

Turismo en la Región de Murcia

79⁵1
29⁵2



Estudio sobre el Comportamiento de la Demanda
Turística en la Costa Cálida. Análisis por Productos



Verano 2010

INDICE

	<u>Pág.</u>
1. Perfil del turista	3
2. Características sociodemográficas del turista	5
3. Características del viaje	10
4. Alojamiento	14
5. Motivos del viaje. Valoración de la oferta turística.....	17
6. Actividades realizadas	19
7. Fidelidad del turista	21
8. Factores determinantes en la decisión de visitar la Región de Murcia	24
9. Principales atractivos de la Región de Murcia.....	28
10. Gasto medio realizado en la Costa Cálida	29

1. PERFIL DEL TURISTA

1.1. Perfil general del turista de la Costa Cálida

En este informe se recogen los resultados del 'Estudio sobre el comportamiento de la demanda turística en la Costa Cálida' correspondiente al verano de 2010. Las labores de encuestación previas que dan soporte a este estudio han sido llevadas a cabo durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2010 en las zonas receptoras más relevantes del litoral de la Región de Murcia:

- La Manga del Mar Menor
- Mar Menor
- Águilas
- Mazarrón

El estudio proporciona datos sobre las principales características sociodemográficas de los turistas así como los detalles de su viaje, motivo, duración, alojamiento, acompañamiento, actividades realizadas, gasto, valoración, ...

Entre los resultados más destacados del estudio cabe reseñar:

El **grado de fidelidad** de los turistas a los destinos de la Región de Murcia es notablemente alto, ya que un 84,5% de los turistas de otras comunidades y un 66,1% de los extranjeros declararon que habían visitado ya la Región en ocasiones anteriores. A esta fidelidad contribuye el hecho de que casi la mitad de estos visitantes (47,7%) se aloja en su segunda vivienda en propiedad o en la prestada por un familiar o amigo.

El **acompañamiento** preferido para el viaje fue la familia (60,8%) y la pareja (29,5%) y el **intervalo de edad** más frecuente es el comprendido entre los 36 y los 45 años.

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente es el vehículo particular (74,3%). El avión es elegido por el 18% de los turistas.

La **duración de la estancia** más habitual (44,5%) oscila entre los 16 y los 30 días.

Entre las principales **actividades realizadas** por los turistas durante su viaje se encuentran disfrutar del sol y la playa (97,8%), el ocio nocturno (41,5%), realizar compras (40,1%), practicar deportes y actividades náuticas (35,3%), actividades culturales diversas (30,4%) y realizar excursiones (27,5%).

Por otra parte, uno de cada tres turistas ha tenido constancia, a través de algún medio, de la campaña '**Región de Murcia no-typical**'. Los instrumentos más conocidos son las cuñas promocionales en radio y televisión, prensa e Internet.

El **gasto medio diario** realizado en la Costa Cálida en el periodo analizado, verano de 2010, se eleva a 51,95€, siendo el gasto de los turistas extranjeros, 63,51€, más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades, 45,03€. Por productos, la mayor cuantía de gasto corresponde al turismo de golf, 124,34€; seguido del turismo cultural, 87,80€; turismo de salud, 66,95€; turismo náutico, 58,63€ y turismo de sol y playa, 38,85€.

El **nivel de satisfacción general** de los turistas puede considerarse bastante elevado, 8,3 puntos sobre 10, siendo los productos mejor valorados el turismo de golf (9,2 puntos), el turismo cultural (8,7 puntos) y el turismo náutico y el de sol y playa (8,5 puntos).

Perfil general del turista de la Costa Cálida. Verano 2010	
Procedencia de los turistas españoles	Madrid, Andalucía, Castilla-La Mancha
Procedencia de los turistas extranjeros	Reino Unido, Francia, Alemania, Portugal
Edad	Menor de 45 años
Con quién viaja	Con familia, en pareja
Medio de transporte	Vehículo particular, avión
Duración de la estancia	Más de 15 días
Tipo de alojamiento	Vivienda, camping, establecimiento hotelero
Actividades realizadas	Sol y playa, naturaleza, ocio nocturno, compras, deportes y náutica
Satisfacción general	8,5 puntos (sobre 10)
Gasto realizado	51,95€ por persona y día

1.2. Perfil específico del turista de la Costa Cálida según el producto turístico

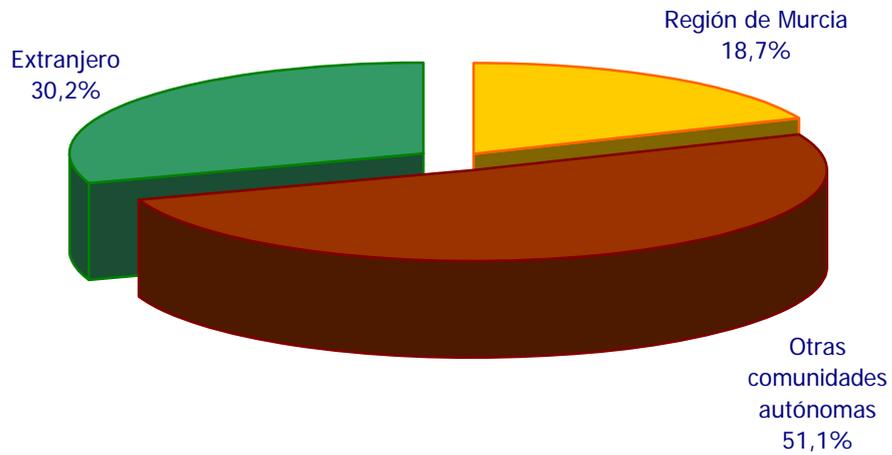
Perfil del turista según el producto turístico. Verano 2010

	Sol y playa	Cultural	Náutico	Salud	Golf
Procedencia españoles	Madrid, Andalucía	Madrid, Andalucía	Madrid, Comunidad Valenciana	Madrid, Castilla-La Mancha	Madrid, Cataluña
Procedencia extranjeros	Reino Unido, Francia	Reino Unido, Alemania	Reino Unido, Francia	Alemania, Francia	Reino Unido, Francia
Edad	36-45 años	46-55 años	Hasta 25 años	36-45 años	46-55 años
Con quién viaja	Con familia, en pareja	En pareja, con familia	Con familia, en pareja	En pareja, con familia	Con familia, en pareja
Medio de transporte	Vehículo particular, avión	Vehículo particular, avión	Vehículo particular, avión	Vehículo particular, avión	Vehículo particular, avión
Duración de la estancia	16-30 días	Hasta 7 días	16-30 días	16-30 días	16-30 días
Tipo de alojamiento	Vivienda, camping	Vivienda, establec. hotelero	Vivienda, camping	Vivienda, establec. hotelero	Vivienda, establec. hotelero
Actividades realizadas	Disfrutar del sol y la playa y la naturaleza	Espectáculos, conciertos, sol y playa	Disfrutar del sol y la playa, deportes	Disfrutar del sol y la playa, compras	Disfrutar del sol y la playa, deportes
Satisfacción general	8,5 puntos (sobre 10)	8,7 puntos (sobre 10)	8,5 puntos (sobre 10)	8 puntos (sobre 10)	9,2 puntos (sobre 10)
Gasto realizado	38,85€ persona y día	87,80€ persona y día	58,63€ persona y día	66,95€ persona y día	124,34€ persona y día

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

2.1. Lugar de residencia habitual

El turista que visita la Costa Cálida reside mayoritariamente en España y viaja fundamentalmente desde las **comunidades limítrofes y Madrid**.
Los turistas extranjeros proceden de **Reino Unido, Francia y Alemania** principalmente



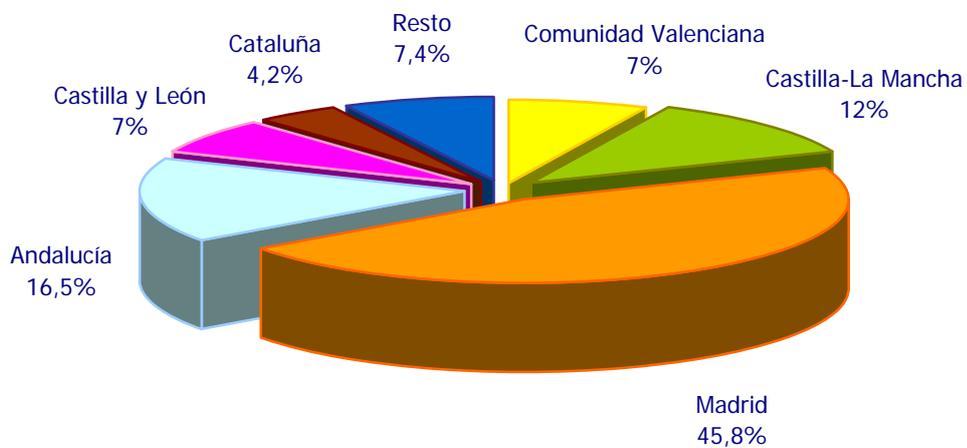
Lugar de residencia habitual, según productos turísticos			
Productos turísticos	Región de Murcia	Otras CCAA	Extranjero
Sol y playa	18,3%	55,9%	25,8%
Cultural	20%	48,6%	31,4%
Náutico	25%	50%	25%
Salud	21,2%	45,5%	33,3%
Golf	16,3%	32,5%	51,3%
TOTAL	18,7%	51,1%	30,2%

El turismo nacional constituye el principal mercado para todos los productos turísticos, a excepción del **turismo de golf** donde el mayor porcentaje de turistas corresponde a los mercados internacionales



Procedencia de los turistas españoles

La comunidad de **Madrid** es, con diferencia, el principal emisor de turistas nacionales a la Costa Cálida (45,8%). Le siguen con porcentajes más moderados **Andalucía**, **Castilla-La Mancha**, **Comunidad Valenciana**, **Castilla y León** y **Cataluña**



Procedencia de los turistas españoles, según productos turísticos

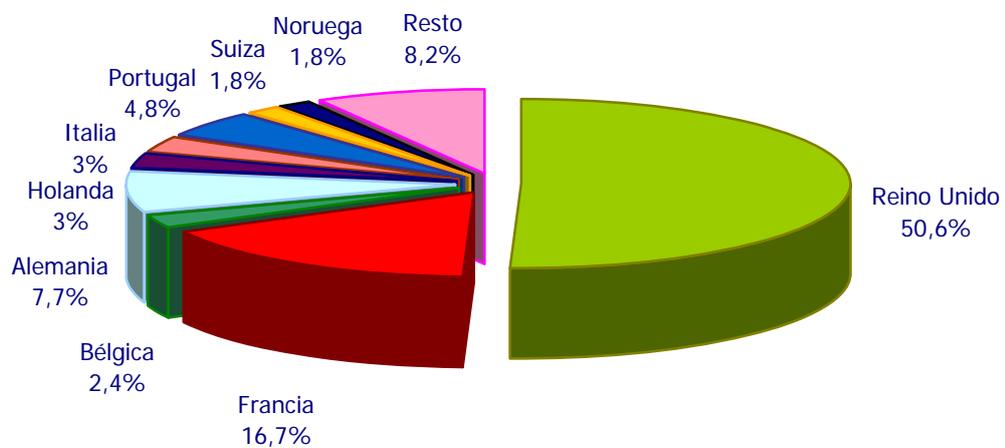
Productos turísticos	Madrid	Andalucía	Castilla – La Mancha	Comunidad Valenciana	Cataluña	Castilla y León	Resto
Sol y playa	47,6%	17,3%	12,5%	5,8%	2,4%	7,7%	6,7%
Cultural	23,5%	17,6%	-	11,8%	11,8%	11,8%	23,5%
Náutico	44,4%	16,7%	11,1%	16,7%	-	5,6%	5,6%
Salud	46,7%	6,7%	26,7%	-	6,7%	6,7%	6,7%
Golf	46,2%	15,4%	7,7%	11,5%	15,4%	-	3,8%
TOTAL	45,8%	16,5%	12%	7%	4,2%	7%	7,4%

En todos los productos turísticos la Comunidad de Madrid se presenta con una cuota destacada, salvo en el **turismo cultural** donde su peso está más igualado con el de otras comunidades



Procedencia de los turistas extranjeros

Año tras año, el **británico** es el principal mercado de turismo internacional para la Costa Cálida pero pierde peso, al igual que **Alemania y Francia**, a favor de otros mercados como **Holanda, Bélgica, Italia o Suiza** cuya presencia en la Región ha crecido significativamente en el último año



Procedencia de los turistas extranjeros, según productos turísticos

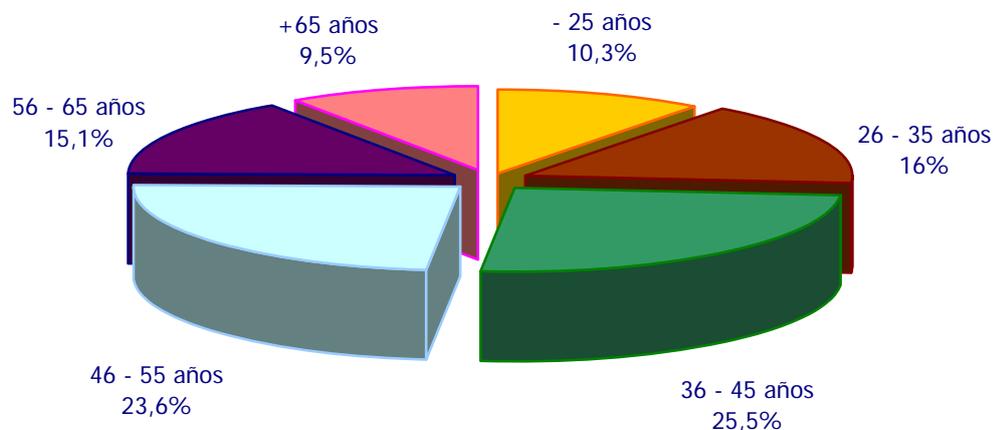
Productos turísticos	Reino Unido	Francia	Alemania
Sol y playa	42,1%	20%	6,3%
Cultural	54,5%	-	18,3%
Náutico	77,8%	11,1%	-
Salud	18,2%	27,3%	36,4%
Golf	73,2%	12,2%	2,5%
TOTAL	50,6%	16,7%	7,7%

Cabe destacar el peso de otros mercados, distintos al británico, en algunos productos turísticos. Es el caso de los franceses en **turismo de sol y playa** (20% del turismo internacional); alemanes en **turismo cultural** (18,3%) y alemanes y franceses en **turismo de salud** (36,4% y 27,3% respectivamente)



2.2. Edad

Casi la mitad de los turistas pertenecen al intervalo de edad **entre los 36 y los 55 años**



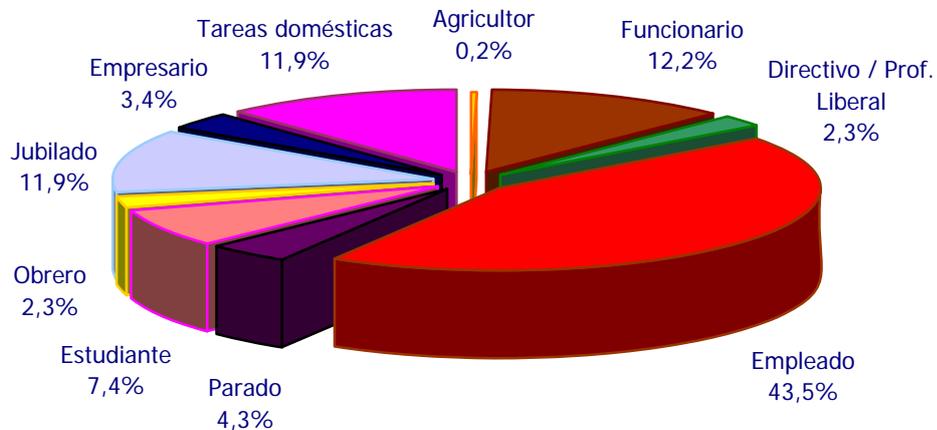
Edad, según productos turísticos						
Productos turísticos	- 25 años	26 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	+ 65 años
Sol y playa	10,2%	17,5%	25,5%	20,2%	14,5%	12,1%
Cultural	8,6%	17,1%	20%	37,1%	14,3%	2,9%
Náutico	30,6%	22,2%	25%	13,9%	5,6%	2,8%
Salud	6,1%	6,1%	30,3%	24,2%	27,3%	6,1%
Golf	3,8%	10%	26,3%	37,5%	17,5%	5%
TOTAL	10,3%	16%	25,5%	23,6%	15,1%	9,5%

Mientras que en **turismo de golf y cultural** la edad media de los turistas gira en torno a los 46-55 años, en el **turismo náutico** no sobrepasa los 25 años



2.3. Profesión y situación laboral

Los **empleados** son el grupo profesional con mayor representación entre los turistas de la Costa Cálida



Profesión y situación laboral, según productos turísticos									
Productos turísticos	Obrero	Empleado	Funcionario	Directivo/ Profesional	Empresario	Tareas domésticas	Estudiante	Jubilado	Parado
Sol y playa	3%	43,3%	10,2%	1,6%	2,7%	12,6%	7%	14,2%	5,4%
Cultural	2,9%	48,6%	28,6%	-	-	2,9%	5,7%	2,9%	5,7%
Náutico	-	38,9%	5,6%	5,6%	8,3%	5,6%	25%	8,3%	2,8%
Salud	-	30,3%	27,3%	3%	-	21,2%	6,1%	6,1%	3%
Golf	1,3%	50%	11,3%	5%	7,5%	11,3%	8,8%	8,8%	-
TOTAL	2,3%	43,5%	12,2%	2,3%	3,4%	11,9%	7,4%	11,9%	4,3%

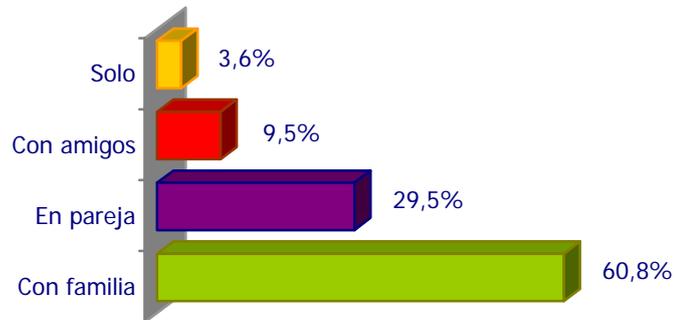
Otros colectivos con un peso relativo importante son: los funcionarios en **turismo cultural y de salud**, los jubilados en **turismo de sol y playa** y los estudiantes en **turismo náutico**



3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Con quién realizó el viaje

La compañía preferida por la mayor parte de los turistas para realizar su viaje a la Costa Cálida es la de **la familia y la pareja**



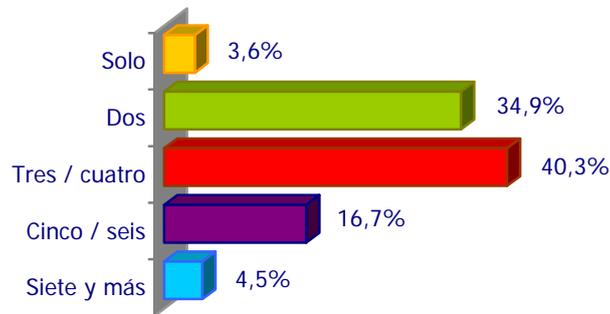
Con quién realizó el viaje, según productos turísticos				
Productos turísticos	Solo	Con familia	Con amigos	En pareja
Sol y playa	2,4%	66,7%	9,4%	24,7%
Cultural	11,4%	28,6%	14,3%	51,4%
Náutico	11,1%	58,3%	13,9%	19,4%
Salud	3%	48,5%	3%	48,5%
Golf	2,5%	53,8%	8,8%	38,8%
TOTAL	3,6%	60,8%	9,5%	29,5%

En los casos del **turismo cultural** y de **salud** viajar con la pareja es la opción más habitual



Número de personas con las que realizó el viaje

La mayoría de los turistas entrevistados forman parte de un grupo integrado por **tres o cuatro personas** o bien viajan **en pareja**



Número de personas con las que realizó el viaje, según productos turísticos					
Productos turísticos	Solo	Dos	Tres / cuatro	Cinco / seis	Siete y más
Sol y playa	2,4%	30,6%	43,3%	18%	5,6%
Cultural	11,4%	60%	11,4%	17,1%	-
Náutico	11,1%	27,8%	38,9%	22,2%	-
Salud	3%	48,5%	33,3%	9,1%	6,1%
Golf	2,5%	41,3%	42,5%	11,3%	2,5%
TOTAL	3,6%	34,9%	40,3%	16,7%	4,5%

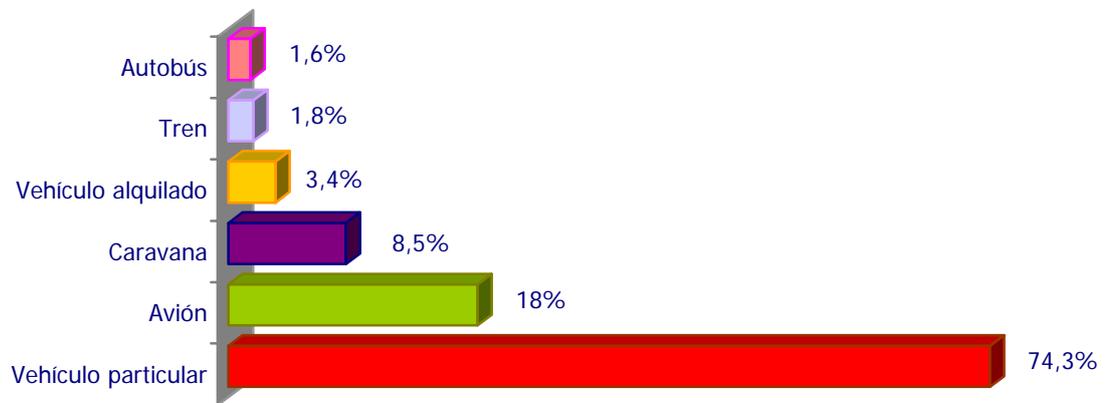
Dos de cada tres turistas de **sol y playa** viajan en grupos de tres o más personas.
Por el contrario, esa misma proporción de turistas viajan solos o en pareja en **turismo cultural**



3.2. Medio de transporte utilizado

Tres de cada cuatro turistas utilizan el **vehículo particular** para acceder a su destino en la Costa Cálida.

Otro medio de transporte destacado y con un peso cada vez más importante es el **avión**



Medio de transporte utilizado, según productos turísticos

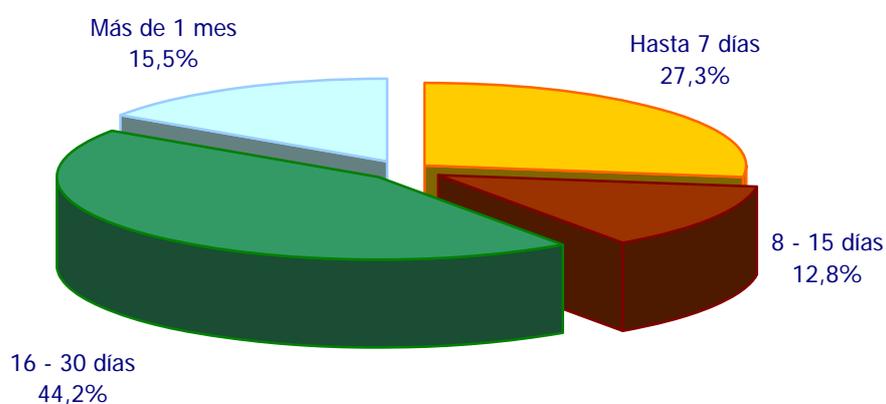
Productos turísticos	Vehículo particular	Avión	Caravana	Vehículo alquilado	Tren
Sol y playa	76,1%	14%	11,6%	3%	2,2%
Cultural	68,6%	28,6%	-	-	2,9%
Náutico	86,1%	5,6%	2,8%	-	-
Salud	75,8%	15,2%	3%	6,1%	3%
Golf	62,5%	38,8%	2,5%	7,5%	-
TOTAL	74,3%	18%	8,5%	3,4%	1,8%

El uso del avión es muy superior a la media en los casos del **turismo de golf** y **turismo cultural**, pero sin llegar a desplazar al vehículo particular como primer medio utilizado



3.3. Duración de la estancia

La duración de la estancia para casi la mitad de los turistas oscila **entre los 16 y los 30 días**



Duración de la estancia, según productos turísticos				
Productos turísticos	Hasta 7 días	8 – 15 días	16 – 30 días	Más de 1 mes
Sol y playa	26,3%	11%	46,2%	16,4%
Cultural	45,7%	17,1%	34,3%	2,9%
Náutico	19,4%	13,9%	38,9%	25%
Salud	24,2%	21,2%	39,4%	15,2%
Golf	28,8%	15%	43,8%	12,5%
TOTAL	27,3%	12,8%	44,2%	15,5%

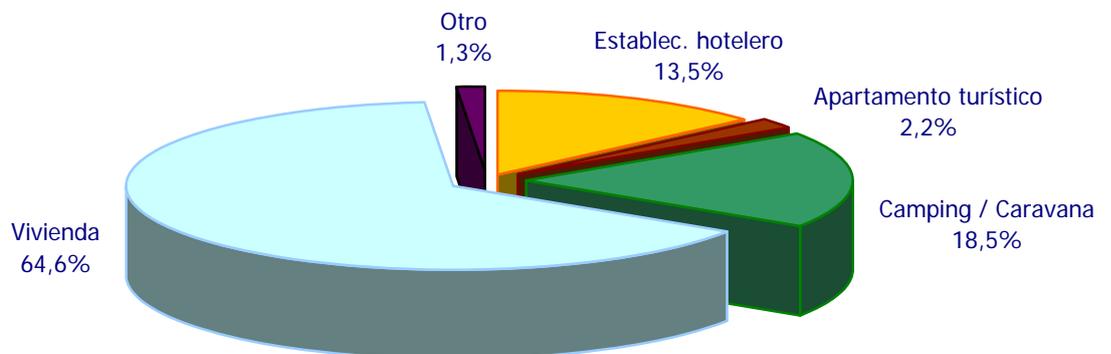
Las estancias más prolongadas corresponden a los turistas de **sol y playa** y **turismo de golf** y las más cortas a los de **turismo cultural**



4. ALOJAMIENTO

4.1. Tipo de alojamiento utilizado

En la Costa Cálida es característica una relevante utilización de la **vivienda**. Casi la mitad de los visitantes se aloja en su segunda vivienda en propiedad o en la prestada por un familiar o amigo. Del resto de alojamientos destaca la **vivienda alquilada**, el **camping** y el **establecimiento hotelero**



Tipo de alojamiento utilizado, según productos turísticos				
Productos turísticos	Vivienda	Camping / Caravana	Establecimiento hotelero	Apartamento turístico
Sol y playa	62,9%	25,5%	9,1%	2,2%
Cultural	77,1%	-	22,9%	-
Náutico	58,3%	13,9%	8,3%	2,8%
Salud	54,5%	3%	42,4%	-
Golf	73,8%	2,5%	20%	3,8%
TOTAL	64,6%	18,5%	13,5%	2,2%

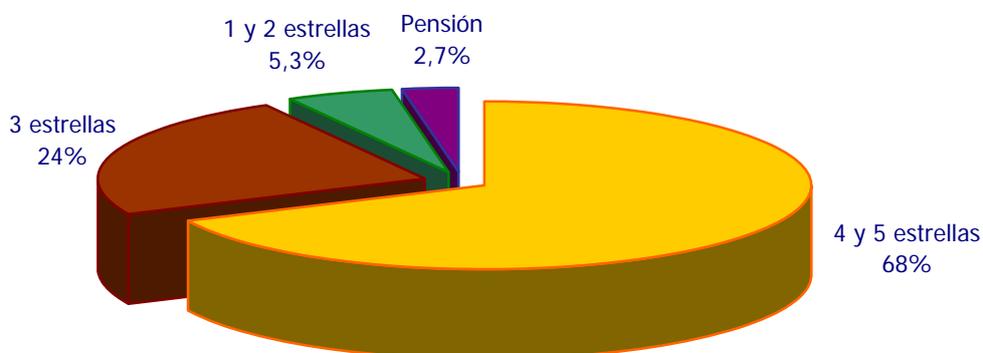
Cabe destacar la utilización del establecimiento hotelero por los **turistas de salud**, **turismo cultural y de golf**, con porcentajes muy superiores a los registrados en esta modalidad de alojamiento por el resto de turistas



4.2. Categoría del alojamiento

Establecimientos hoteleros

Dos de cada tres turistas hospedados en un alojamiento hotelero optaron por un establecimiento de **cuatro o cinco estrellas**



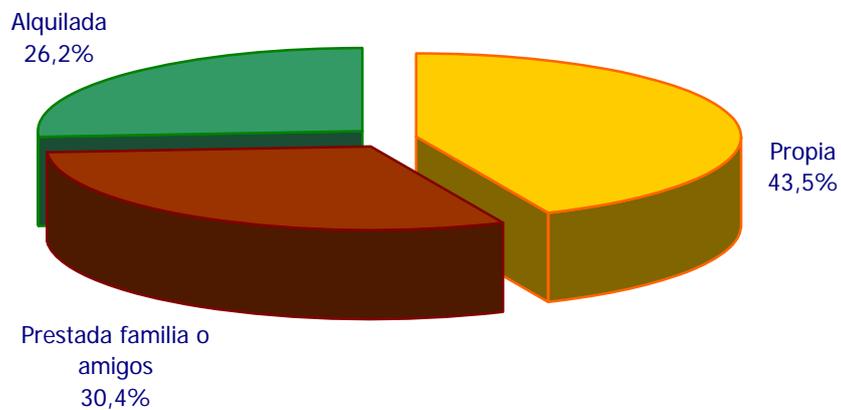
Categoría del alojamiento, según productos turísticos				
Productos turísticos	4 y 5 estrellas	3 estrellas	1 y 2 estrellas	Pensión
Sol y playa	58,8%	29,4%	8,8%	2,9%
Cultural	50%	50%	-	-
Náutico	-	100%	-	-
Salud	85,7%	7,1%	-	7,1%
Golf	93,8%	-	6,3%	-
TOTAL	68%	24%	5,3%	2,7%

El **turismo de golf** y **de salud** destacan por la utilización de establecimientos hoteleros de las categorías más altas



Modalidad de vivienda utilizada

Uno de cada cuatro turistas alojados en una vivienda de la Costa Cálida recurre al **alquiler** de la misma, el resto disfruta de su **propia vivienda** o la obtiene **cedida** por algún familiar o amigo



Modalidad de vivienda utilizada, según productos turísticos			
Productos turísticos	Propia	Prestada por familia / amigos	Alquilada
Sol y playa	45,7%	30,3%	23,9%
Cultural	25,9%	48,1%	25,9%
Náutico	42,9%	38,1%	19%
Salud	44,4%	22,2%	33,3%
Golf	42,4%	22%	35,6%
TOTAL	43,5%	30,4%	26,2%

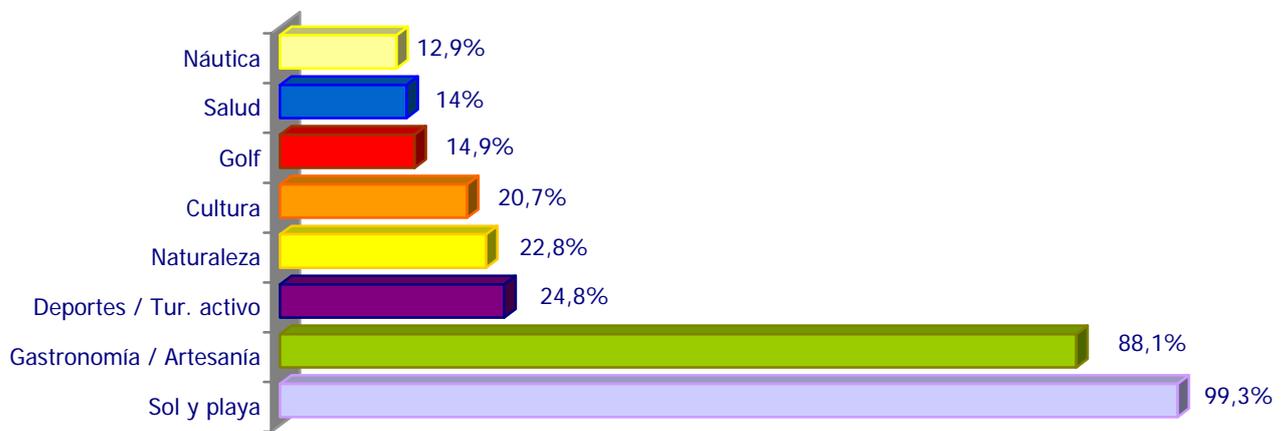
Solo en el caso del **turismo cultural** el hospedaje en vivienda alquilada y cedida tiene una participación superior a la de la vivienda propia



5. MOTIVOS DEL VIAJE. VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

5.1. Principales motivos del viaje

Los turistas de la Costa Cálida manifiestan mayoritariamente que la principal motivación de su viaje es **disfrutar del sol, la playa y la gastronomía**



Principales motivos del viaje, según productos turísticos

Productos turísticos	Sol y playa	Gastronomía / artesanía	Naturaleza	Deportes	Cultura	Náutica	Salud	Golf
Sol y playa	100%	86,6%	23,9%	16,9%	14%	8,1%	8,3%	1,9%
Cultural	97,1%	88,6%	28,6%	5,7%	100%	5,7%	11,4%	-
Náutico	100%	83,3%	38,9%	63,9%	19,4%	100%	8,3%	-
Salud	100%	93,9%	12,1%	24,2%	30,3%	3%	100%	-
Golf	96,3%	95%	12,5%	52,5%	16,3%	3,8%	8,8%	100%
TOTAL	99,3%	88,1%	22,8%	24,8%	20,7%	12,9%	14%	14,9%

Destaca el interés de los **turistas de salud** durante su visita por los diferentes eventos y manifestaciones culturales



5.2. Valoración de los productos turísticos

El nivel de satisfacción general de los turistas durante su estancia en la Costa Cálida puede considerarse bastante elevado, **8,3 puntos** en una escala del 1 al 10

Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien
1	3	4	7	10



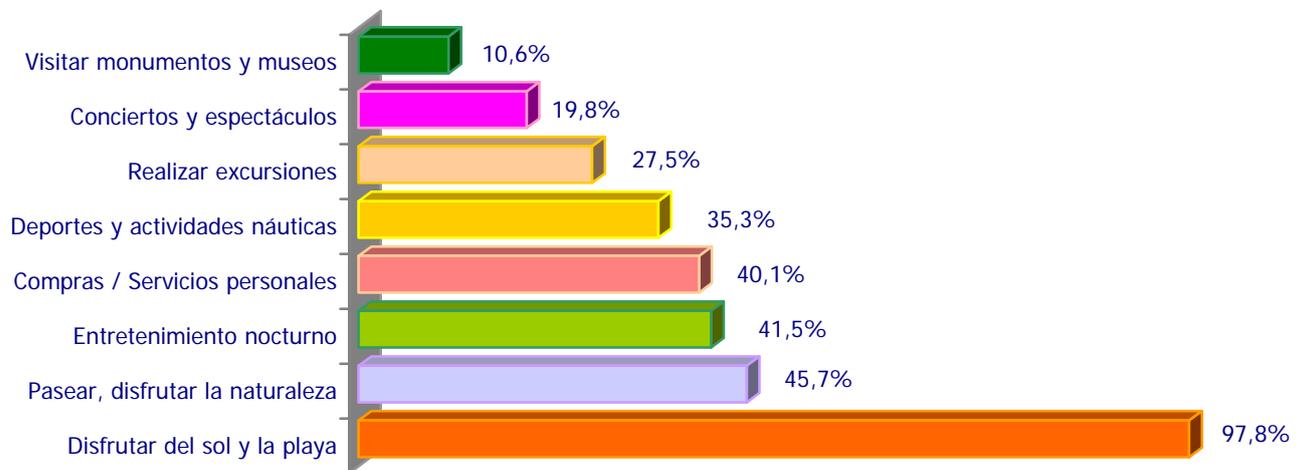
Los productos mejor valorados son el **turismo de golf** (9,2 puntos), el **turismo cultural** (8,7 puntos) y el **turismo náutico** y el de **sol y playa** (8,5 puntos)



6. ACTIVIDADES REALIZADAS

6.1. Actividades realizadas durante la estancia

Casi el 100% de los turistas de la Costa Cálida disfrutan del sol y la playa y tienen a ésta como la actividad principal durante sus vacaciones



Actividades realizadas durante la estancia, según productos turísticos

Productos turísticos	Sol y playa	Naturaleza	Compras	Deportes	Ocio nocturno	Conciertos y espectáculos	Excursiones
Sol y playa	100%	47,8%	37,6%	20,4%	39,5%	12,4%	27,4%
Cultural	85,7%	34,3%	40%	22,9%	31,4%	97,1%	14,3%
Náutico	100%	55,6%	30,6%	91,7%	52,8%	27,8%	33,3%
Salud	97%	48,5%	75,8%	6,1%	39,4%	15,2%	30,3%
Golf	92,5%	35%	41,3%	96,3%	51,3%	18,8%	30%
TOTAL	97,8%	45,7%	40,1%	35,3%	41,5%	19,8%	27,5%

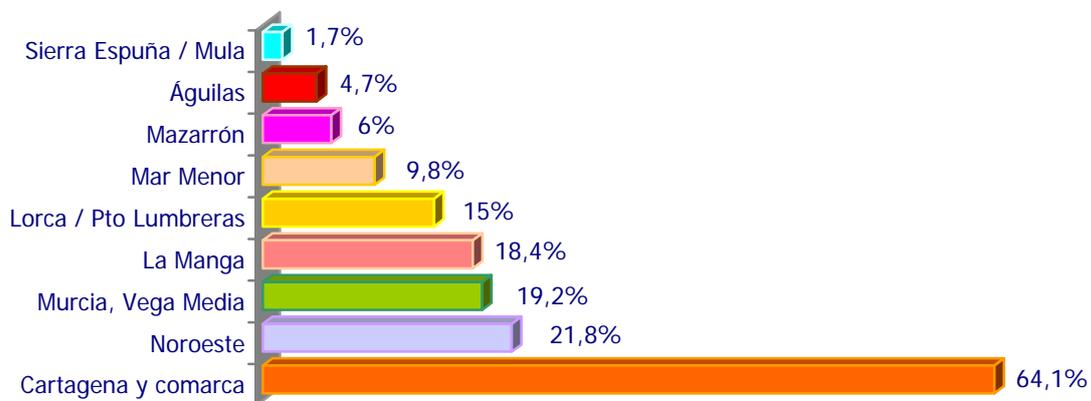
Las actividades desarrolladas guardan una estrecha relación con la motivación que determina finalmente el viaje a la Costa Cálida.

Es por ello que para cada producto turístico las actividades realizadas varían, si bien todos tienen en común el disfrute del sol y la playa



6.2. Visitas a otras zonas de la Región

Cuatro de cada diez turistas de la Costa Cálida realizan visitas a otras zonas de la Región durante su estancia. **Cartagena y su comarca** es el área más visitada



Visitas a otras zonas de la Región, según productos turísticos

Productos turísticos	Murcia, Vega Media	Cartagena y comarca	Lorca / Puerto Lumbreras	La Manga	Mar Menor	Mazarrón	Águilas	Noroeste
Sol y playa	21,5%	66,4%	18,8%	18,8%	8,1%	7,4%	6%	19,5%
Cultural	13,3%	66,7%	-	20%	20%	-	-	20%
Náutico	15,4%	30,8%	7,7%	23,1%	15,4%	7,7%	7,7%	7,7%
Salud	11,1%	50%	22,2%	16,7%	11,1%	5,6%	-	55,6%
Golf	17,9%	71,8%	5,1%	15,4%	10,3%	2,6%	2,6%	20,5%
TOTAL	19,2%	64,1%	15%	18,4%	9,8%	6%	4,7%	21,8%

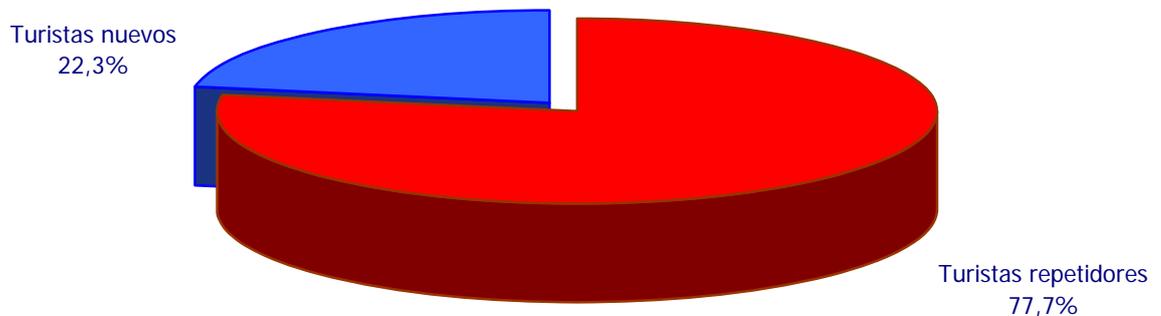
Destaca el incremento respecto al año 2009 de la proporción de turistas que tienen intención de visitar **el Noroeste**. Este hecho está directamente relacionado con la celebración del Año Santo en Caravaca de la Cruz



7. FIDELIDAD DEL TURISTA

7.1. Primera estancia en la Región

El turista de la Costa Cálida presenta un **grado de fidelidad muy elevado**, entendido éste como la proporción de turistas que ya habían estado previamente en la Región

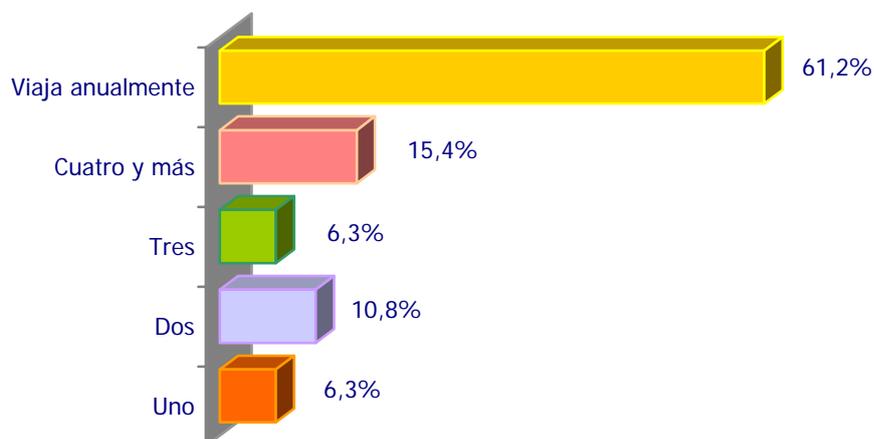


Primera estancia en la Región, según productos turísticos		
Productos turísticos	Turistas nuevos	Turistas repetidores
Sol y playa	23%	77%
Cultural	17,9%	82,1%
Náutico	18,5%	81,5%
Salud	11,5%	88,5%
Golf	26,9%	73,1%
TOTAL	22,3%	77,7%

El **turismo de salud**, el **turismo cultural** y el **turismo náutico** presentan los mayores índices de fidelidad de los turistas



Número de viajes realizados anteriormente por los turistas repetidores



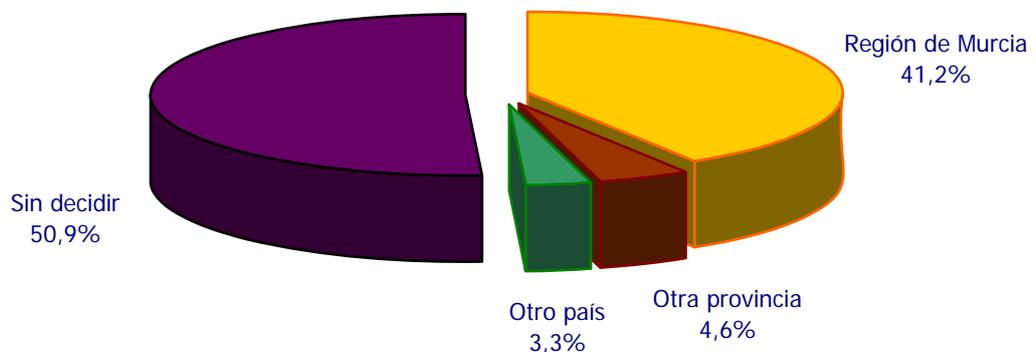
Número de viajes realizados anteriormente, según productos turísticos					
Productos turísticos	Uno	Dos	Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
Sol y playa	6,4%	10,7%	5,1%	13,7%	64,1%
Cultural	4,3%	4,3%	8,6%	21,7%	60,9%
Náutico	13,6%	9,1%	4,5%	4,5%	68,3%
Salud	8,7%	17,4%	4,3%	30,4%	39,2%
Golf	2%	12,2%	12,2%	18,4%	55,2%
TOTAL	6,3%	10,8%	6,3%	15,4%	61,2%

Seis de cada diez turistas repetidores **vienen todos los años** a la Región de Murcia



7.2. Próximas vacaciones de verano

Cuatro de cada diez turistas de la Costa Cálida piensan **repetir sus vacaciones en la Región** el próximo verano



Próximas vacaciones de verano, según productos turísticos				
Productos turísticos	Región de Murcia	Otra provincia	Otro país	Sin decidir
Sol y playa	46,4%	4,3%	2,6%	46,7%
Cultural	14,3%	10,7%	3,6%	71,4%
Náutico	48,1%	3,7%	3,7%	44,4%
Salud	30,8%	11,5%	7,7%	50%
Golf	29,9%	1,5%	4,5%	64,2%
TOTAL	41,2%	4,6%	3,3%	50,9%

Los turistas de **sol y playa** y **turismo náutico** son los que en mayor medida afirman que volverán a la Región en verano de 2011



8. FACTORES DETERMINANTES EN LA DECISIÓN DE VISITAR LA REGIÓN DE MURCIA

8.1. Factores determinantes en la decisión de visitar la Región. Grado de influencia

Los factores que mayor influencia tienen en el turista a la hora de elegir la Región como el destino de sus vacaciones son sobre todo el **conocimiento previo a través de visitas anteriores**, así como el **consejo de familiares o amigos**



Factores determinantes en la decisión de visitar la Región, según productos turísticos. Puntuación de 0 a 10

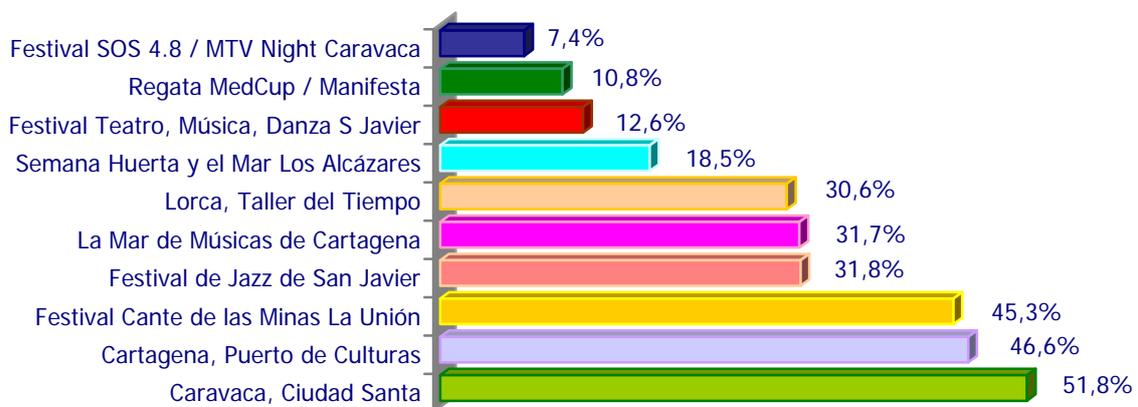
Productos turísticos	Anteriores visitas	Familiares / amigos	Internet	Agencias de viajes	Publicidad	Oficinas de turismo
Sol y playa	8,5 puntos	7,7 puntos	1,7 puntos	0,7 puntos	0,5 puntos	0,3 puntos
Cultural	8,7 puntos	7,4 puntos	2,9 puntos	0,1 puntos	2,3 puntos	0,4 puntos
Náutico	9 puntos	6,4 puntos	2,3 puntos	0,2 puntos	1,2 puntos	0,6 puntos
Salud	7,4 puntos	6,5 puntos	1,3 puntos	3,4 puntos	-	-
Golf	7,6 puntos	7,5 puntos	3,6 puntos	1,1 puntos	0,4 puntos	0,3 puntos
TOTAL	8,4 puntos	7,5 puntos	2,1 puntos	0,8 puntos	0,6 puntos	0,3 puntos

Cabe destacar otros canales de información sobre el destino como Internet que alcanza cierta relevancia en productos como el **turismo de golf** y las agencias de viajes que tienen influencia en el **turismo de salud**



8.2. Nivel de conocimiento de eventos culturales

Siete de cada diez turistas entrevistados conocen alguno de los principales eventos culturales de la Región. Destacan tres eventos como los más conocidos: **Caravaca, Ciudad Santa; Cartagena, Puerto de Culturas** y el **Festival del Cante de las Minas de la Unión**



Nivel de conocimiento de eventos culturales, según productos turísticos

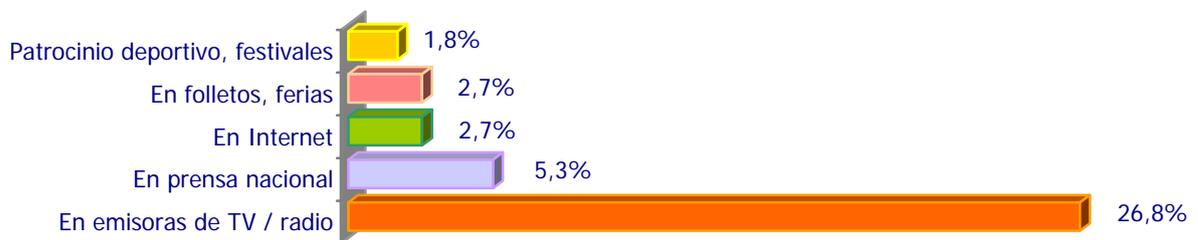
Productos turísticos	Cartagena, Puerto de Culturas	Lorca, Taller del Tiempo	Caravaca, Ciudad Santa	Mar de Músicas de Cartagena	Festival Jazz San Javier	Semana Huerta y Mar Los Alcázares	Festival Cante de las Minas	Regata Med Cup / Manifesta	SOS 4.8. MTV Night Caravaca
Sol y playa	46,5%	30,1%	54,3%	29,3%	29,8%	18,5%	44,9%	6,2%	5,6%
Cultural	62,9%	51,4%	57,1%	82,9%	74,3%	20%	60%	14,3%	11,4%
Náutico	50%	30,6%	52,8%	27,8%	30,6%	19,4%	44,4%	36,1%	27,8%
Salud	42,4%	39,4%	51,5%	21,2%	24,2%	15,2%	54,5%	9,1%	3%
Golf	40%	20%	37,5%	26,3%	26,3%	18,8%	37,5%	20%	6,3%
TOTAL	46,6%	30,6%	51,8%	31,7%	31,8%	18,5%	45,3%	10,8%	7,4%

Gozan también de mucha popularidad eventos como la Mar de Músicas de Cartagena y el Festival de Jazz de San Javier, sobre todo entre los turistas que han viajado a la Costa Cálida por **motivos culturales**



8.3. Nivel de conocimiento de la campaña 'Región de Murcia no-typical'

Uno de cada tres turistas de la Costa Cálida **conoce** directamente y de manera espontánea la campaña 'Región de Murcia no-typical'



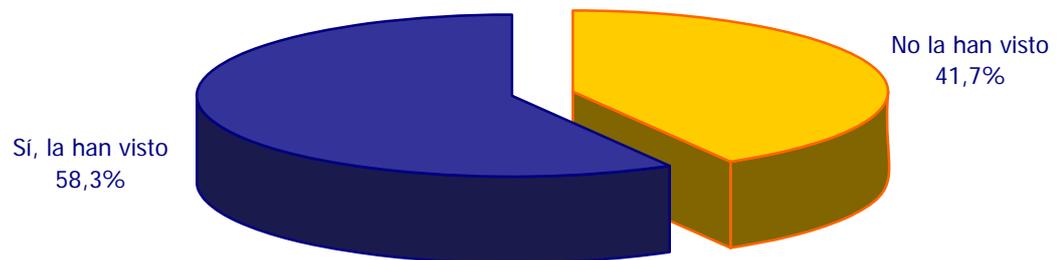
Conocimiento de la campaña 'Región de Murcia no-typical', según productos turísticos

Productos turísticos	Sí, en TV / radio	Sí, en prensa nacional	Sí, en Internet	Sí, en folletos, ferias	Patrocinio deportivo, festivales	No recuerda
Sol y playa	29,9%	6,9%	2,3%	3,3%	1,9%	63,8%
Cultural	17,9%	7,1%	3,6%	7,1%	-	71,4%
Náutico	14,8%	3,7%	3,7%	-	3,7%	77,8%
Salud	23,1%	-	3,8%	-	3,8%	69,2%
Golf	22,4%	-	3%	-	-	76,1%
TOTAL	26,8%	5,3%	2,7%	2,7%	1,8%	67,3%

Los medios donde se conoció la campaña son principalmente las cuñas promocionales en radio y televisión, la prensa e Internet



Nivel de conocimiento de 'No Typical TV - Región de Murcia'

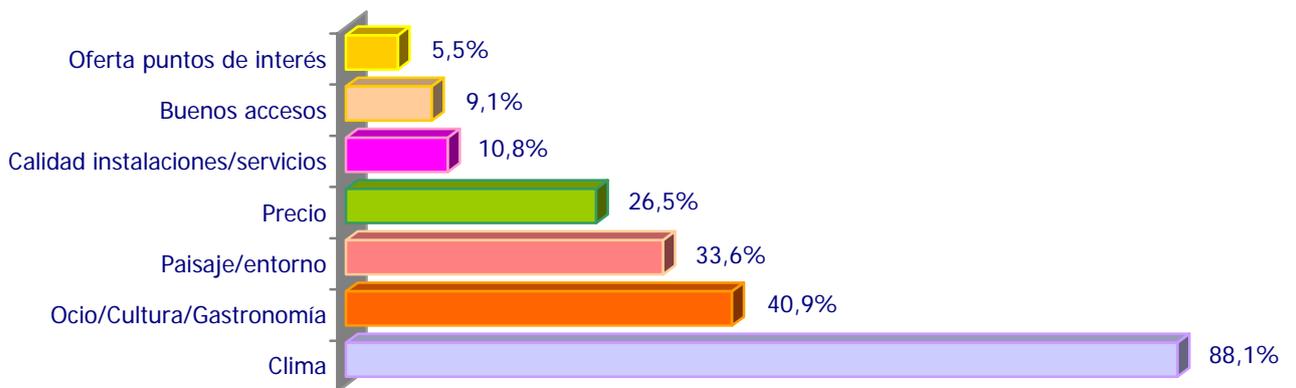


Del total de turistas que han conocido la campaña promocional a través de Internet, más de la mitad **han visto** el canal de televisión online 'No Typical TV-Región de Murcia'



9. PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

Para los turistas de la Costa Cálida, **el clima, el ocio, la cultura y la gastronomía, el entorno natural y el precio** constituyen los principales atractivos en los que se basa la elección de la Región de Murcia como destino turístico



Principales atractivos de la Región de Murcia, según productos turísticos

Productos turísticos	Clima	Ocio / Cultura / Gastronomía	Paisaje / entorno	Precio	Calidad de instalaciones / servicios	Buenos accesos	Oferta de puntos de interés
Sol y playa	88,5%	34,2%	31,6%	26,3%	10,2%	11,2%	3,9%
Cultural	75%	92,9%	46,4%	14,3%	14,3%	-	10,7%
Náutico	85,2%	74,1%	40,7%	29,6%	18,5%	3,7%	11,1%
Salud	84,6%	23,1%	26,9%	26,9%	3,8%	11,5%	11,5%
Golf	94%	43,3%	37,3%	31,3%	11,9%	4,5%	6%
TOTAL	88,1%	40,9%	33,6%	26,5%	10,8%	9,1%	5,5%

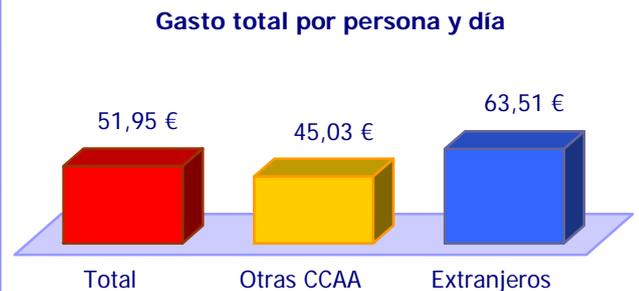
En **turismo cultural** es la oferta cultural, gastronómica y de ocio la que representa el principal atractivo de la Región de Murcia



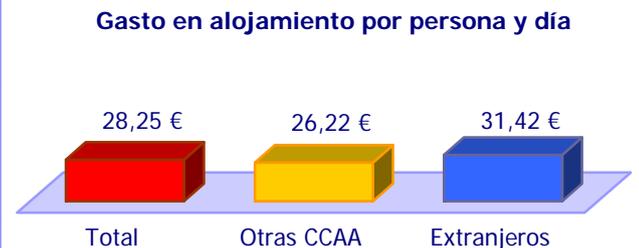
10. GASTO MEDIO REALIZADO EN LA COSTA CÁLIDA

Gasto total por persona y día			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
51,95€	45,03€	63,51€	26,19€

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	107,58€	99,67€	118,14€
Apartamento	72,75€	62,97€	77,64€
Camping/Caravana	38,70€	31,62€	58,71€
Vivienda	40,53€	36,58€	46,86€
TOTAL	51,95€	45,03€	63,51€

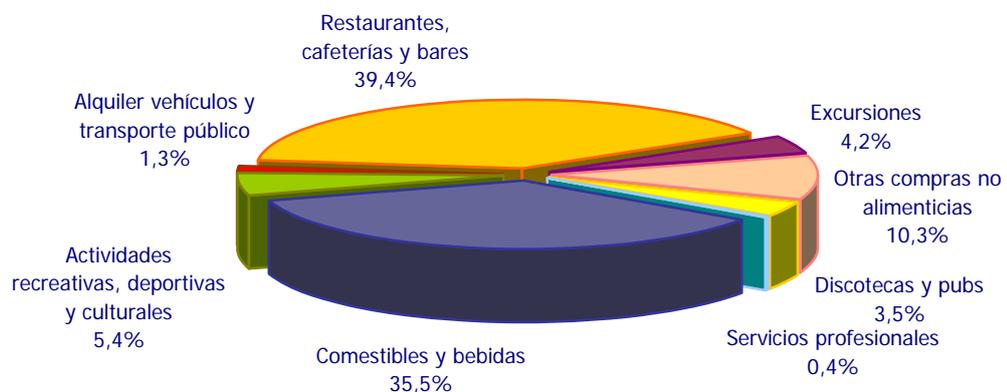


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	57,70€	57,98€	57,33€
Apartamento	26,18€	33,97€	21,73€
Camping/Caravana	12,28€	11,32€	15,02€
Vivienda	20,81€	19,13€	22,70€
TOTAL *	28,25€	26,22€	31,42€



(*) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



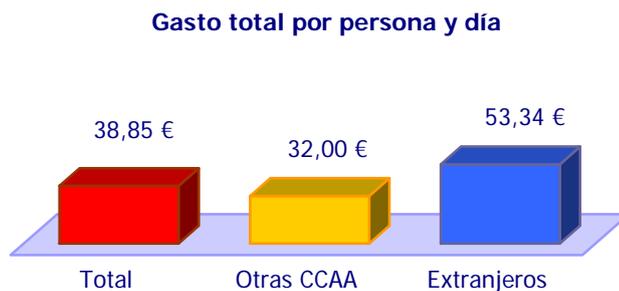
El gasto medio diario realizado en la Costa Cálida en verano de 2010 alcanza los **51,95€**, siendo el gasto de los turistas extranjeros, **63,51€**, más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades, **45,03€**



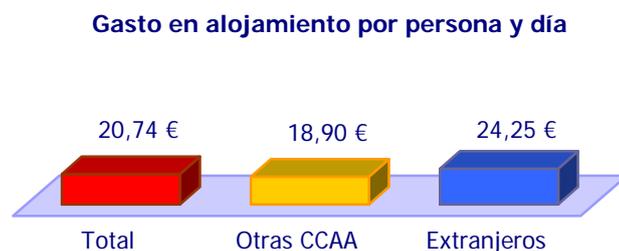
10.1. Gasto medio realizado. Turismo de Sol y Playa

Gasto total por persona y día			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
38,85€	32,00€	53,34€	19,44€

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	81,99€	80,29€	83,91€
Apartamento	45,95€	51,11€	42,85€
Camping/Caravana	39,49€	31,83€	62,87€
Vivienda	29,76€	24,18€	41,93€
TOTAL	38,85€	32,00€	53,34€

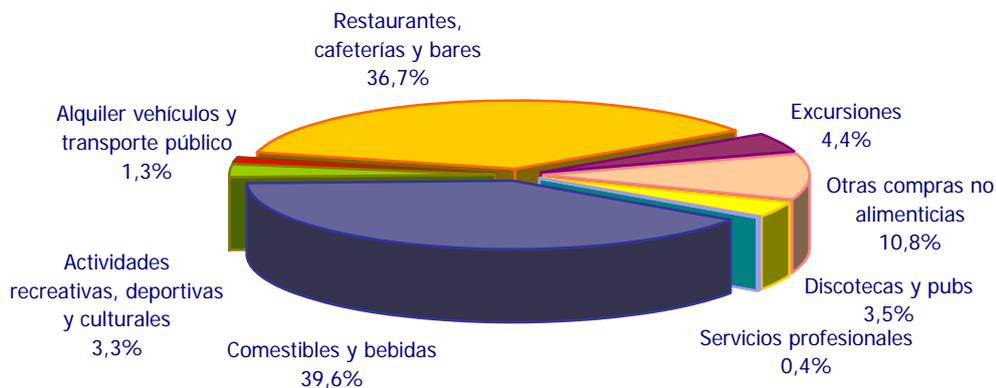


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	44,03€	46,29€	41,64€
Apartamento	23,86€	31,48€	19,28€
Camping/Caravana	12,55€	11,36€	16,24€
Vivienda	16,94€	16,36€	17,92€
TOTAL *	20,74€	18,90€	24,25€



(*) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



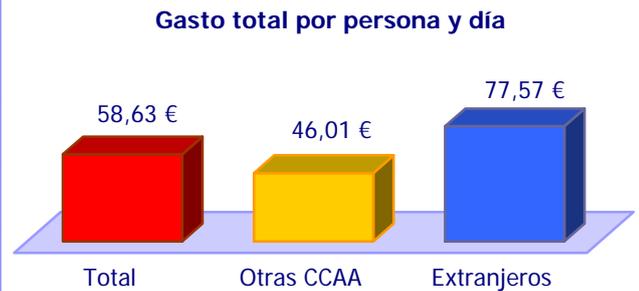
El gasto medio diario realizado por los turistas de sol y playa asciende a **38,85€**. El gasto de los turistas extranjeros es de **53,34€** y el de los turistas nacionales de otras comunidades es de **32,00€**



10.2. Gasto medio realizado. Turismo Náutico

Gasto total por persona y día			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
58,63€	46,01€	77,57€	25,71€

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	107,15€	114,29€	100,00€
Apartamento	100,00€	-	100,00€
Vivienda	34,12€	37,55€	24,68€
TOTAL	58,63€	46,01€	77,57€

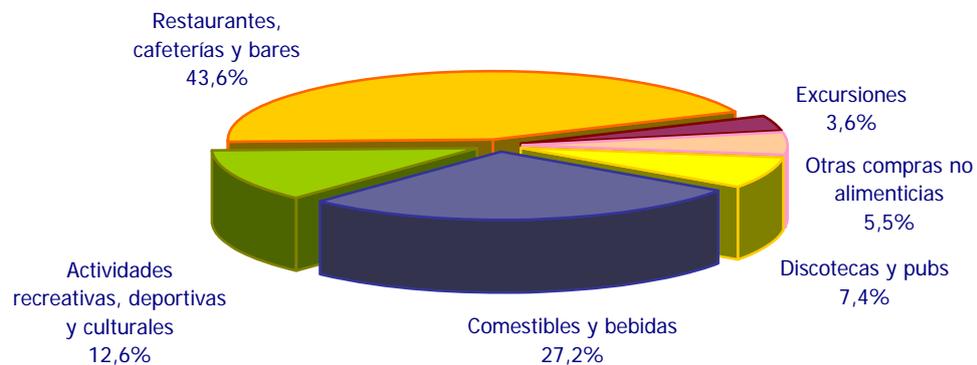


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	25,00€	-	25,00€
Apartamento	20,00€	-	20,00€
Vivienda	10,39€	13,34€	7,45€
TOTAL *	12,93€	11,57€	14,97€



(*) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



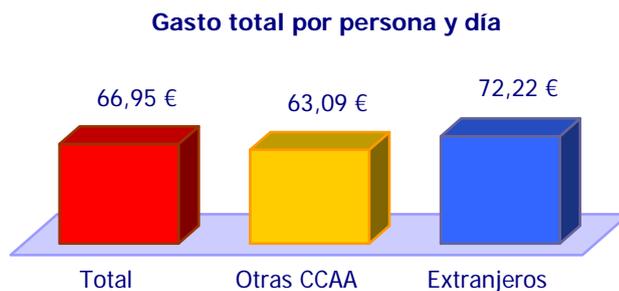
En turismo náutico el gasto medio diario realizado por los turistas es de **58,63€**, con diferencias entre el gasto de los turistas extranjeros, **77,57€**, y el de los nacionales de otras comunidades, **46,01€**



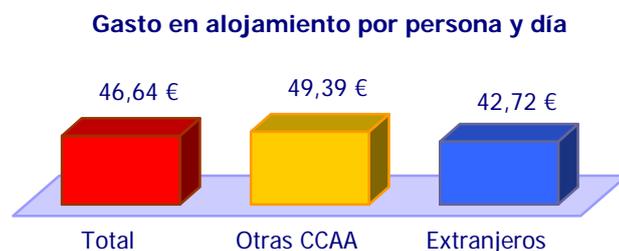
10.3. Gasto medio realizado. Turismo de Salud

Gasto total por persona y día			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
66,95€	63,09€	72,22€	33,29€

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	104,60€	94,51€	124,78€
Camping/Caravana	45,00€	-	45,00€
Vivienda	33,89€	27,18€	41,72€
TOTAL	66,95€	63,09€	72,22€

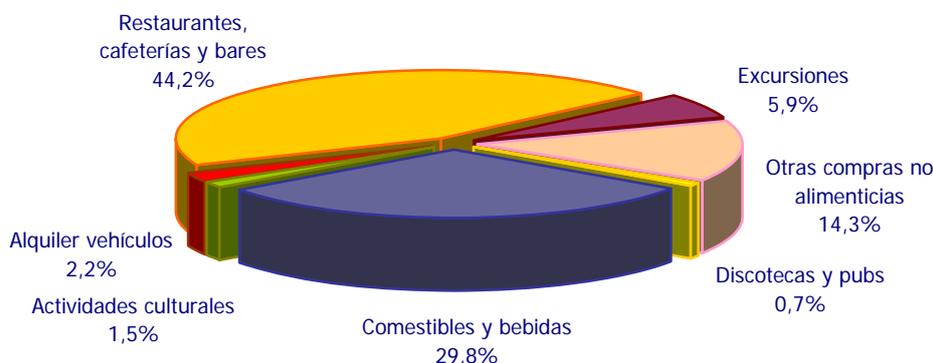


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	55,79€	55,56€	56,25€
Camping/Caravana	8,33€	-	8,33€
Vivienda	28,79€	24,73€	32,86€
TOTAL *	46,64€	49,39€	42,72€



(*) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



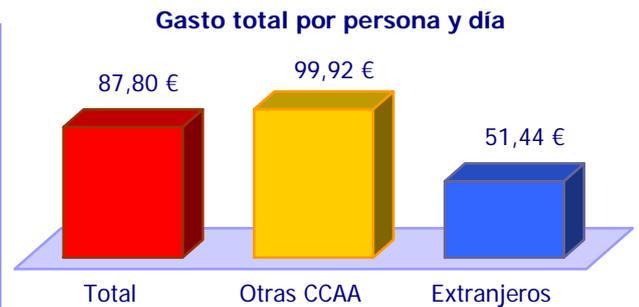
El gasto medio diario de los turistas de salud en la Costa Cálida asciende a **66,95€**, siendo el desembolso de los extranjeros de **72,22€** y el de los turistas nacionales de otras comunidades de **63,09€**



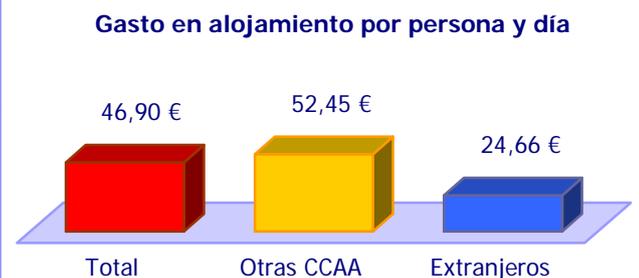
10.4. Gasto medio realizado. Turismo Cultural

Gasto total por persona y día			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
87,80€	99,92€	51,44€	43,86€

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	101,71€	101,71€	-
Vivienda	58,50€	65,05€	52,55€
TOTAL	87,80€	99,92€	51,44€

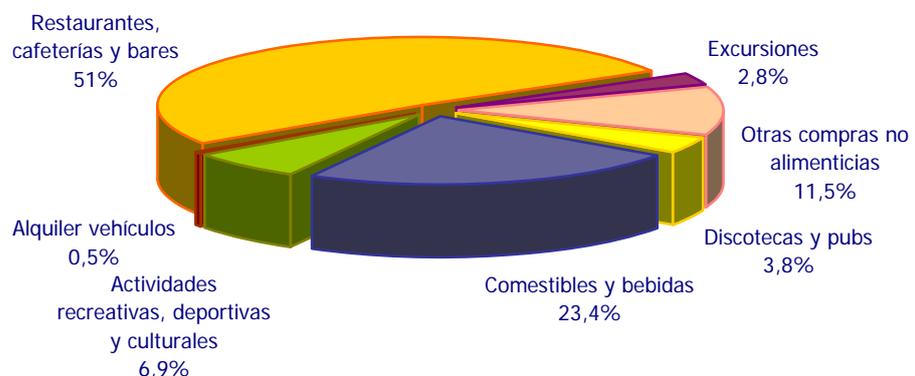


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	55,42€	55,42€	-
Vivienda	34,12€	43,57€	24,66€
TOTAL *	46,90€	52,45€	24,66€



(*) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



En turismo cultural el gasto medio diario efectuado por los turistas de la Costa Cálida es de **87,80€**. El gasto de los turistas extranjeros es **51,44€**, mientras que el de los nacionales de otras comunidades es **99,92€**



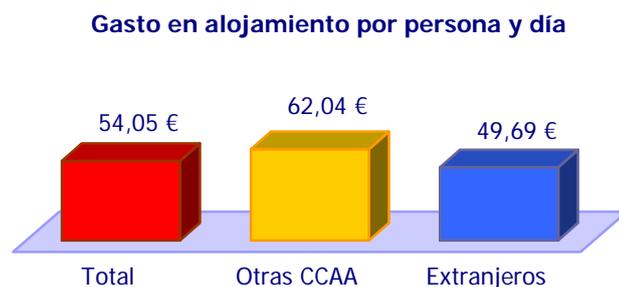
10.5. Gasto medio realizado. Turismo de Golf

Gasto total por persona y día			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
124,34€	141,25€	116,22€	54,05€

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	170,77€	159,86€	178,05€
Apartamento	135,15€	98,57€	153,44€
Vivienda alquilada	85,97€	127,46€	71,16€
TOTAL	124,34€	141,25€	116,22€

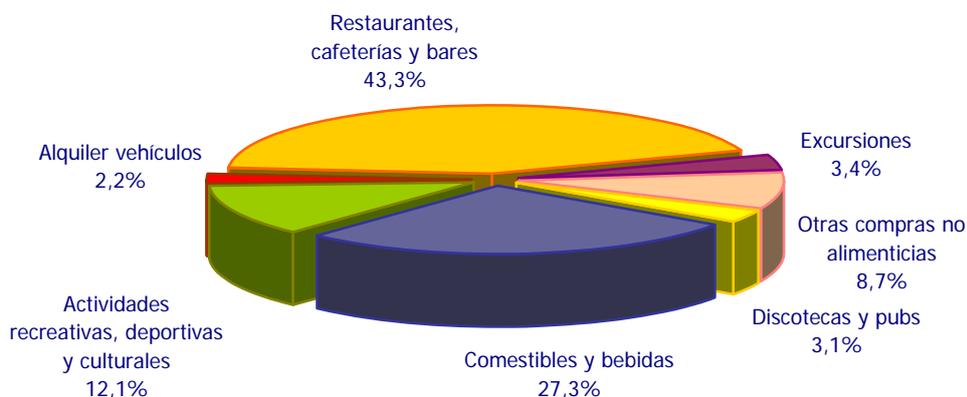


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	97,72€	96,90€	98,43€
Apartamento	38,57€	41,43€	35,71€
Vivienda alquilada	28,04€	24,33€	29,58€
TOTAL*	54,05€	62,04€	49,69€



(*) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



El gasto medio diario de los turistas de golf en verano de 2010 alcanza los **124,34€**. Por procedencias, el gasto de los turistas extranjeros es de **116,22€**, mientras que el de los turistas nacionales de otras comunidades es de **141,25€**

