....	311
4.2.3.13. Patrimonio histórico-cultural. ....	312
4.2.4. Conclusiones por productos turísticos. ....	313
4.2.5. Acciones prioritarias de mejora. ....	322
4.2.6. Proyectos previstos o en ejecución. ....	323
4.2.7. Relación de entrevistados. ....	324

## **5. ANEXO 5. DAFO POR PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS. ....**

5.1 DAFO. Productos Turísticos. ....	326
5.1.1. Producto Turístico de Sol y Playa. ....	326
5.1.2. Producto Turístico de Ciudad y Urbano. ....	328
5.1.3. Producto Turístico de Congresos. ....	329
5.1.4. Producto Turístico de Salud. ....	330
5.1.5. Producto Turístico Deportivo-activo. ....	331
5.1.6. Producto Turístico Rural y de Naturaleza. ....	332
5.1.7. Producto Turístico Residencial. ....	333
5.1.8. Producto Turístico Religioso. ....	334
5.1.9. Producto Turístico de Cruceros. ....	335
5.1.10. Producto Turístico Idiomático. ....	335
5.2 DAFO. Destinos. ....	336
5.2.1. Destinos del Litoral. ....	337
5.2.2. Destinos del Interior. ....	344
5.2.3. Destinos Cultural/Urbano. ....	352



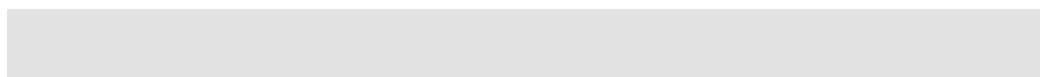
Región de Murcia  
Consejería de Turismo, Comercio y  
Consumo.



# PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA 2006-2012

## SEGUNDA PARTE

### DEFINICIÓN DEL MODELO Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA (2006-2012)



# **PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA 2006-2012**

## **SEGUNDA PARTE**

### **DEFINICIÓN DEL MODELO Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA (2006-2012)**

# ÍNDICE

## SEGUNDA PARTE.

### DEFINICIÓN DEL MODELO Y LINEAS ESTRATÉGICAS DE ACTUACIÓN DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA. (2006-2012)

#### I. DEFINICIÓN DEL MODELO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE MURCIA.

##### 1. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

1.1. Metas. ....	1
1.2. Objetivos Generales. ....	1

##### 2. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA.

2.1. Definición de productos.....	3
2.1.1. Análisis de los productos turísticos. ....	3
2.2. Matriz de posicionamiento. ....	16
2.2.1. Posición competitiva.....	16
2.2.2. Atractivo del mercado.....	18
2.2.3. Matriz de posicionamiento. ....	20
2.3. Turismo residencial extranjero. ....	22
2.4. Objetivos y estrategias por mercados/productos. ....	25
2.4.1. Priorización de mercados/ productos. ....	25

##### 3. MODELO TURÍSTICO DE DESARROLLO DE LA REGIÓN DE MURCIA

3.1. Criterios generales del modelo turístico.....	28
3.2. Aspectos territoriales del modelo turístico de la Región de Murcia.....	31
3.2.1. Zonificación de los espacios turísticos de la Región de Murcia. ....	32
3.3. Aspectos socioeconómicos. ....	39
3.3.1. Modelo de crecimiento de la demanda. ....	39
3.3.2. Modelo de crecimiento de la oferta. ....	47
3.3.3. Modelo de crecimiento económico. ....	48

#### II. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y PLANES DE ACTUACIÓN.

##### 4. LINEAS ESTRATEGICAS. PLANES Y PROGRAMAS.

4.1. Líneas estratégicas. ....	50
4.2. Planes y Programas. ....	51

##### 5. INDICADORES.

5.1. Indicadores de ejecución. ....	75
5.2. Indicadores de resultados. ....	76

##### 6. MARCO FINANCIERO.

6.1. Marco financiero. ....	77
-----------------------------	----