

ESTUDIOS DE PRODUCTOS

PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS
EN LA REGIÓN DE MURCIA
2016





PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN DE MURCIA 2016



Consejería de Turismo, Cultura y Medio Ambiente

Elaboración:

Unidad de Estadística

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

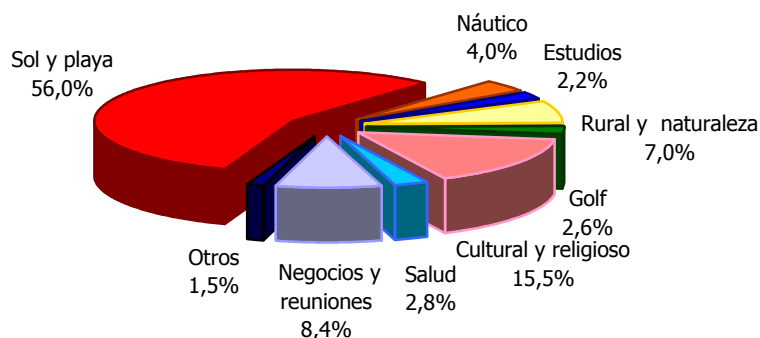
INDICE

	Página
INDICE	3
1. AFLUENCIA DE TURISMO DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS	4
2. IMPACTO ECONÓMICO DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS	5
3. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS	7
3.1. TURISMO DE SOL Y PLAYA	7
3.2. SALUD Y BELLEZA – MÉDICO	12
3.3. INTERIOR – NATURALEZA - ACTIVO	15
3.4. TURISMO DE GOLF	21
3.5. ENOTURISMO	27
3.6. TURISMO CULTURAL Y DE CIUDAD	31
3.7. TURISMO DE CAMPING	41
3.8. TURISMO DE CRUCEROS	44
3.9. TURISMO RELIGIOSO	47
3.10. TURISMO DE STAGES DEPORTIVOS	50

1. AFLUENCIA DE TURISMO DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS

La Región de Murcia fue en 2016, 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.

Principales segmentos turísticos
% sobre el número total de turistas. Año 2016



De este modo, los viajes de trabajo y reuniones representaron en Murcia un porcentaje del 8,4%, un dato superior a 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 2.989.606 turistas. A más distancia se sitúan el resto de segmentos turísticos: turismo cultural / religioso, con unos 827.480 turistas, actividades náuticas, con 212.600 turistas, turismo de salud, con 150.000 turistas y golf con 140.000 turistas.

2. IMPACTO ECONÓMICO DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS

TRABAJO / NEGOCIOS / REUNIONES

Los viajes de trabajo / negocios / reuniones supusieron 446.633 turistas, el 8,4% de los viajes turísticos y unos ingresos de 221,2 millones de euros, el 8,1% del gasto total turístico, en el año 2016. Este tipo de viajes tuvo el mayor gasto medio diario de entre todos los motivos, 165,12€.

ESTUDIOS

El perfil de gasto corresponde al de un estudiante, con poder adquisitivo medio-bajo. Su gasto medio diario es el menor de todas las tipologías turísticas, sin a penas llegar a los 40€, frente a la media de unos 66€. Sin embargo sus estancias son de larga duración. El turismo de estudios atrajo a la Región en 2016 a unos 117.450 turistas, un 2,2% de los viajes turísticos realizados y generó un gasto que rondó los 94 millones de euros, un 3,4% del gasto total.

RURAL Y NATURALEZA

Los viajes de turismo rural y naturaleza generaron en la Región de Murcia un volumen de turismo de 373.700 turistas, el 7% del total y originaron un gasto de 85,2 millones de euros, el 3,1% del gasto total. El gasto medio diario es inferior a la media (45,59€ ante los 66€ de media).

SOL Y PLAYA / NATURALEZA

En el año 2016, los viajes de sol y playa supusieron 2.989.600 turistas, el 56% del total, y unos ingresos de unos 1.445,7 millones de euros, que equivalen al 53,1% del gasto turístico total de la Región. El hecho de que el porcentaje de gasto sea similar al porcentaje de viajes es debido a que el hecho de que el gasto medio diario, 52€ en este segmento, sea inferior a la media (66€) debido al fuerte componente de alojamiento gratuito en vivienda en propiedad o prestada, se compensa con una alta estancia media, 9,3 días, superior a la media.

CULTURAL Y RELIGIOSO

La Región de Murcia recibió en 2016 unos 827.480 turistas por motivo exclusivamente cultural o religioso, lo que representa un 15,5% del total de turistas. El impacto de esta modalidad turística asciende a unos 264,8 millones de euros, un 9,7% del gasto turístico total. El gasto medio diario, 80 euros, 28 más que el gasto del turista de sol y playa.

ACTIVIDADES NÁUTICAS

En 2016 212.000 turistas viajaron hasta la Región para practicar alguna actividad náutica, lo que representa un 4% del total de turistas. El impacto de esta modalidad turística asciende a 218 millones de euros, un 8% del gasto turístico total. Dicho porcentaje de gasto es superior al porcentaje de viajes debido a la prolongada estancia media, 13 días, bastante superior a la media y a un gasto diario de 79 euros, también superior a la media.

SALUD Y BELLEZA

El flujo de turistas que generaron en la Región los motivos de salud y belleza alcanzó en 2016 unos 150.000 visitantes, lo que supuso un 2,8% de la afluencia total. Por su parte el gasto medio diario realizado en la Región rondó los 90€, siendo el impacto económico total de este segmento de unos 94,7 millones de euros, un 3,5% del gasto total turístico.

GOLF

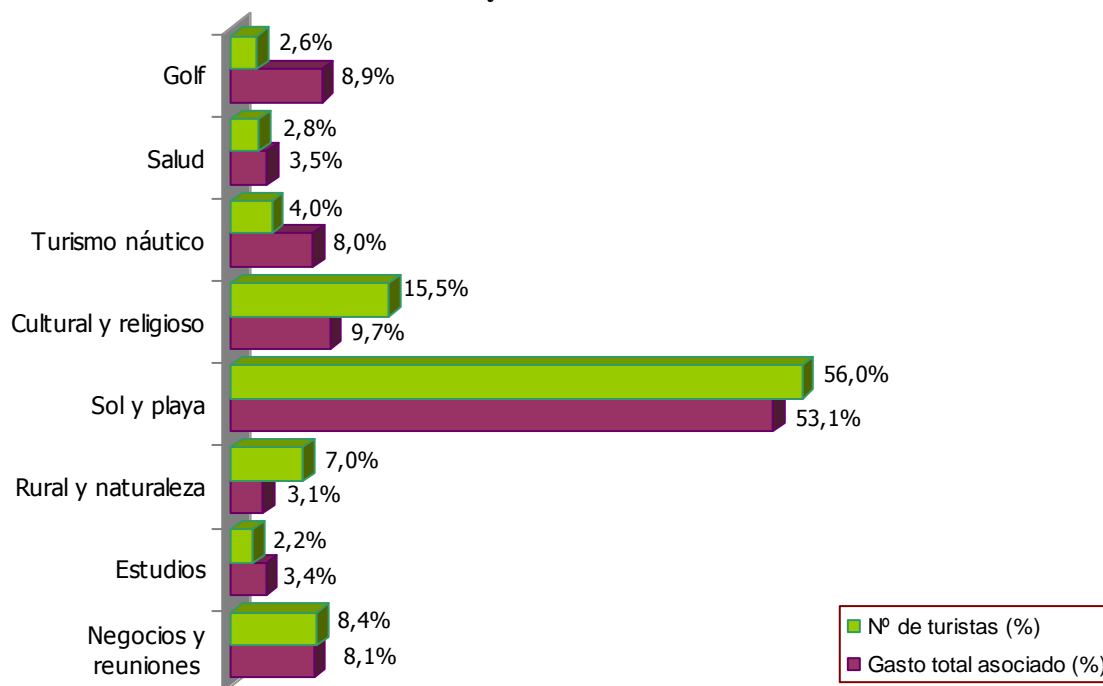
Unos 140.000 turistas viajaron hasta la Región de Murcia por motivo de golf en el año 2016, lo que supuso un 2,6% del total de turistas. El gasto medio diario realizado se elevó a 133,90 €. Estos datos avalan al turista de golf como el que mayor gasto dedica a sus vacaciones después del turista de negocios. Con todo ello el gasto total de los turistas de golf en la Región ascendió en 2016 a 243,7 millones de euros, lo que representa un 8,9% del gasto total.

3. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS

3.1. TURISMO DE SOL Y PLAYA

Para la Costa Cálida el año 2016 ha sido un buen año turístico, con una cifra que rozó los 600.000 turistas y con 3.256.128 pernoctaciones en sus alojamientos reglados, los mejores datos desde 2008. Estos datos ponen de manifiesto un crecimiento interanual del 6,3% en viajeros y del 6,2% en pernoctaciones.

**Afluencia y consumo turístico asociado según motivos y segmentos turísticos.
% sobre la afluencia y el consumo turístico total. Año 2016**



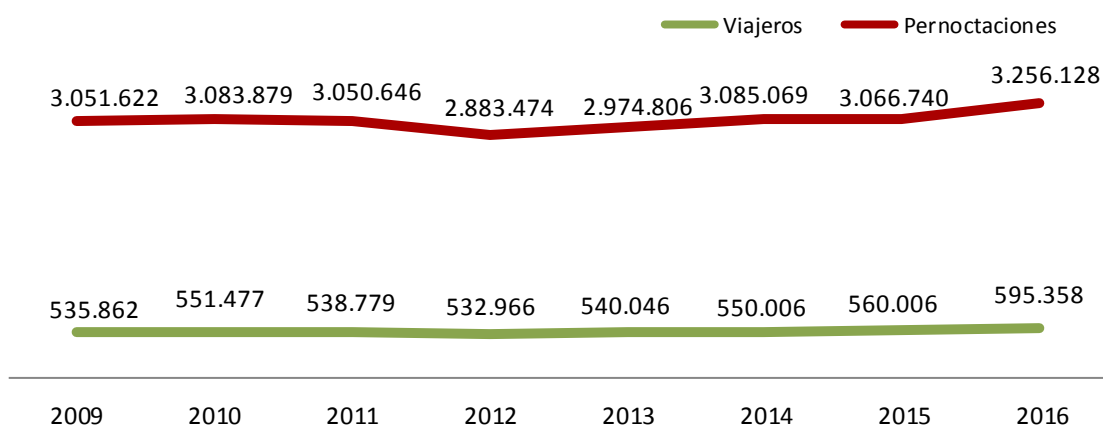
Costa Cálida. Viajeros (Año 2016)		Variación interanual
Nº viajeros en alojamientos reglados	595.358	+6,3%

Fuente: Encuestas en Alojamientos Colectivos - INE

Costa Cálida. Pernoctaciones (Año 2016)		Variación interanual
Nº pernoctaciones en alojamientos reglados	3.256.128	+6,2%

Fuente: Encuestas en Alojamientos Colectivos - INE

Costa Cálida
Viajeros y pernoctaciones en alojamientos reglados. Años 2009/16



Procedencia

El 71,9% de los turistas alojados en alojamientos reglados de la Costa Cálida son residentes en el territorio español y generan el 57,2% de las pernoctaciones. Cabe hacer notar que los turistas extranjeros, aun siendo un 28,1%, generan el 42,8% de las pernoctaciones, debido a la mayor duración de sus estancias.

- Los principales retos afrontados en 2016 han sido:

- Mantenimiento de la senda de crecimiento del turismo internacional.

El turismo extranjero mantiene su fortaleza, con crecimientos continuados en los alojamientos reglados en todos los meses tanto en el número de viajeros, con un aumento medio en el conjunto del año 2016 del 2,5%, como en las pernoctaciones, que suben un 3,2%.

- Recuperación del mercado nacional.

En 2016 se recibieron en los alojamientos reglados de la Costa Cálida un 7,9% más de viajeros residentes en España, que generaron un 8,5% más de pernoctaciones. Esta recuperación del mercado nacional en 2016 está siendo más acentuada en la Costa Cálida, que la media del conjunto de España, para el que el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones fue del 4,5%.

- **Se rompe la tendencia de los últimos años al acortamiento de las estancias y a la reducción del gasto.**

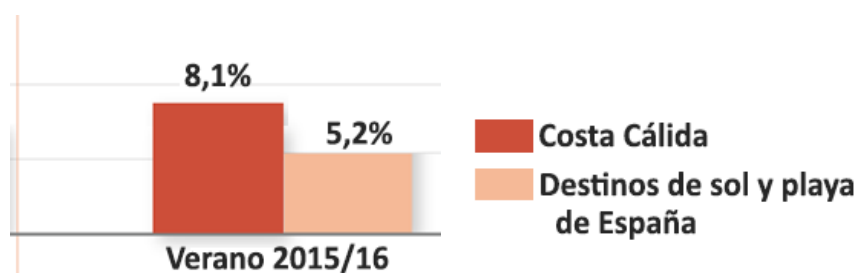
La **duración de la estancia** en los alojamientos reglados se mantiene en 5,5 días de media. No obstante, las estancias de los extranjeros son más prolongadas, con 8,3 días de media, frente a los 4,3 días de los residentes en España, si bien en ambos casos se mantienen en los mismos niveles de 2015.

Por su parte, también **se mantiene el gasto medio diario** realizado en destino del turista que viajó hasta la Costa Cálida por motivos de sol y playa en los mismos niveles que en el año 2015 y ronda los 45 euros.

- **Mejora la ocupación turística de los meses de verano.** Según el barómetro de destinos de Exceltur, la Costa Cálida mejoró su grado de ocupación hotelera un 8,1% en verano (junio-septiembre) de 2016, por encima de la media de los principales destinos de sol y playa de España, que crecieron un 5,2%. En los dos meses centrales del verano, julio y agosto, **la ocupación hotelera en la Costa Cálida alcanzó máximos históricos, con un 89%. Mejoraron todas las zonas**, registrándose el mayor grado de ocupación en los hoteles de La Manga con un 90%, una cifra que supera en un punto el grado de ocupación obtenido el año anterior. El mayor incremento de la ocupación se registró en Águilas, mejorando 6 puntos respecto al año anterior hasta llegar a un grado de ocupación del 88%.

Mazarrón mejoró 4 puntos, hasta llegar al 88% y el Mar Menor ha registrado un índice de ocupación 3 puntos por encima que el año anterior, 87%.

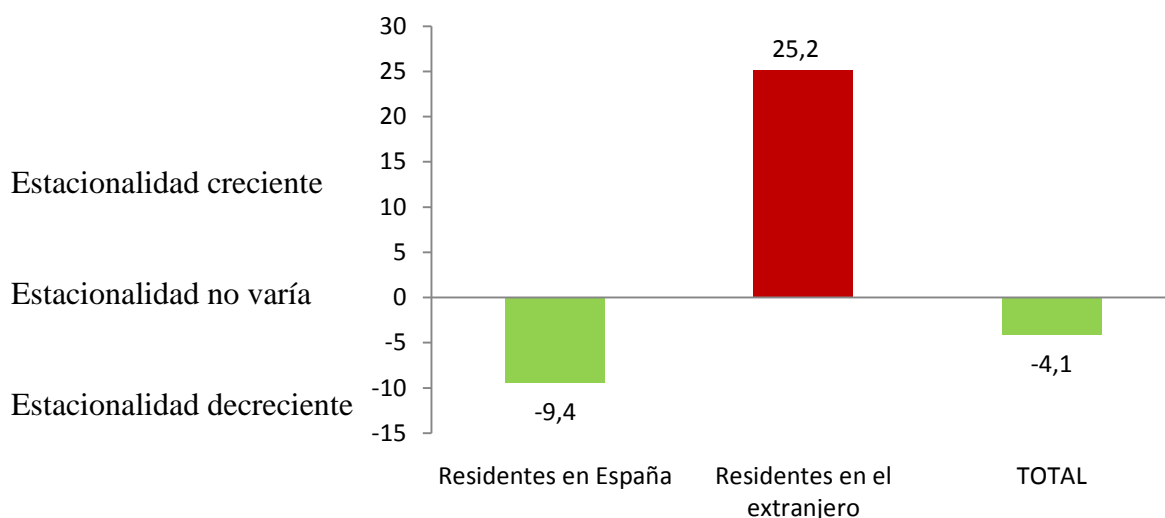
Crecimiento interanual del grado de ocupación hotelera. Verano 2016-2015



- Alargamiento de la temporada alta y mayor ocupación en temporada baja y media.

El cumplimiento de este objetivo se constata tras analizar los resultados del indicador de estacionalidad de las pernoctaciones hoteleras en la Costa Cálida, con una variación interanual negativa del 4,1% en los últimos 12 meses (dic 2015 – nov 2016). Las distintas actuaciones desarrolladas en el marco del Plan Estratégico han contribuido a rebajar la estacionalidad de las pernoctaciones de los turistas residentes en España. La concentración en temporada alta de las pernoctaciones de los viajeros nacionales en la Costa Cálida presenta en 2016 una tendencia decreciente iniciada en 2014, tras haber estado aumentando en los años precedentes. En 2016 experimenta un descenso del 9,4%. Sin embargo, las pernoctaciones de los extranjeros presentan mayor estacionalidad (+25,2%), fruto del boom de la demanda extranjera y el incremento de rutas aéreas con destinos europeos y mayores frecuencias en la temporada de verano de 2016. No obstante, la estacionalidad en el conjunto de la Región, un 0,1%, y se sitúa por debajo de la media nacional y del resto de comunidades del arco mediterráneo.

Costa Cálida. % Variación interanual del índice de estacionalidad de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Dic 15 – nov 16 / Dic 14 – nov 15



- Costa Cálida. Contratos registrados en hostelería

Según la estadística de contratos registrados del SEPE, en el conjunto de municipios de la Costa Cálida (Cartagena, Águilas, Mazarrón, Los Alcázares, San Javier y San Pedro) la contratación en 2016 creció un 12,1%, habiéndose registrado un total de 54.145 contratos en las actividades de alojamiento turístico y restauración. Los municipios donde más creció la contratación fueron San Pedro del Pinatar, un 19,3%, Los Alcázares con un 13,4% y Cartagena con un 12,6%.

3.2. SALUD Y BELLEZA – MÉDICO

Según los datos disponibles de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE correspondientes a 2016, se registraron en los establecimientos hoteleros que dan servicio a los balnearios de Archena y Leana un total de **87.809 viajeros**, lo que representó un **aumento del 16%**. En cuanto a las **pernoctaciones**, se registraron un total de **264.235**, lo que supuso un **crecimiento del 4,3%**. En ambos casos, viajeros y pernoctaciones, las cifras representan **registros históricos**, superándose los valores previos a la crisis.

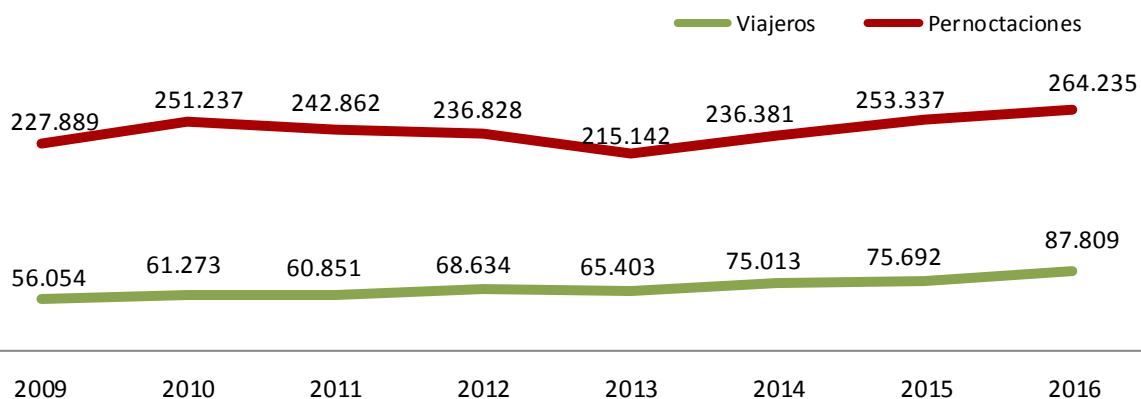
Balnearios. Viajeros Año 2016		Variación interanual
Nº viajeros en establecimientos hoteleros	87.809	+16%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Zona: Valle de Ricote/Balnearios – INE

Balnearios. Pernoctaciones Año 2016		Variación interanual
Nº pernoctaciones en establecimientos hoteleros	264.235	+4,3%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Zona: Valle de Ricote/Balnearios – INE

Balnearios
Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2009/16



- Procedencia

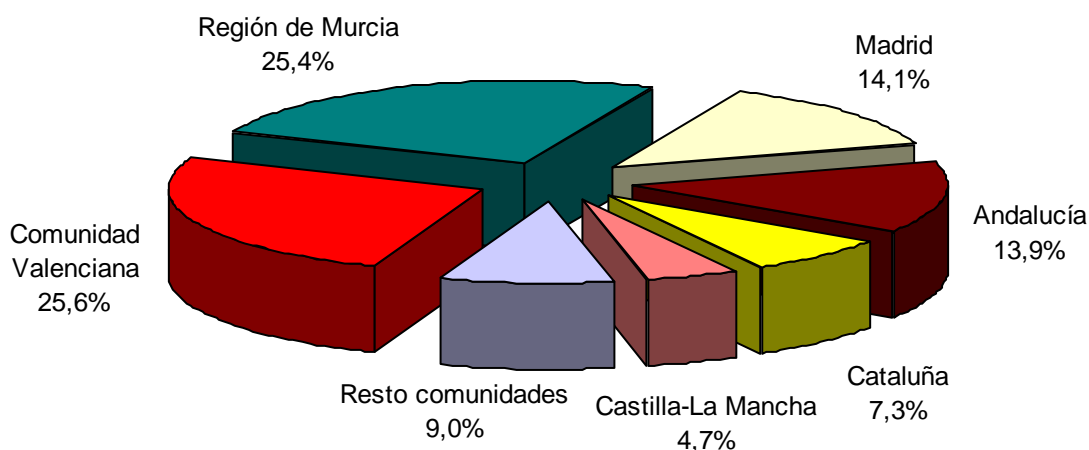
La demanda de los balnearios de Archena y Leana procede principalmente del **mercado español**, un **86%** sobre el total, es decir, 75.000 en el último año y su crecimiento interanual ha sido del **15,6%**. El **14%** restante son **extranjeros**, alrededor de 12.500, con un crecimiento interanual del **18,6%**.

El 25,6% de los visitantes nacionales a los balnearios de la Región son residentes en la Comunidad Valenciana, el 25,4% en la Región de Murcia, el 14,1% en Madrid, el 13,9% en Andalucía, el 7,3% en Cataluña, el 4,7% en Castilla-la Mancha y el 9% en el resto de comunidades.

- Duración de la estancia

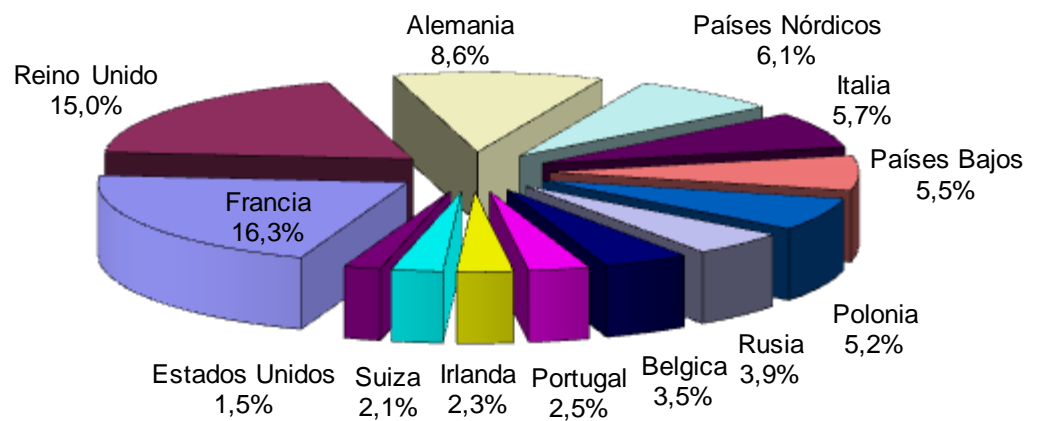
La duración media de la estancia alcanza en los hoteles de los balnearios los 3 días de media. Las estancias de los viajeros residentes en España son más prolongadas, con 3,2 días de media, frente a los 2,1 días de los residentes en el extranjero.

**Distribución de los viajeros nacionales en establecimientos hoteleros por procedencias.
Balnearios**



En cuanto al **turismo internacional**, las procedencias son muy variadas, siendo los mercados emisores más relevantes Francia (16,3%), Reino Unido (15%), Alemania (8,6%), Países Nórdicos (6,1%), Italia (5,7%), Países Bajos (5,5%), Polonia (5,2%), Rusia (3,9%) y Bélgica (3,5%).

**Distribución de los viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros por procedencias.
Balnearios**



3.3. INTERIOR – NATURALEZA - ACTIVO

En una comunidad como la Región de Murcia donde tradicionalmente su principal pilar turístico lo ha constituido el turismo de sol y playa, el turismo rural y de naturaleza ha ido ganando posiciones en los últimos años y ya atrae a un importante volumen de turistas hacia las comarcas del interior, que les ofrecen un variado y rico patrimonio natural, histórico, cultural y etnográfico. Es por esta singularidad de las comarcas interiores de la Región de Murcia y su dinámica turística diferenciada de la costa y las grandes ciudades, por la cual debemos realizar un análisis específico.

Así, **el turismo de interior de la Región de Murcia creció un 8,7%** en los últimos 12 meses y recibió en el conjunto de tipologías de alojamiento reglado una afluencia récord de 175.492 turistas (nov 2015 – oct 2016). Esta cifra representa una **participación del 11,7%** en el total de turistas de la Comunidad. Este comportamiento positivo también quedó reflejado en el **incremento de las pernoctaciones, un 12,2%**, hasta alcanzar un registro histórico de 443.452.

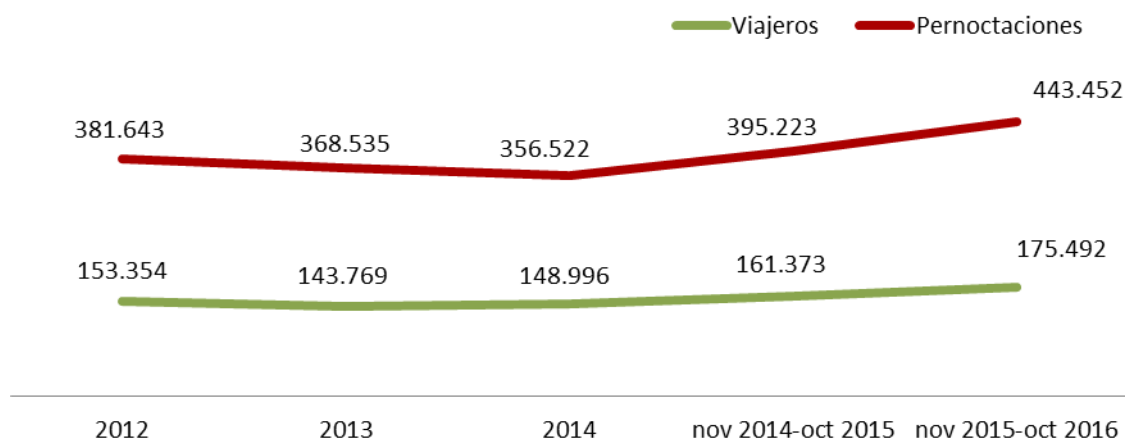
Turismo de interior. Viajeros (nov 2015-oct 2016)		Variación interanual
Nº viajeros en alojamientos reglados	175.492	+8,7%

Fuente: Elaboración propia basada en las Encuesta de Alojamiento Colectivo - INE

Turismo de interior. Pernoctaciones (nov 2015-oct 2016)		Variación interanual
Nº pernoctaciones en alojamientos reglados	443.452	+12,2%

Fuente: Elaboración propia basada en las Encuesta de Alojamiento Colectivo - INE

Turismo de interior*
Viajeros y pernoctaciones en alojamientos reglados. Años 2012/16



* Los datos de turismo de interior están referidos a:

- En **establecimientos hoteleros y campings** a los municipios no costeros de la Región de Murcia, excluyendo a las grandes ciudades de la Región: Murcia, Cartagena y Lorca.

- La totalidad de los **alojamientos rurales** de la Región de Murcia.

- Aumenta el peso específico del segmento de turismo de interior

Uno de los objetivos marcados en el Plan Estratégico para este segmento es incrementar su peso específico. Y este objetivo comienza a hacerse realidad, a la vista de los datos de las diferentes encuestas del INE implicadas en el seguimiento de la demanda de este segmento. Así, el comportamiento de la demanda en este segmento en los últimos doce meses (nov 2015 – oct 2016) ha sido muy positiva, con un crecimiento interanual del 12,2% de las pernoctaciones y una **cuota sobre el total de pernoctaciones en alojamientos reglados que pasa del 8,3% al 8,6%** en el último año.

- Cambio de tendencia y recuperación de la estancia media. Se mantiene el gasto medio diario.

En el turismo de interior la **duración de la estancia** en los alojamientos reglados **crece un 3,2%** y alcanza los 2,5 días de media. Los turistas extranjeros permanecen de media 3,8 días, mientras que los residentes en España se alojan 2,3 días.

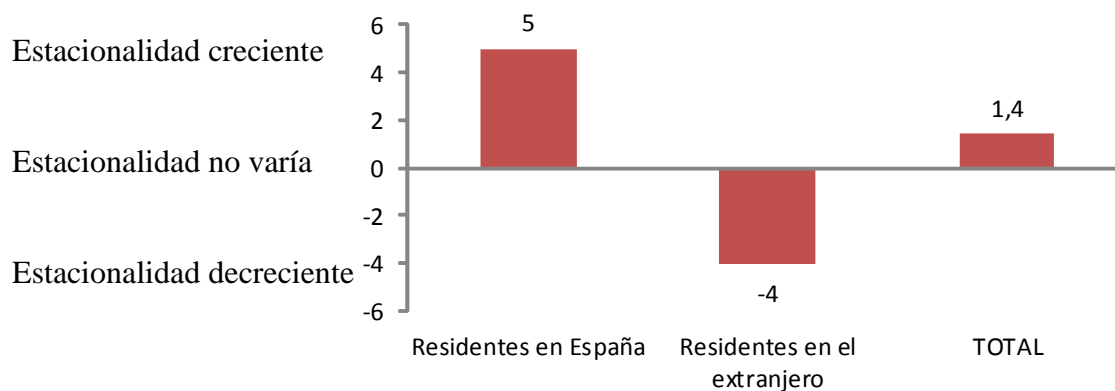
El gasto medio diario realizado por el turista rural y de naturaleza **se mantiene** en el entorno de los 45 euros y es ligeramente inferior al gasto del turista tradicional de sol y

playa (47,33 euros). Las principales partidas del gasto son el alojamiento (34%), la restauración (23,6%) y las compras (26,8%). Las actividades recreativas, deportivas y culturales suponen el 12,3% del presupuesto total.

- Disminuye la estacionalidad del turismo interior para la demanda extranjera y aumenta para la nacional.

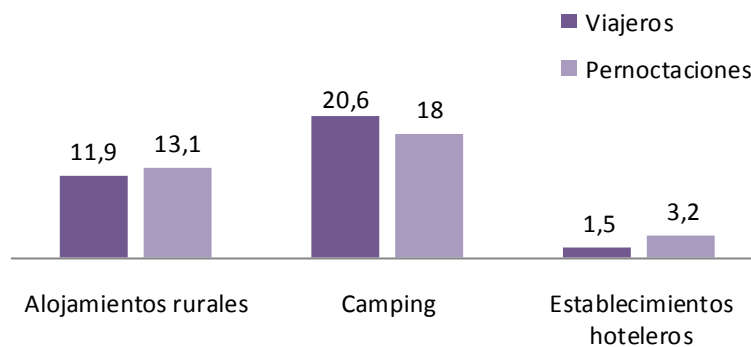
La evolución del turismo interior frente a la situación de estacionalidad varía según el origen de la demanda. Así, se experimenta una **mejoría en la distribución mensual de turistas extranjeros**, con una reducción del índice de estacionalidad del 4%. Sin embargo este mismo índice para los turistas residentes en España presenta una tasa positiva del 5%. En su conjunto, el turismo interior apenas presenta cambios en su situación de estacionalidad, con una ligera variación del 1,4%.

Turismo de interior. % Variación interanual del índice de estacionalidad de las pernoctaciones en alojamientos reglados. Nov 15 – oct 16 / Nov 14 – oct 15



Los establecimientos de **alojamiento rural** recibieron a un **11,9% más de turistas**, 40.071 en total; los **campings del interior** de la Región **incrementaron igualmente su afluencia en un 20,6%** hasta alcanzar 50.066, mientras que los **establecimientos hoteleros de interior** alojaron a 85.355 de estos visitantes, un **1,5% más**. Por otra parte, se estima en unos 261.000 los visitantes que optaron por alojarse en viviendas alquiladas, en segundas viviendas de su propiedad o en casas de amigos y familiares. Con todo, alojamiento reglado y privado, la afluencia total de turistas asciende a 436.000.

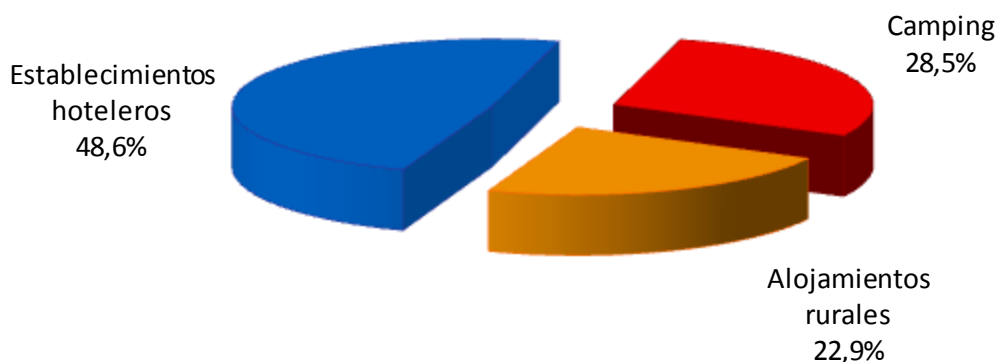
Turismo de interior. % Variación interanual de viajeros y pernoctaciones según tipologías de alojamiento. Nov 15 – oct 16/Nov 14 – oct 15



- Cambio en la distribución de la demanda por tipo de alojamiento.

Analizando el conjunto del alojamiento reglado que da servicio al turismo de interior, **el porcentaje de turistas que utilizan los campings crece** pasando del 25,7% al 28,5%. Lo mismo ocurre con **los alojamientos rurales que aumentan su peso** pasando del 22,2% al 22,9%. **Los hoteles** como modo de alojamiento para turismo de interior **bajan su cuota** del 52,1% al 48,6%.

Turismo de interior.
Distribución de la demanda según tipología de alojamiento reglado utilizada. Año 2016



- La demanda de alojamientos rurales crece por encima de la media nacional incrementándose su cuota en el total de alojamientos reglados.

Los turistas que optaron por alojamientos rurales, un total de 41.122 en 2016, registraron un crecimiento interanual de un 13,5% (+12,3% los residentes en España y +27,1% los residentes en el extranjero). Estos turistas generaron 101.865 pernoctaciones en 2016, lo que supone un aumento interanual del 10,3% (+9,9% los residentes en España y +12,6% los residentes en el extranjero).

El ritmo de crecimiento de la demanda en los alojamientos rurales regionales es más vivo que el de la media para esta tipología alojativa en España, tanto en viajeros, 13,5% frente al 10,1% nacional, como en pernoctaciones, 9,9% frente al 9%.

Desde el punto de vista de la demanda, la tipología de alojamientos rurales, a pesar de su reducido peso en comparación con otras como los hoteles es una de las que, en proporción, mayor avance experimenta. Se constata, según los datos del INE, un **aumento de la cuota de turistas en alojamientos rurales** sobre el total de turistas en alojamientos reglados, pasando del 2,2% en 2014 al 2,7% en 2016, **así como de la cuota de pernoctaciones** que pasa del 1,4% al 2%.

Desde el enfoque de la oferta, se evidencia también un **avance en el porcentaje de plazas de alojamiento rural sobre el total** de plazas en alojamientos turísticos reglados, que alcanza el 7,5% tras permanecer estancada en el 6,9% desde 2010.

- Procedencia de los turistas

En cuanto a la procedencia de los visitantes registrados en los alojamientos reglados en los últimos doce meses (nov 2015 – oct 2016), un **15,1%** de los mismos **eran turistas extranjeros**. El **84,9% restante eran residentes en España**, repartiéndose casi a la mitad entre los propios residentes en la Región de Murcia y resto de comunidades autónomas.

Entre los turistas españoles, los residentes en la Región de Murcia representan un 51%. Los **turistas de otras comunidades**, que suponen el 49% restante, proceden principalmente de comunidades limítrofes: Comunidad Valenciana (33,3%), Andalucía (20,8%) y Castilla-La Mancha (18,8%) y de Madrid (19,9%).

En lo que respecta al **turismo extranjero**, el principal mercado de origen es el Reino Unido (42,5%), seguido, con unas menores cuotas, de Alemania (12,2%) y Francia (11,4%).

3.4. TURISMO DE GOLF

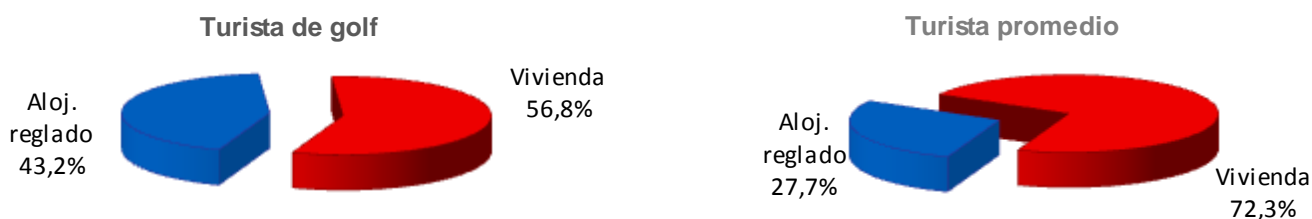
- El turismo de golf como generador de nueva oferta turística y dinamizador de la economía.

La industria del golf se asienta desde hace años en la Región de Murcia, con una creciente red de infraestructuras de todo tipo (deportivas, hoteleras, restauración, vivienda, etc.). Los 18 campos de golf de 18 hoyos existentes en la Región de Murcia y sus servicios turísticos complementarios constituyen un fuerte potencial de equipamiento y uso turístico reglado. Las instalaciones de golf son un núcleo de atracción de oferta tanto alojativa como de restauración, recreativa y de ocio (balneario, spa) o deportiva (tenis, pádel, fútbol). La mayor parte de los campos de golf de la Región de Murcia se distribuyen en un radio de 50 kilómetros, lo que ofrece al turista la posibilidad de combinar diferentes terrenos de juego en desplazamientos cortos, algo muy valorado.

- Alta utilización del alojamiento reglado

La vivienda, sobre todo la alquilada, es el medio de alojamiento más utilizado por los turistas de golf, en un 56,8% de los casos. No obstante, los turistas de este segmento turístico optan en mayor proporción que los turistas de sol y playa por el alojamiento reglado, 43,2%, y en especial por el establecimiento hotelero de alta categoría.

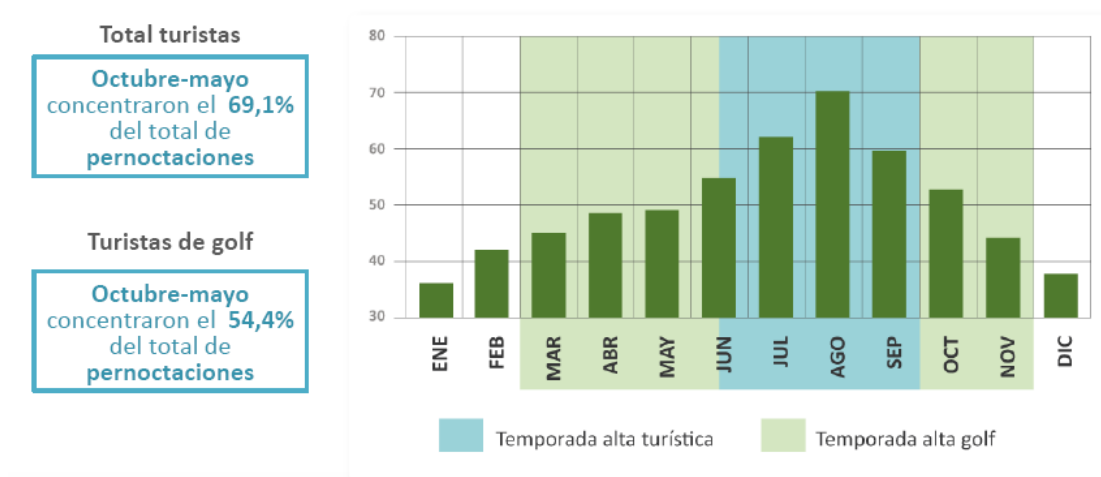
**Turismo de golf y turista promedio.
Distribución de la demanda según tipología de alojamiento reglado utilizada. Año 2016**



- Favorece la desestacionalización del turismo en la Costa Cálida

El turismo de golf está contribuyendo decisivamente con su desarrollo a romper la alta estacionalidad del turismo en la costa y mantener la actividad durante todos los meses del año. Prueba de ello es que este segmento turístico concentra casi el 70% de las pernoctaciones entre los meses de octubre y mayo, hecho este motivado fundamentalmente por las condiciones climáticas excepcionales que permiten la práctica de este deporte durante todo el año, lo que favorece un comportamiento regular de la demanda extranjera.

**Turismo de golf.
Distribución de las pernoctaciones por meses. Año 2016**



- El turismo de golf ha jugado un papel relevante en la internacionalización de la demanda turística

El fuerte crecimiento del turismo internacional en la Región de Murcia en los últimos años va ligado a una mayor afluencia de turistas con la motivación de jugar al golf. El resultado es un aumentando del grado de internacionalización turística. Así, el Mar Menor y La Manga, la zona que más turismo de golf recibe, el porcentaje de pernoctaciones de extranjeros sobre el total de pernoctaciones hoteleras ha pasado de un

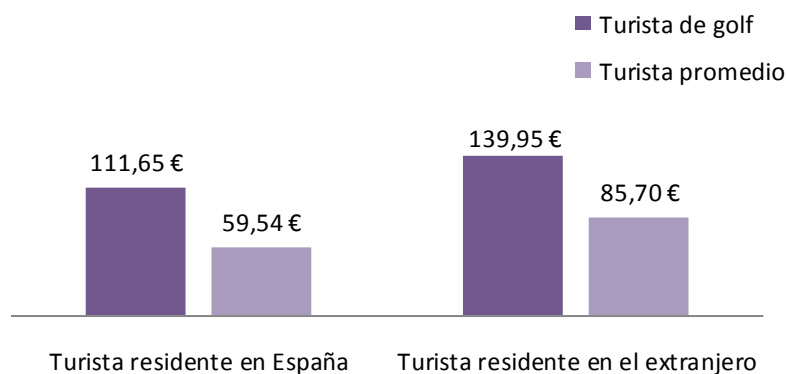
23,5% en 2013 a un 28,3% en 2016. Esta cuota de internacionalización supera casi en más de 4 puntos el dato para el conjunto de la Región que se sitúa en el 24,1%.

- Elevado gasto turístico.

La industria del golf está llamada a jugar un papel esencial en el incremento de las cifras de gasto por turista en la Región de Murcia. El turista de golf es **el que mayor gasto dedica a sus vacaciones** de entre todas las tipologías turísticas **en la Costa Cálida**.

El gasto medio diario realizado en la Región en 2016, se eleva a **133,90€**, siendo el **gasto de los turistas extranjeros, 139,95€**, más elevado que el de los **turistas españoles de otras comunidades, 111,65€**. Mientras que el gasto promedio por turista y día para el turista residente en España ha sido de 59,54 euros y para el extranjero de 85,70 euros, **el gasto para el turista de golf se multiplica por 1,9 y 1,6** respectivamente.

Turista de golf y turista promedio. Gasto medio diario según origen. Región de Murcia. Año 2016



Los complejos de golf de la Región de Murcia están generando atracción de deportistas de élite, con alto poder adquisitivo, y un elevado gasto turístico.

Además, la celebración de campeonatos nacionales e internacionales (golf y deportes), conlleva una gran repercusión para la economía local y regional. Todo ello supone la generación de puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, con una evolución creciente incluso durante los años de crisis económica.

- Aumenta el número de federados y el volumen de green fees vendidos en la Región de Murcia

Según las estimaciones derivadas de las encuestas específicas a los productos turísticos realizadas por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, la comunidad recibió durante 2016 unos 140.000 turistas de golf, que originaron en torno a 1.820.000 pernoctaciones.

El número de licencias expedidas por la federación regional de golf aumentó un 1,2% hasta las 5.458. Destaca el incremento de los federados de origen extranjero que aumentan un 7,3% hasta alcanzar los 1.979, lo que representa un 36,3% del total.

Golf. Número de federados en la Región de Murcia Año 2016		Variación interanual
Nº de licencias	5.458	+1,2%

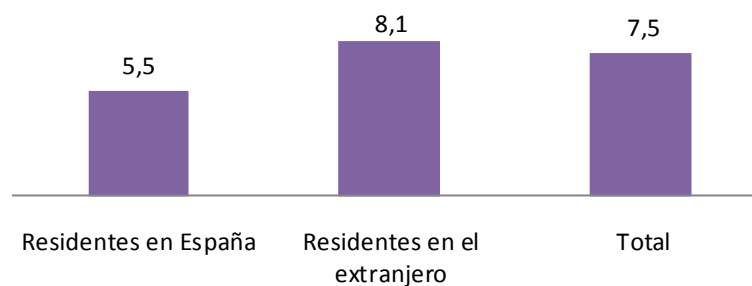
Fuente: Federación de Golf de la Región de Murcia

Golf. Número de salidas vendidas en los campos de la Región de Murcia. Año 2016		Variación interanual	Variación 2016/14
Nº de green fees	502.694	+1,1%	+7,5%

Fuente: Instituto de Turismo a partir de la información proporcionada por los campos de golf de la Región de Murcia

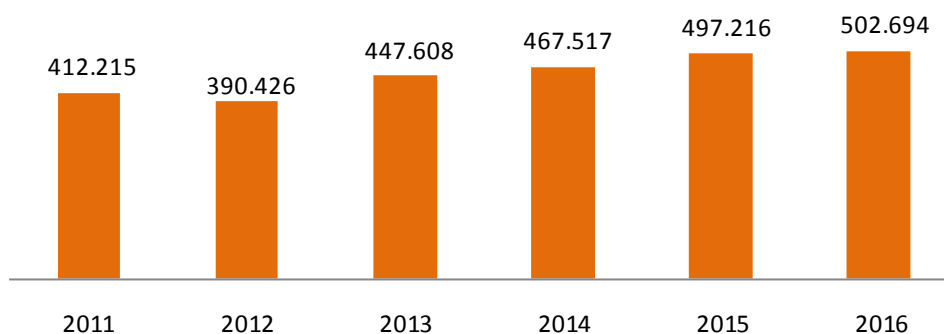
Durante el año 2016 se vendieron 502.694 green fees, un 1,1% más que en 2015 y un 7,5% más que en 2014.

Turismo de golf. % Variación interanual de green fees vendidos en la Región de Murcia según origen. Año 2016/2014



El total de salidas vendidas en los campos de golf de la Región no solo se ha consolidado sino que ha aumentado de manera significativa en los últimos años.

**Turismo de golf. Green fees vendidos en la Región de Murcia.
Años 2011-2016**



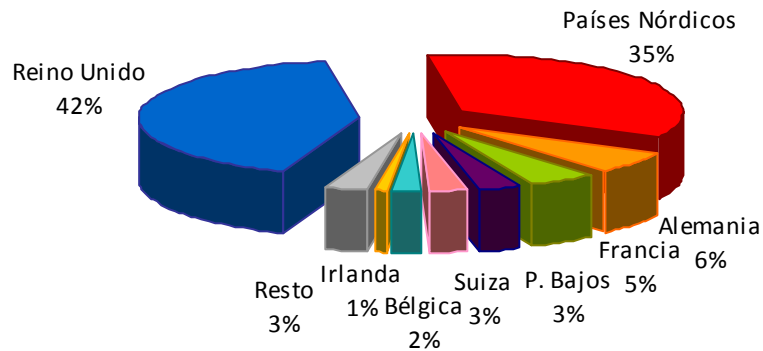
- Diversificación de mercados emisores

Los turistas de golf **residentes en España representan el 21%** de la demanda total de este producto turístico y proceden principalmente de Madrid, Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha.

La demanda extranjera supone el 79% de la demanda total de turismo de golf y proviene, fundamentalmente, del mercado del Reino Unido, que consume el 42% del total de green fees vendidos a no residentes. El segundo mercado en importancia es el de los Países Nórdicos, que absorbe una cuota de mercado del 35% en cuanto a los green fees, mientras que en tercera posición se sitúa Alemania, que representa el 6% y en cuarta Francia con el 5%.

En un análisis de la evolución respecto al año anterior, cabe destacar un **descenso de la tradicional dependencia del turismo británico en este segmento** cuya cuota retrocede 5,3 puntos respecto a 2015, en favor del **crecimiento de otros mercados como Francia, que crece 2 puntos, Alemania, Países Bajos, Irlanda, Bélgica o Suiza.**

Turismo de golf. Green fees vendidos en la Región de Murcia según origen. Año 2016



- Uno de los productos turísticos mejor valorados

El turismo de golf es uno de los productos mejor valorado por los turistas en la Región de Murcia. El nivel de satisfacción general de los turistas puede considerarse bastante elevado, 8,4 puntos sobre 10.

Los aspectos mejor valorados son los relativos al personal, la calidad del club social, la tranquilidad y el entorno. Asimismo, los precios también obtienen una buena calificación.

Turismo de golf. Valoración de las actividades realizadas por los turistas. Año 2016



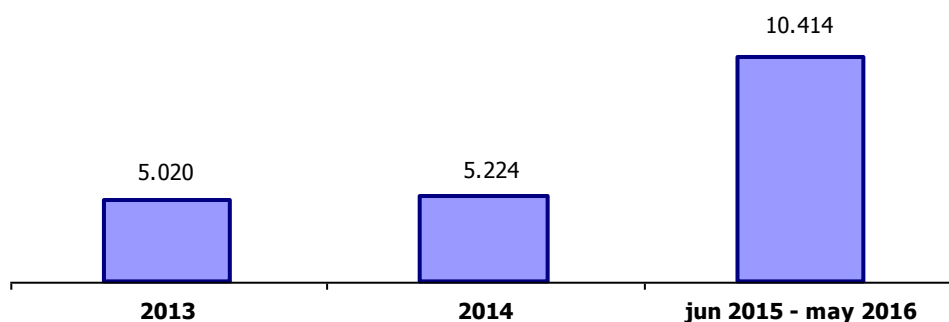
3.5. ENOTURISMO

- Crece notablemente el interés por el enoturismo

Entre los turistas que visitaron los municipios de **Jumilla, Yecla y Bullas** crece el interés por el enoturismo. Un 70% de los turistas que visitaron sus oficinas de turismo en el último año lo **hicieron para solicitar información sobre la oferta de rutas y actividades relacionadas con el turismo enológico**, lo que supone 20 puntos porcentuales más que en 2014.

Entre junio de 2015 y mayo de 2016 (última anualidad disponible) **el número de visitantes que solicitó información sobre enoturismo** en las oficinas de turismo de estos tres municipios **duplicó la cifra alcanzada en 2014** pasando de 5.224 en 2014 a **10.414**.

Enoturismo. Visitantes que solicitaron información sobre enoturismo en las oficinas de turismo de Jumilla, Yecla y Bullas . Años 2013/16



- Consolidación de las Rutas del Vino regionales

Cabe destacar el crecimiento continuo experimentado por el turismo enológico, que se ha consolidado como un importante complemento a la oferta turística regional, logrando llegar prácticamente a los 54.000 visitantes a las bodegas y museos de las ‘Rutas del Vino’ en el último año, con un crecimiento del 31,6% respecto a los datos de 2015.

Años	Jumilla	Bullas	Yecla	TOTAL
2010	13.367	1.397	1.223	15.987
2011	16.694	1.437	1.407	19.538
% variación 2011/2010	24,9%	2,9%	15,0%	22,2%
2012	19.001	12.011	1.626	32.638
% variación 2012/2011	13,8%	735,8%	15,6%	67,0%
2013	22.857	11.507	2.268	36.632
% variación 2013/2012	20,3%	-4,2%	39,5%	12,2%
2014	20.722	13.003	3.469	37.194
% variación 2014/2013	-9,3%	13%	53%	1,5%
2015	20.927	16.505	3.580	41.012
% variación 2015/2014	1,3%	26,9%	3,2%	10,3%
2016	27.665	22.016	4.298	53.979
% variación 2016/2015	32,2%	33,4%	20,1%	31,6%

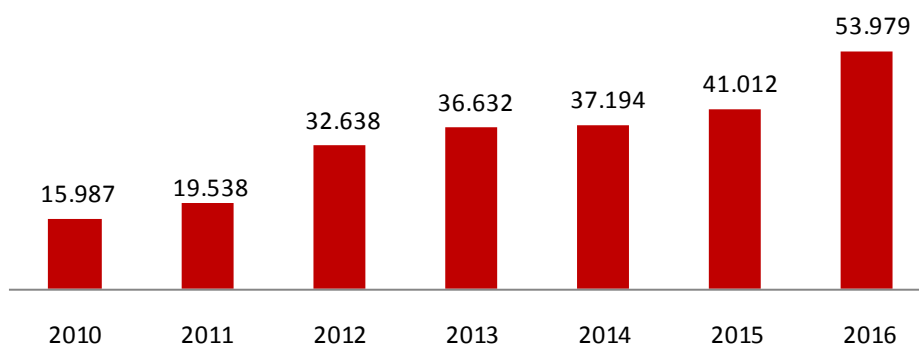
La siguiente tabla refleja el dato de visitantes para cada una de las tres Rutas del Vino regionales en 2016, así como su crecimiento respecto al año 2015. Destaca en el último año la tasa de crecimiento interanual de Jumilla, con un 32,2% de incremento sobre el dato de 2015, siendo la ruta con un mayor volumen de visitantes, 27.665. Bullas crece un 33,4% y alcanza los 22.016 visitantes y Yecla aumenta su número de visitantes un 20,1%, hasta los 4.298.

Enoturismo. Número de visitantes de las Rutas del Vino. Año 2016		Variación interanual
Nº visitantes en la Ruta del Vino de Jumilla	27.665	+32,2%
Nº visitantes en la Ruta del vino de Bullas	22.016	+33,4%
Nº visitantes en la Ruta del Vino de Yecla	4.298	+20,1%
Nº visitantes totales	53.979	+31,6%

Fuente: Instituto de Turismo a partir de la información proporcionada por las Rutas del Vino

La evolución en los últimos años de los datos agregados de visitantes a las bodegas y museos adheridos a las 3 rutas del vino de la Región de Murcia es la siguiente:

**Enoturismo. Visitantes de las Rutas del Vino de la Región de Murcia:
Jumilla, Yecla y Bullas. Años 2010-2016**



- El enoturismo está contribuyendo a mejorar la percepción del destino Región de Murcia

Los resultados del Informe sobre la Demanda Turística en las Rutas del Vino de España de la Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN) del primer semestre de 2016 marcan un índice de satisfacción de **8,3 puntos sobre 10**, destacando las visitas a bodegas (8,9 puntos), la hospitalidad y la atención al cliente (8,7), la calidad del entorno/paisaje (8,5), la estancia en los alojamientos (8,4) y la oferta gastronómica (8,4).

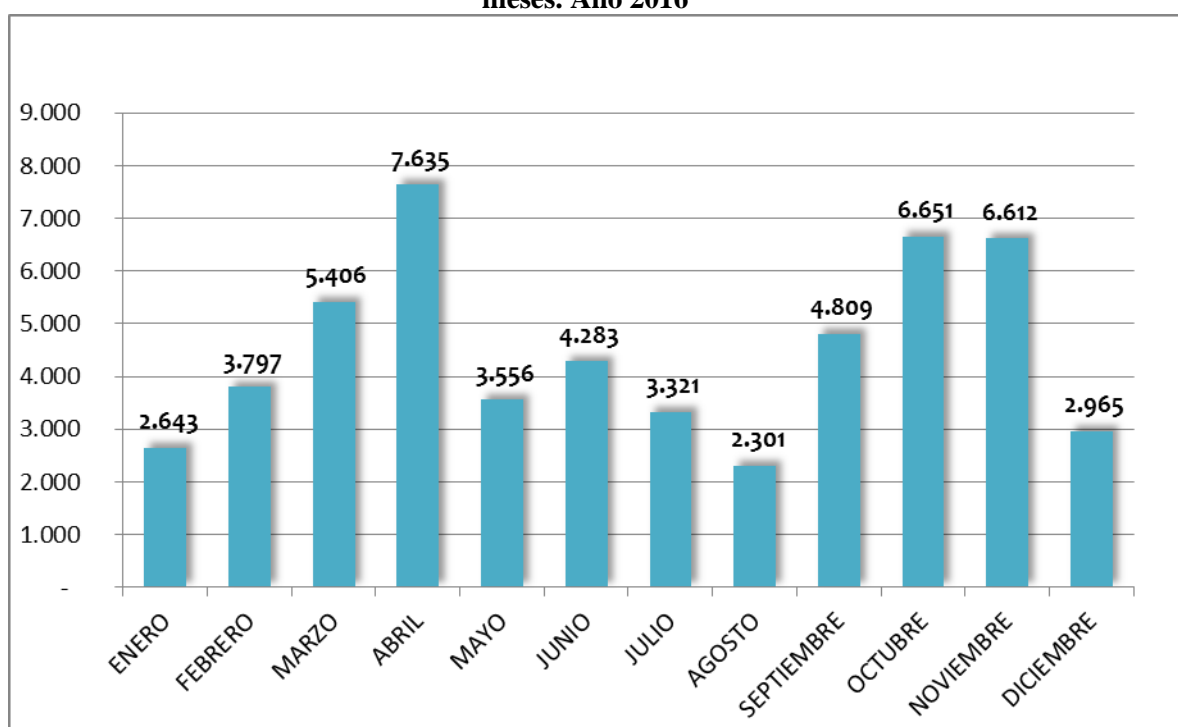
Este informe también resalta el grado de conocimiento previo del enoturista del destino y de la ruta del vino visitada.

Por todo ello, **el enoturista se muestra como prescriptor del destino, siendo proclive a recomendar las rutas del vino y el destino y a volver a hacer un viaje**, ya sea en el mismo destino o en otro destino regional diferente.

- El enoturismo favorece la desestacionalización y el alargamiento de la temporada

Si se compara la distribución mensual del turismo del vino frente a la distribución de turistas en 2016 en la Región, se aprecia que los meses de mayor demanda se complementan. Esto aporta aún más valor al turismo del vino, pues se constata que favorece la **desestacionalización** y el **alargamiento de la temporada**, con **grandes aportaciones en meses intermedios como marzo, abril, octubre o noviembre.**

Enoturismo. Distribución de los visitantes de las Rutas del Vino de la Región de Murcia por meses. Año 2016



Al analizar la distribución mensual de los visitantes a bodegas, se observa que **otoño y primavera son las temporadas más proclives al enoturismo**, motivado ante todo por ofrecer unas temperaturas más adecuadas para el disfrute del producto enoturístico y en el caso del otoño, por la realización de la vendimia, convirtiéndose en un factor adicional de atracción. Sin embargo, los meses más fuerte y débil varían en función de la Ruta:

Ruta	Mejor mes
Bullas	Abril
Jumilla	Noviembre
Yecla	Octubre

3.6. TURISMO CULTURAL Y DE CIUDAD

- Mayor afluencia de turistas en las ciudades de la Región de Murcia

Las principales ciudades de la Región de Murcia alcanzan registros históricos, superando la cifra de 637.000 turistas alojados en establecimientos hoteleros y generando 1.094.750 pernoctaciones en 2016. El crecimiento interanual asciende al 17,8% para los viajeros y al 18,7% para las pernoctaciones.

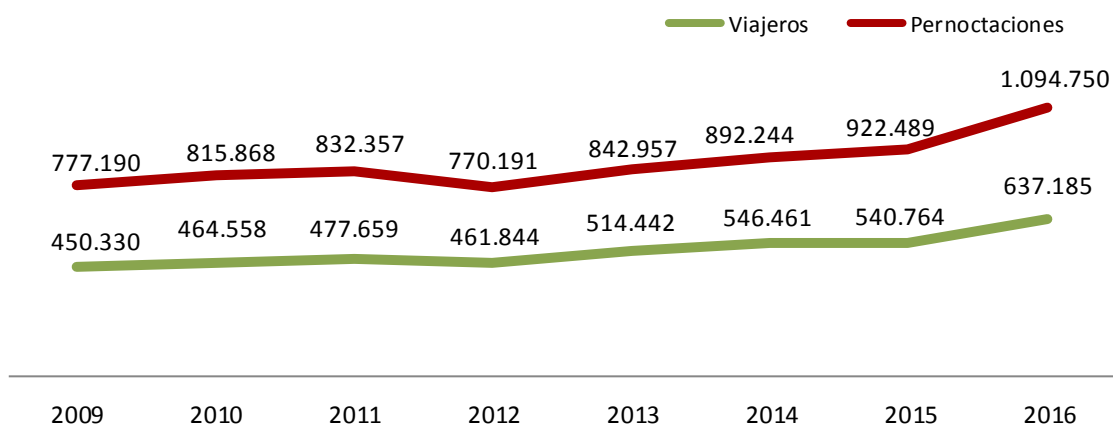
Turismo de ciudad. Viajeros Año 2016		Variación interanual
Nº viajeros en hoteles de Murcia	426.184	+19,4%
Nº viajeros en hoteles de Cartagena	135.867	+13,9%
Nº viajeros en hoteles de Lorca/Puerto Lumbreras	75.134	+16,3%
Nº viajeros en establecimientos hoteleros totales	637.185	+17,8%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Zona: Ciudades – INE

Turismo de ciudad. Pernoctaciones Año 2016		Variación interanual
Nº pernoctaciones en hoteles de Murcia	686.976	+18,8%
Nº pernoctaciones en hoteles de Cartagena	282.890	+14,3%
Nº pernoctaciones en hoteles de Lorca/Puerto Lumbreras	124.884	+29%
Nº viajeros en establecimientos hoteleros totales	1.094.750	+18,7%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Zona: Ciudades – INE

**Ciudades. Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros.
Años 2009/16**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Zona: Murcia, Cartagena y Lorca/Puerto Lumbreras – INE

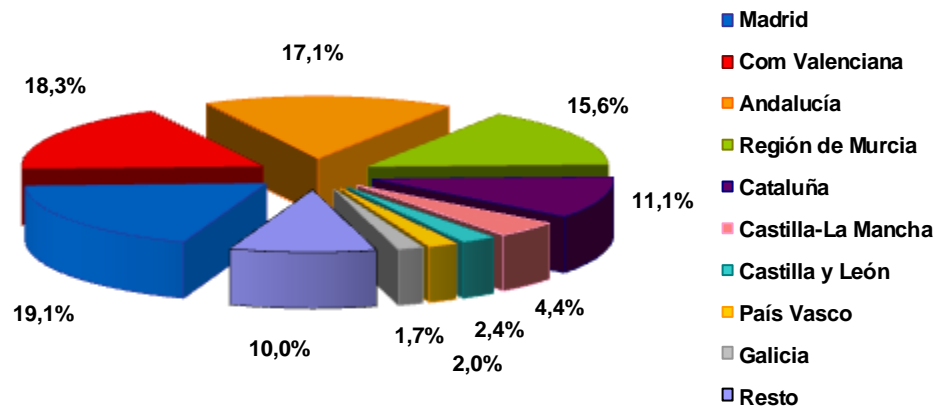
- Procedencia

La demanda de las principales ciudades de la Región: Murcia, Cartagena y Lorca procede principalmente del mercado español, un 80,9% sobre el total, es decir, 515.287 viajeros nacionales registrados en los hoteles de estas ciudades en 2016 y su crecimiento interanual ha sido del 18,8%. El 19,1% restante son extranjeros, un total de 121,898, con un importante crecimiento interanual del 22,8%.

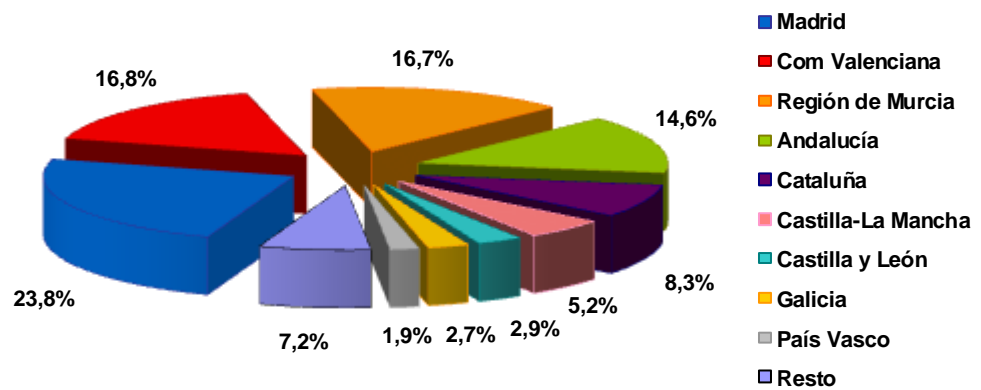
Los visitantes nacionales a las ciudades de la Región son residentes en Madrid, la Comunidad Valenciana, Andalucía, Cataluña y Castilla-la Mancha principalmente.

En cuanto al turismo internacional, las procedencias son muy variadas, siendo los mercados emisores más relevantes Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, Países Nórdicos y Países Bajos.

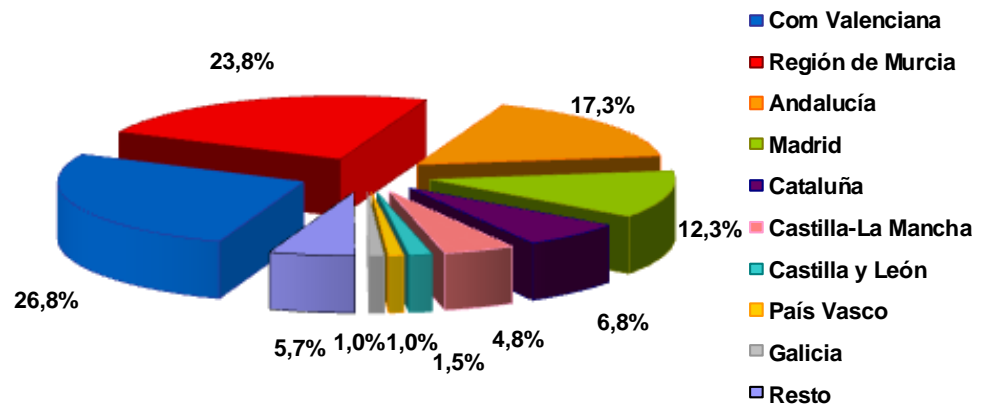
Murcia. Distribución de los viajeros nacionales en establecimientos hoteleros por procedencia



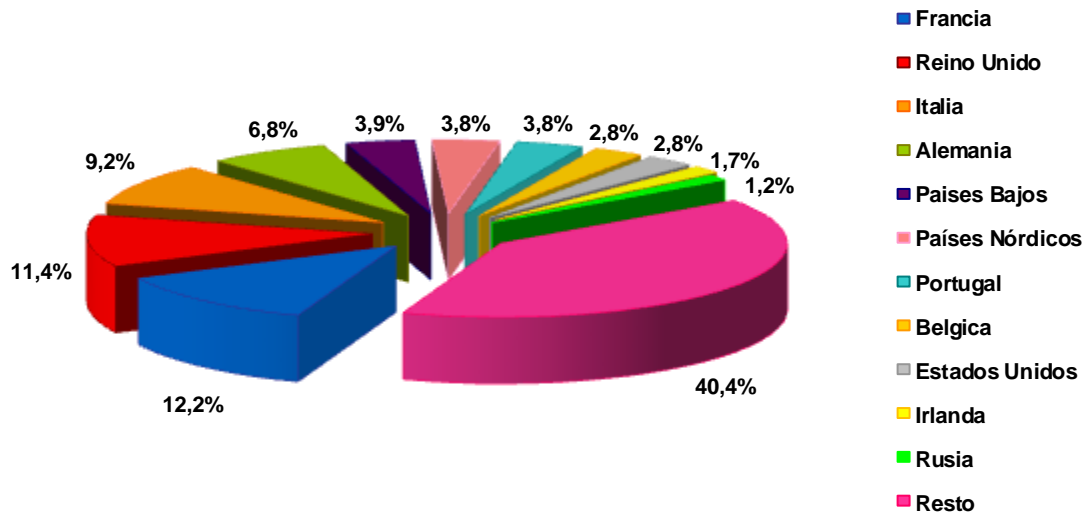
Cartagena. Distribución de los viajeros nacionales en establecimientos hoteleros por procedencia



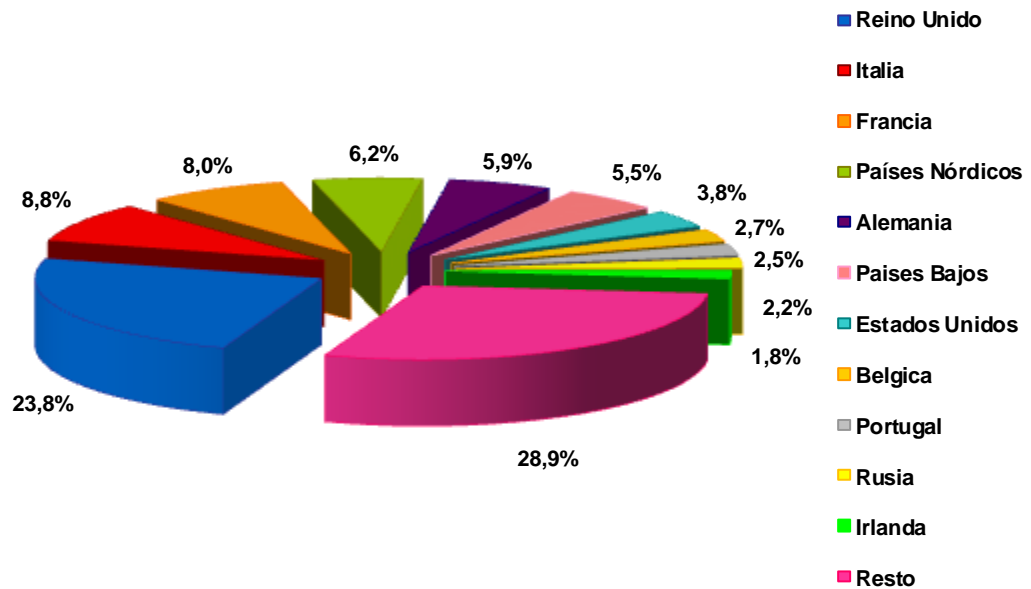
Lorca. Distribución de los viajeros nacionales en establecimientos hoteleros por procedencia



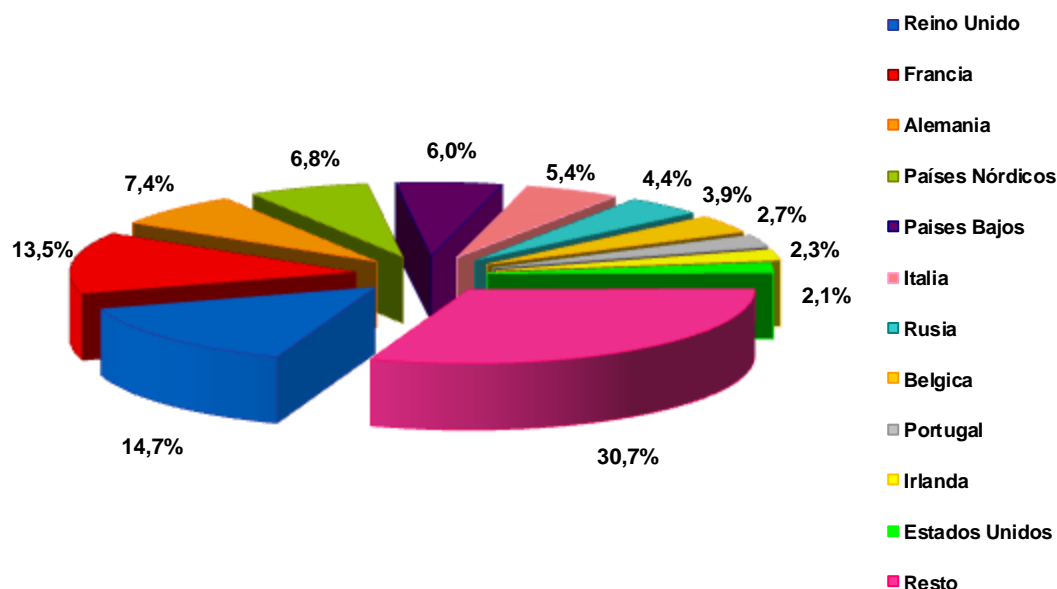
Murcia. Distribución de los viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros por procedencia



Cartagena. Distribución de los viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros por procedencia



Lorca. Distribución de los viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros por procedencia



- Aumenta el peso específico del segmento de turismo de ciudades

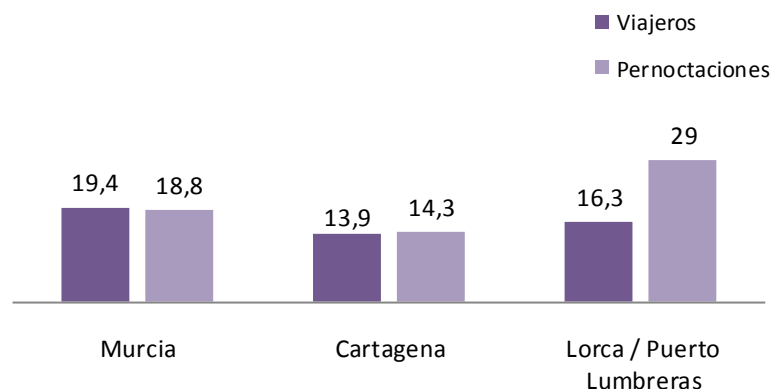
Uno de los objetivos marcados en el Plan Estratégico de Turismo 2015-2019 es la diversificación de productos y la complementariedad de muchos de ellos con el principal segmento ‘el sol y playa’. El **turismo de ciudad** avanza en este sentido e **incrementa su peso específico**. Según datos del INE, de entre las pernoctaciones totales realizadas en hoteles de la Región de Murcia en 2016, un **35,5%** de ellas correspondían a establecimientos ubicados en Murcia, Cartagena y Lorca. Esta **cuota de pernoctaciones en ciudades sobre pernoctaciones totales ha experimentado un incremento de 2 puntos porcentuales** en relación a 2015.

- Mejores resultados en todas las ciudades

Los establecimientos hoteleros de la ciudad de **Murcia** recibieron a **un 19,4% más de turistas**, 426.184 en total y 686.976 pernoctaciones (+18,8%). De igual manera, los hoteles de **Cartagena incrementaron su afluencia en un 13,9%** hasta alcanzar 135.867 viajeros y 282.890 pernoctaciones (+14,3%). En **Lorca**,

los establecimientos hoteleros alojaron a 75.134 viajeros, un **16,3% más**, que generaron 124.884 pernoctaciones (+29%).

Ciudades. % Variación interanual de viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Años 2016/2015



- Resultados históricos en la campaña de verano

Por su parte, en los dos meses centrales del verano, julio y agosto, los hoteles de las ciudades registraron una ocupación media del 58%, frente al 46% obtenido en de 2015, lo que representa 12 puntos más y una ocupación mucho mayor que la que ha venido siendo habitual en anteriores veranos en estos destinos. La mayor subida se dio en las ciudades de Cartagena y de Murcia, con una ocupación del 62% y del 55%, y aumentos de 14 y 12 puntos respectivamente. En Lorca-Puerto Lumbreras se ha pasado de una ocupación del 67% en 2015 al 74% en el verano de 2016.

Ciudades. Ocupación hotelera Julio y agosto		Variación interanual
Grado ocupación hotelera	58%	+12 puntos porcentuales

Fuente: Sondeo Ocupación Hotelera – Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Murcia

Exceltur destaca a la ciudad de Murcia como una de las que mayor recuperación socioeconómica del turismo ha experimentado en el verano de 2016 (junio-septiembre), impulsada por la mejora del consumo de los españoles. Así lo avalan los resultados en los indicadores de rentabilidad y empleo de los 53 principales destinos urbanos de España:

Un crecimiento del empleo turístico (total actividades turísticas: hostelería, AAVV, transporte, ocio y cultura) del 21,4% respecto al verano de 2015, 2ª ciudad con mayor crecimiento entre los 53 principales destinos urbanos de España (media: 7,3%).

Un incremento de la rentabilidad (RevPar hotelero) del 19,5%, 7ª ciudad con mayor crecimiento entre los 53 principales destinos urbanos de España (media: 9,5%) propiciado por el incremento del grado de ocupación, un 20,7%, muy por encima de la media de los 53 principales destinos urbanos de España, que fue de un 3,2%.

Cartagena

La ciudad de Cartagena, con 5.923 afiliados a la Seguridad Social en actividades turísticas, presenta un crecimiento del +8,6% respecto al verano de 2015, por encima de la media de los 49 principales destinos vacacionales (sol y playa) de España que fue del 7,5%.

El incremento del grado de ocupación, un 6,8%, por encima de la media de los 49 principales destinos vacacionales (de sol y playa) de España, que fue de un 5,2%, unido al incremento de precios, de un 6,4% han impulsado la mejora de la rentabilidad (RevPar hotelero) con un crecimiento del 13,5%, por encima de la media que fue del 12,1%.

- Mayor grado de internacionalización turística en la ciudades

En los últimos años el turismo de ciudad se está viendo especialmente favorecido por el fortalecimiento de la demanda turística extranjera en la Región. En 2116 se vienen produciendo crecimientos continuados en los **registros de turistas extranjeros** en los establecimientos hoteleros de Murcia, Cartagena y Lorca en

todos los meses tanto en el **número de viajeros**, con un **aumento medio en los últimos 12 meses del 19,5%**, como en las **pernoctaciones, que suben un 21,9%**. Ello ha derivado en una variación positiva del grado de internacionalización turística en las ciudades que para las pernoctaciones hoteleras alcanza el 22,5% en los últimos doce meses (nov 2015 – oct 2016), frente al 21,9% en el año anterior.

- **Recuperación del mercado nacional.**

Durante los últimos 12 meses se recibieron en los establecimientos hoteleros de las principales ciudades de la Región de Murcia un **15,8% más de viajeros residentes** en España, que generaron un **17,2% más de pernoctaciones**. Esta recuperación del mercado nacional en 2016 está siendo **mucho más acentuada en las ciudades de la Región, que la media del conjunto de España**, para el que el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras de los residentes fue del 4,5%.

- **Se rompe la tendencia de los últimos años al acortamiento de las estancias**

La **duración de la estancia crece un 1,6%** y alcanza en los establecimientos hoteleros de las ciudades los 1,7 días de media. No obstante, las estancias de los extranjeros son algo más prolongadas, con 2,1 días de media, frente a los 1,6 días de los residentes en España, si bien en ambos casos son más prolongadas que en 2015. Se supera, de este modo, la tendencia negativa de los últimos años al acortamiento de las estancias.

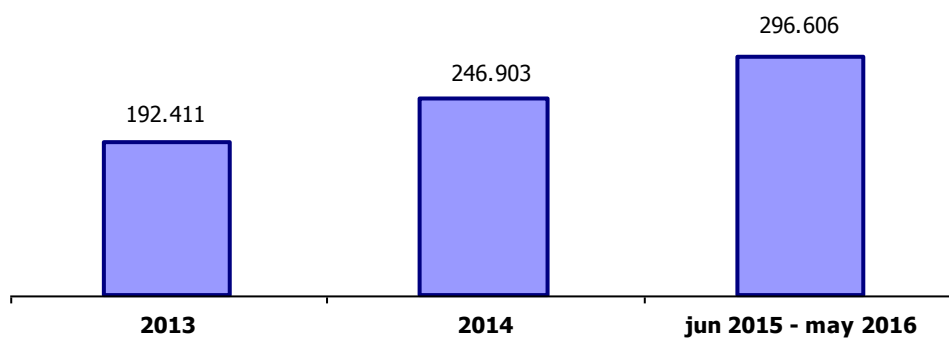
- **Ciudades. Contratos registrados en hostelería**

Según la estadística de contratos registrados del SEPE, en el agregado de **Murcia, Cartagena y Lorca la contratación** en los últimos doce meses (dic 2015 – nov 2016) **creció un 13,9%**, habiéndose registrado un total de **90.931 contratos en las actividades de alojamiento turístico y restauración**. El municipio donde más creció la contratación fue Lorca, un 18,6%, seguido de Cartagena con un 14% y Murcia, con un 12,7%.

- Las oficinas de turismo prestan servicio a más turistas culturales

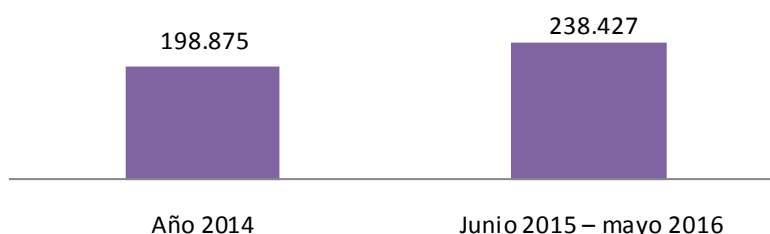
Las oficinas de turismo regionales han prestado servicio a un total de **296.606 turistas culturales** entre junio de 2015 y mayo de 2016 (última anualidad disponible), lo que supone **un 20,1% más que en 2014**.

Turismo cultural. Visitantes que solicitaron información en las oficinas de turismo regionales por motivos culturales. Años 2013/16



El motivo de visita cultural llevó hasta las Oficinas de turismo de **Murcia, Cartagena y Lorca a 238.427 turistas culturales, el 80,4% del total** de turistas culturales en la Región de Murcia. Esta cifra representa un **incremento del 19,9% respecto a la registrada en 2014** en esas tres ciudades.

Turismo cultural. Visitantes que solicitaron información en las oficinas de turismo de Murcia, Cartagena y Lorca por motivos culturales. Jun 15 – may 16/ Año 2014



- Perfil del turista cultural que viaja hasta las principales ciudades

- El grado de fidelidad a la Región de Murcia es alto: Un 77,4% de los turistas había visitado ya la Región en ocasiones anteriores.
- La compañía preferida para su viaje es la de su pareja (44,0%), la de la familia (35,6%) y la de los amigos (16,0%)
- El perfil de edad varía según la ciudad, pero de media es mayoritaria la edad de 36 a 45 años (28,0%) seguida de 46 a 55 años (18,8%) y de 26 a 35 años (17,6%), siendo el intervalo de más de 65 años el que menor porcentaje (7,6%) aporta.
- El medio de transporte más utilizado es el vehículo particular (72,8%), seguido del avión (16,8%) y del autocar (9,6%).
- La mayoría de los turistas (77,6%) planifican su viaje con una antelación inferior a un mes.
- Se constata el creciente uso de Internet para la reserva del transporte (40,4%) y del alojamiento (38,4%). No obstante, en la reserva del alojamiento la reserva telefónica directa (42,0%) es la opción más utilizada.
- Los aspectos más valorados por la mayoría absoluta de los visitantes de las ciudades de la Región de Murcia han sido el clima (57,3%), el ocio, la gastronomía y la cultura (53,1%). También destacan el paisaje (25,2%) y visitar a la familia/ los amigos.
- Las actividades realizadas/ a realizar en destino por la mayoría absoluta de los visitantes han sido disfrutar de la gastronomía (95,2%), asistir a procesiones en Semana Santa (92,8% en las encuestas de Semana Santa), el ocio nocturno (68,0%), las compras (61,2%), disfrutar del sol y pasear por el entorno (60,8%) y asistir a espectáculos culturales (56,4%).
- El principal medio de conocimiento de la oferta turística regional ha sido las visitas anteriores (72,7%), seguido del consejo de familiares y amigos (44,8%), quedando el resto de medios (agencias de viajes, internet, oficinas de turismo, etc.) por debajo del 10%.
- En cuanto a la valoración de los servicios turísticos relacionados con la visita, los que mayor valoración registran han sido la oferta gastronómica, el confort y la relación calidad-precio del alojamiento, la oferta comercial y los accesos y señalización para llegar.

3.7. TURISMO DE CAMPING

- La demanda de camping crece por encima de la media nacional

Los turistas alojados en campings de la Región de Murcia en 2016, un total de **132.291 viajeros**, registraron un crecimiento interanual de un **14,6%**, lo que supone el mejor registro desde 2008. Estos turistas generaron **1.164.193 pernoctaciones**, lo que supone un aumento interanual del **8,2%**.

En los **campings regionales el crecimiento de la demanda es más vivo que el de la media para esta tipología alojativa en España**, tanto en viajeros, 14,6% frente al 9,8% nacional, como en pernoctaciones, 8,2% frente al 7%.

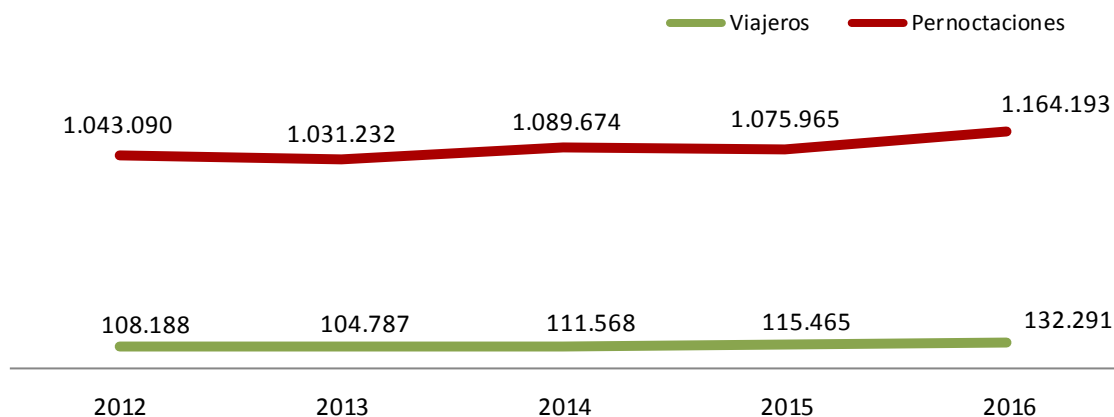
Turismo de camping. Viajeros Año 2016		Variación interanual
Nº viajeros en campings	132.291	+14,6%

Fuente: Encuesta de Ocupación en Campings – INE

Turismo de interior. Pernoctaciones Año 2016		Variación interanual
Nº pernoctaciones en campings	1.164.193	+8,2%

Fuente: Encuesta de Ocupación en Campings – INE

Viajeros y pernoctaciones en campings. Región de Murcia. Años 2012/2016



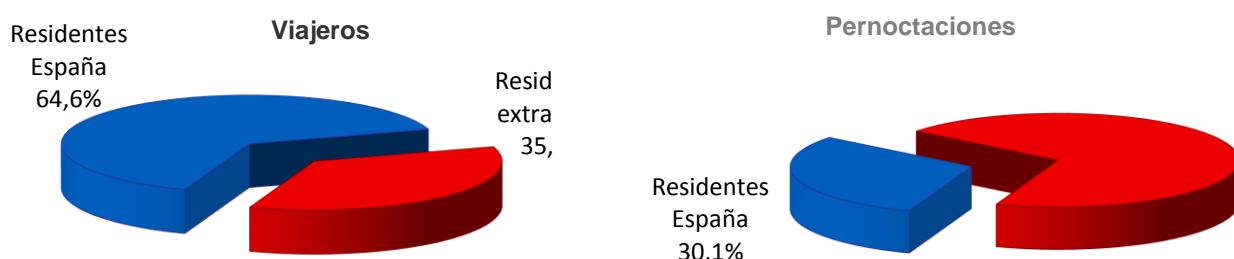
- Aumenta el peso específico del segmento de turismo de camping

Desde el punto de vista de la demanda, el alojamiento en camping, experimenta un crecimiento en número de viajeros superior a la media de los alojamientos reglados regionales. Por tanto y según los datos del INE, en 2016 se produce un **aumento de medio punto de la cuota de turistas en campings** sobre el total de turistas en alojamientos reglados, pasando del 8,5% en 2015 al 8,7% en 2016.

- Fuerte impulso de la demanda nacional

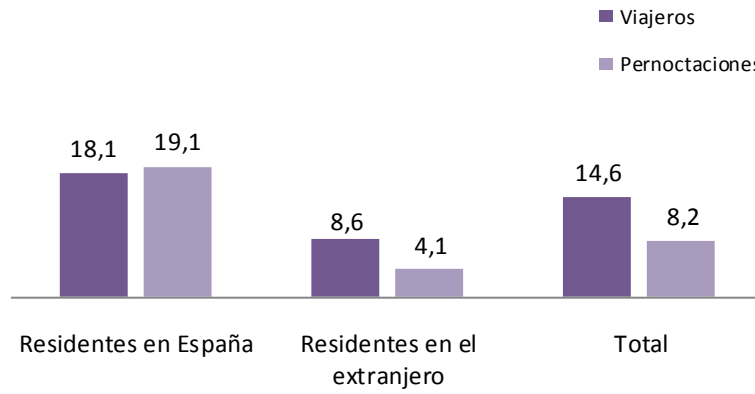
Un 64,6% de los visitantes registrados en los campings de la Región de Murcia en 2016, eran residentes en España, y generaron el 30,1% de las pernoctaciones. El 35,4% restante eran turistas extranjeros que dieron lugar, sin embargo, a la mayor parte de las pernoctaciones, el 69,9%.

**Viajeros y pernoctaciones en campings. Distribución según origen.
Año 2016**



En 2016 se recibieron en los campings de la Región de Murcia un **18,1% más de viajeros residentes** en España, que originaron un **19,1% más de pernoctaciones**. Esta recuperación de la demanda nacional en 2016 está siendo **mucho más significativa en los campings de la Región, que la media del conjunto de España**, para el que el ritmo de crecimiento de los viajeros de los residentes fue del 9,8% y el de las pernoctaciones fue del 7%.

**Turismo de camping. % Variación interanual de viajeros y pernoctaciones según origen.
Años 2016/2015**



3.8. TURISMO DE CRUCEROS

- En 2016 se alcanzaron cifras récord de escalas de cruceros y pasajeros en el Puerto de Cartagena

Durante el año 2016 han arribado al Puerto de Cartagena un total de **120 cruceros**, un **11,1% más** que en el año 2015, con un pasaje de **187.843 cruceristas**, según los datos de la Autoridad Portuaria de Cartagena. Esta cifra de cruceristas representa un **24,6% más** que la registrada en el mismo periodo del año 2015.

Turismo de cruceros. Escalas y pasajeros Año 2016		Variación interanual
Nº de cruceros	120	+11,1%
Nº de pasajeros	187.843	+24,6%

Fuente: Autoridad Portuaria de Cartagena

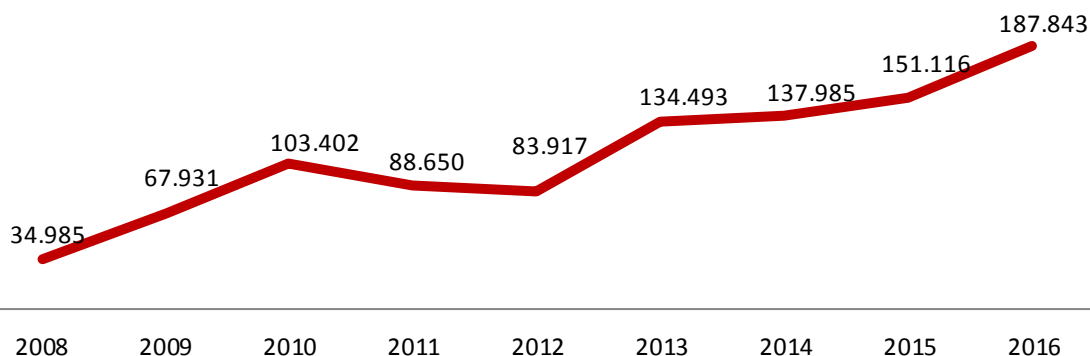
- Procedencias

Las principales procedencias de los cruceros que arriban al Puerto de Cartagena, según la nacionalidad de la naviera, son **Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia y Francia.**

- El Puerto de Cartagena ya es el octavo de España en número de cruceristas

El Puerto de Cartagena viene realizando en los últimos años un gran esfuerzo para programar la llegada de cada vez más buques de cruceros. De esta forma, Cartagena está trazando una línea ascendente, consolidándose como uno de las ciudades más atractivas que acogen a viajeros de cruceros.

**Turismo de cruceros. Evolución de la entrada de cruceristas en el Puerto de Cartagena.
Años 2008/2016**



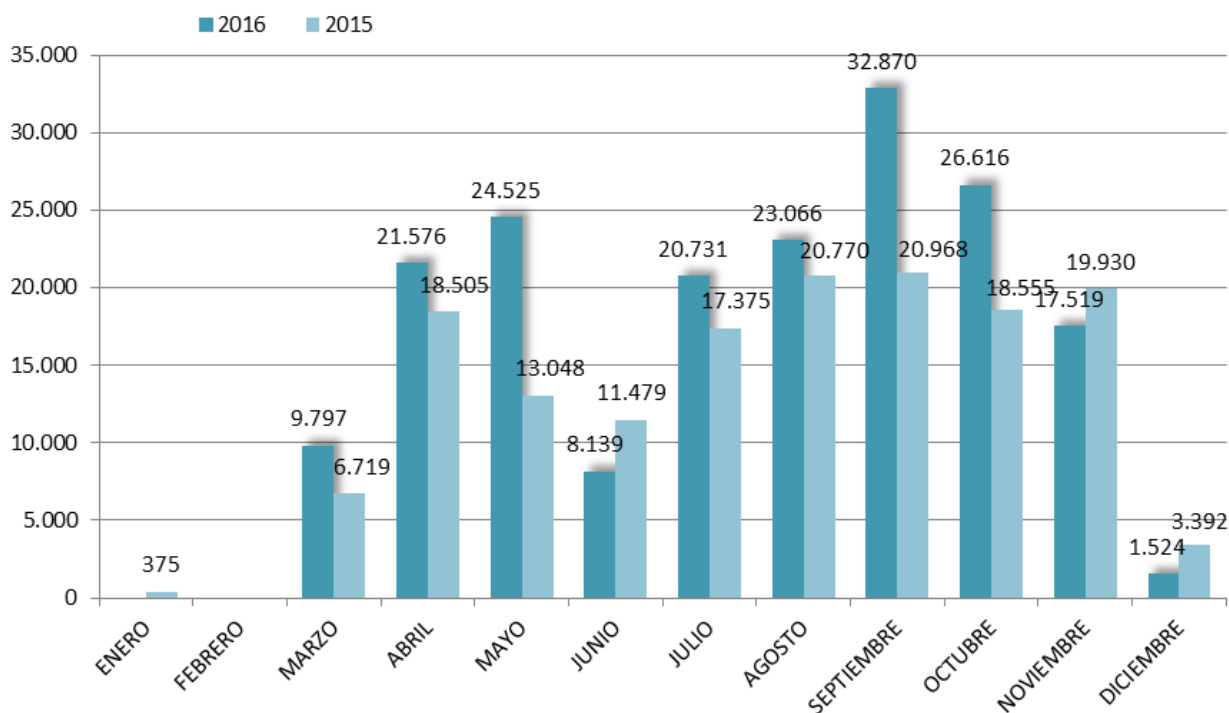
El **Puerto de Cartagena**, con una cifra total de 187.843 cruceristas, sobrepasa al Puerto de Vigo y ya es **el octavo de España** que más pasajeros de crucero acoge. En primer lugar está Barcelona, al que le siguen Baleares, Las Palmas, Tenerife, Málaga, Valencia y Cádiz.

- Aumento del tráfico en los meses de primavera, septiembre y octubre

La modificación del patrón de estacionalidad en la llegada de cruceristas es uno de los retos marcados por el Plan Estratégico.

En el Puerto de Cartagena, el mayor volumen de cruceros se registra entre los meses de abril y noviembre. **El mayor tráfico en 2016 correspondió, por orden de importancia, a los meses de septiembre, octubre, mayo y abril**, coincidiendo los mayores crecimientos interanuales con los meses de primavera, septiembre y octubre.

Turismo de cruceros. Evolución de la entrada de cruceristas en el Puerto de Cartagena por meses. Años 2016/2015



- Buenas perspectivas para 2017

Cartagena cuenta con las infraestructuras, recursos culturales y patrimoniales, oferta gastronómica y condiciones climáticas necesarias para este producto turístico, lo que ha propiciado que se convierta en uno de los destinos preferidos por muchos cruceros del Mediterráneo.

Según datos de la Autoridad Portuaria de Cartagena, **en 2017** llegarán **150 buques**, 31 más que en 2016 y se sobrepasará la cifra de cruceristas alcanzada ese año de manera significativa, ya que **se prevé la llegada de más de 230.000 pasajeros**, lo que supondría un crecimiento interanual del **24,3%**.

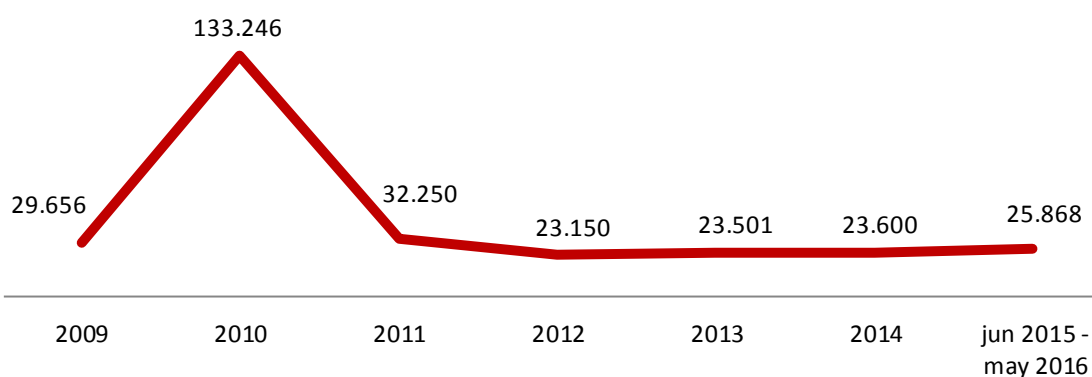
3.9. TURISMO RELIGIOSO

- La oficina de turismo de Caravaca de la Cruz da servicio a un número creciente de turistas religiosos

En primer lugar, cabe reseñar la dificultad que supone obtener datos sobre la afluencia de turismo religioso en España, en general, y en la Región, en particular, situación ésta que viene derivada de la inexistencia de una fuente estadística uniforme. Una aproximación a la cuantificación de los flujos turísticos a los principales enclaves de turismo religioso en la Región nos la dan las estadísticas de los visitantes que realizan consultas en las oficinas de turismo municipales. Sobre todas ellas destaca, por el número de consultas atendidas relacionadas con el turismo religioso en su oficina y puntos de información turística, Caravaca de la Cruz.

Para analizar el comportamiento de los turistas que visitaron las oficinas de turismo de Caravaca de la Cruz cabe diferenciar entre la celebración del “Año Santo” y el resto de años. Así durante la celebración del Año Santo 2010, las oficinas de turismo atendieron a un total de 133.246 visitantes, lo que supone un 34,4% más que en el anterior Año Santo celebrado en 2003. Si analizamos los años ordinarios, en 2011 fueron 32.250 visitantes los que acudieron a las oficinas de turismo de Caravaca, un 8,7% más que los registrados en 2009. Entre junio de 2015 y mayo de 2016 (última anualidad disponible) los visitantes fueron 25.868, un 9,6% más que los registrados en 2014.

Turismo religioso. Visitantes que solicitaron información en la oficina de turismo de Caravaca de la Cruz. Años 2009/16



- Diversificación de mercados emisores

Los turistas religiosos **residentes en España representan el 85,4%** de la demanda total de este producto turístico en Caravaca de la Cruz y el restante **14,6% son turistas residentes en el extranjero.**

Los turistas residentes en España se reparten entre el 30,9% de los propios residentes en la Región de Murcia y el 69,1% que suponen los turistas del resto de comunidades autónomas.

Los turistas de otras comunidades proceden principalmente de: Comunidad Valenciana (31,4%), Andalucía (19,9%) y de Madrid (11,5%).

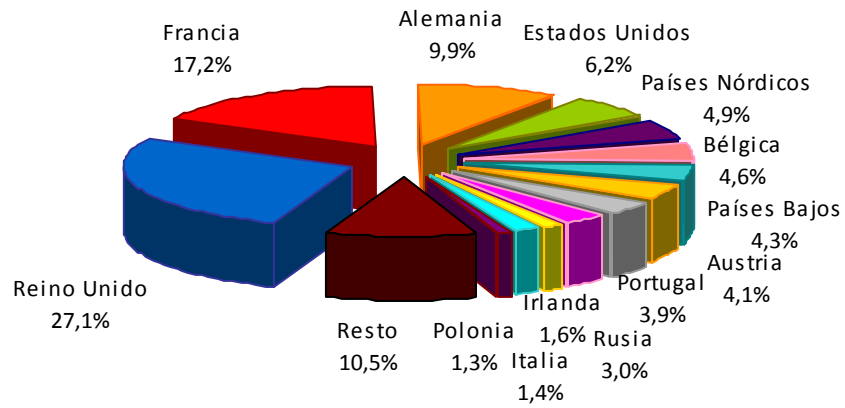
La demanda extranjera supone el 14,6% de la demanda total de turismo en Caravaca de la Cruz y proviene, fundamentalmente, del mercado del Reino Unido, un 27,1%, Francia, con el 17,2% y Alemania, con el 9,9%.

Turismo religioso. Visitantes que solicitaron información en la oficina de turismo de Caravaca de la Cruz según origen. Años 2010/16

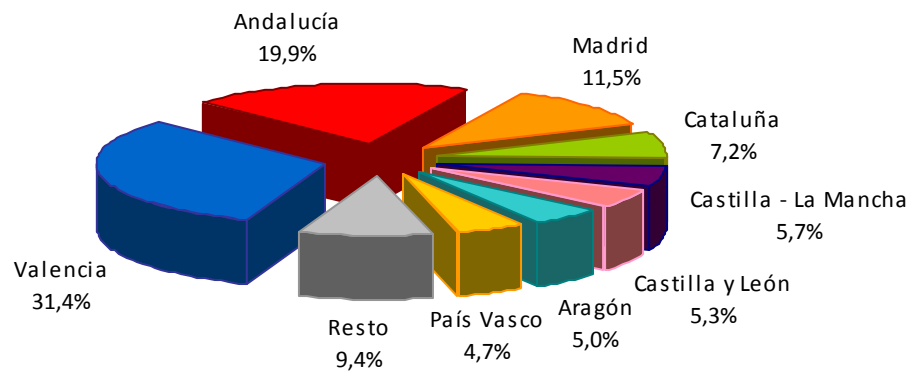
	Año 2010 Año Santo	Jun 2015 – may 2016
Residentes en la Región de Murcia	19,2%	26,4%
Residentes en otras CCAA	75,3%	59%
Comunidad Valenciana	41,9%	31,4%
Andalucía	17,7%	19,9%
Madrid	13,6%	11,5%
Residentes en el extranjero	5,4%	14,6%
Reino Unido	43,5%	27,1%
Francia	14,8%	17,2%
Alemania	11,6%	9,9%
Total usuarios de la oficina de turismo	100%	100%

Fuente: Estadísticas de la Red Regional de Oficinas de Turismo. Instituto de Turismo

Turismo religioso. Visitantes extranjeros que solicitaron información en la oficina de turismo de Caravaca de la Cruz según origen. Años 2010/16



Turismo religioso. Visitantes nacionales de otras comunidades que solicitaron información en la oficina de turismo de Caravaca de la Cruz según origen. Años 2010/16



3.10. TURISMO DE STAGES DEPORTIVOS

- El turismo de stages deportivos es un segmento en alza

El litoral de la Región de Murcia es el destino de muchos equipos, tanto profesionales como amateurs, del norte y centro de Europa que año tras año lo eligen como parada obligada en la pretemporada o en sus stages de invierno de cara al exigente segundo tramo de la competición.

Cabe destacar dos grandes complejos deportivos: **La Manga Club y el Pinatar Arena, que se han convertido en una referencia** dentro de los recintos de concentración de grandes equipos profesionales europeos de fútbol y también en el mundo del tenis.

En 2016 en estos dos complejos se concentraron **167 equipos**. Fueron en total **6.900 turistas** de este segmento que generaron más de **24.000 pernoctaciones** en sus centros hoteleros, coincidiendo con los meses de menor grado de ocupación hotelera de estos establecimientos. A esto hay que sumar las pernoctaciones de los conjuntos de aficionados que se desplazan a presenciar los entrenamientos y partidos.

Turismo de stages deportivos. Año 2016		
Nº equipos concentrados	Nº turistas	Nº pernoctaciones
167	6.900	24.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de La Manga Club y Pinatar Arena

- El turismo de stages deportivos contribuye a incrementar y desestacionalizar la demanda

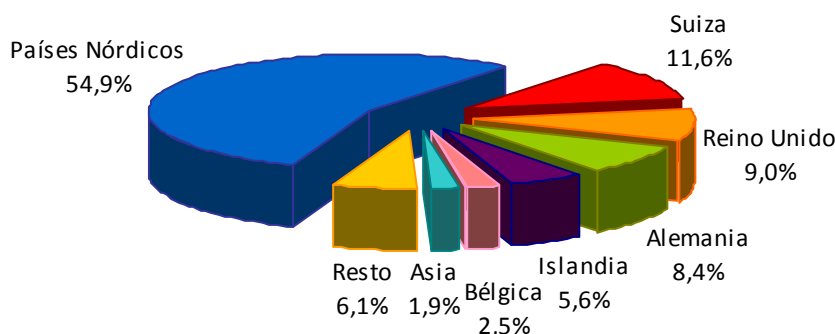
Este tipo de turismo contribuye activamente a reducir el grado de estacionalidad del turismo regional y favorece la actividad turística durante todo el año, como lo prueba el hecho de que tan solo un 26% de los turistas en este segmento se concentró entre los meses de junio a septiembre, dato que contrasta con el 42,5% del conjunto de tipologías turísticas para ese mismo periodo.

- Aumenta el grado de internacionalización y contribuye a la diversificación de mercados internacionales

El turismo de stages deportivos es un segmento **clave en la captación de turistas de los llamados ‘mercados de potencial’**, generando oportunidades estratégicas de futuro en la apertura de nuevos mercados diferentes a aquellos consolidados con mayor número de llegadas y gasto turístico en la Región.

Los **equipos españoles suponen un 21,3% del total y los extranjeros un 78,7%**. Las principales procedencias de los equipos extranjeros que realizan stages deportivos en La Manga Club y Pinatar Arena son tanto mercados tradicionales, como **Países Nórdicos**, con el 54,9%, **Reino Unido**, con el 9% o **Alemania**, con el 8,4%, y otros no tan consolidados como **Suiza**, con el 11,6%, **Islandia**, con el 5,6%, **Rusia, Estados Unidos o países asiáticos**.

**Turismo de stages deportivos. Equipos concentrados según origen.
Año 2016**



- Gasto superior a la media

El **gasto medio diario** del turista extranjero para realizar actividades deportivas supera los **200 euros**, frente a los 84 euros del turista extranjero de sol y playa, siendo éste uno de los segmentos turísticos con un gasto medio diario más alto. Es decir, **el gasto realizado por el turista deportivo extranjero multiplica casi por 3 el gasto del turista de sol y playa**.

El gasto medio diario realizado solo en el interior de los complejos de Pinatar Arena y La Manga Club en 2016 ascendió a 147,80 euros.