

Turismo en la Región de Murcia

79⁵1
29²



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



Verano 2011

INDICE

	<u>Pág.</u>
1. Perfil del turista	3
2. Características sociodemográficas del turista	5
3. Características del viaje	10
4. Alojamiento	14
5. Valoración de la oferta turística	17
6. Actividades realizadas	18
7. Fidelidad del turista	20
8. Modo de conocimiento de la oferta turística de la Región	23
9. Principales atractivos de la Región de Murcia	24
10. Gasto medio realizado en la Costa Cálida	25

1. PERFIL DEL TURISTA

1.1. Perfil general del turista de la Costa Cálida

El presente informe recopila los principales resultados del 'Estudio sobre el comportamiento de la demanda turística en la Costa Cálida' correspondiente al verano de 2011. El trabajo de encuestación previo ha sido realizado durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2011 en los destinos más significativos de la costa de la Región de Murcia:

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



El estudio recoge datos sobre el perfil sociodemográfico y vacacional de los turistas y analiza otros aspectos como el conocimiento del destino, el gasto realizado o los planes para próximas vacaciones.

A continuación se resumen los rasgos más característicos de la visita de un turista medio a la Costa Cálida:

Cabe destacar su **grado de fidelidad** a la Región de Murcia como destino de sus vacaciones, ya que el 88,9% de los turistas residentes en otras comunidades y el 67,5% de los extranjeros habían visitado ya la Región con anterioridad. A este dato contribuye el hecho de que gran parte de estos turistas (42,3%) se aloja en una vivienda en propiedad o prestada por un familiar o amigo.

La **compañía** preferida durante su viaje fue la familia (54,7%) y la pareja (32%), siendo el rango de edad más frecuente el comprendido entre los 36 y los 55 años (48,2%).

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente es el vehículo particular (70,5%). Por su parte, un 24,1% de los turistas utilizan el avión para llegar a la Región.

Para casi la mitad de los turistas la **duración de su estancia** supera los 15 días.

Las principales **actividades realizadas** por los turistas son disfrutar del sol y la playa (96,9%) y de la naturaleza (70%), ir de compras (53,6%), realizar excursiones (38,7%), el ocio nocturno (37,4%) y asistir a espectáculos culturales (21,4%).

El **gasto diario** realizado en la Costa Cálida en verano de 2011, considerando la media de todos los productos turísticos, asciende a 55,78€, siendo el gasto de los turistas extranjeros, 65,73€, más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades, 50,78€.

Perfil general del turista de la Costa Cálida. Verano 2011

Procedencia de los turistas españoles	Madrid, Castilla-La Mancha, Andalucía y Comunidad Valenciana
Procedencia de los turistas extranjeros	Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Noruega
Edad	De 36 a 55 años
Con quién viaja	Con familia y en pareja
Medio de transporte	Vehículo particular y avión
Duración de la estancia	Más de 15 días
Tipo de alojamiento	Vivienda, establecimiento hotelero y camping
Actividades realizadas	Sol y playa, naturaleza, compras, excursiones y ocio nocturno
Satisfacción general	7 puntos (sobre 10)
Gasto realizado	55,78€ por persona y día

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

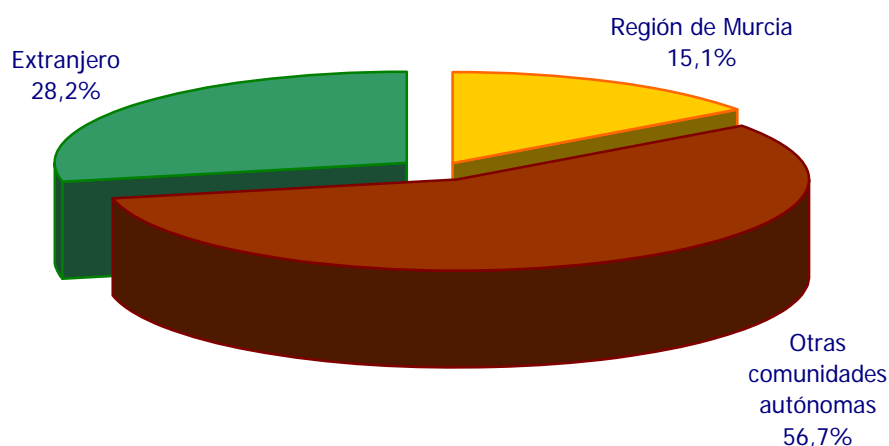
Perfil del turista según el producto turístico. Verano 2011

	Sol y playa	Cultural	Náutico	Salud	Golf
Procedencia españoles	Madrid, Castilla-La Mancha	Madrid, Castilla-La Mancha	Madrid, Castilla-La Mancha	Madrid, Comunidad Valenciana	Madrid, Comunidad Valenciana
Procedencia extranjeros	Reino Unido, Alemania	Reino Unido, Alemania	Reino Unido, Noruega	Reino Unido, Alemania	Reino Unido, Alemania
Edad	36-45 años	36-45 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años
Con quién viaja	Con familia, en pareja	En pareja, con familia, con amigos	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	15-30 días	Hasta 7 días	15-30 días	Hasta 7 días	Hasta 7 días
Tipo de alojamiento	Vivienda, establec. hotelero	Vivienda, establec. hotelero	Vivienda, camping	Vivienda, establec. hotelero	Vivienda, establec. hotelero
Actividades realizadas	Disfrutar del sol y la playa y la naturaleza	Disfrutar del sol y la playa, espectáculos	Disfrutar del sol y la playa, deportes	Disfrutar del sol y la playa, naturaleza	Disfrutar del sol y la playa, deportes

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

2.1. Lugar de residencia habitual

La mayoría de turistas de la Costa Cálida proceden de otras comunidades, en especial de las **comunidades limítrofes y Madrid**



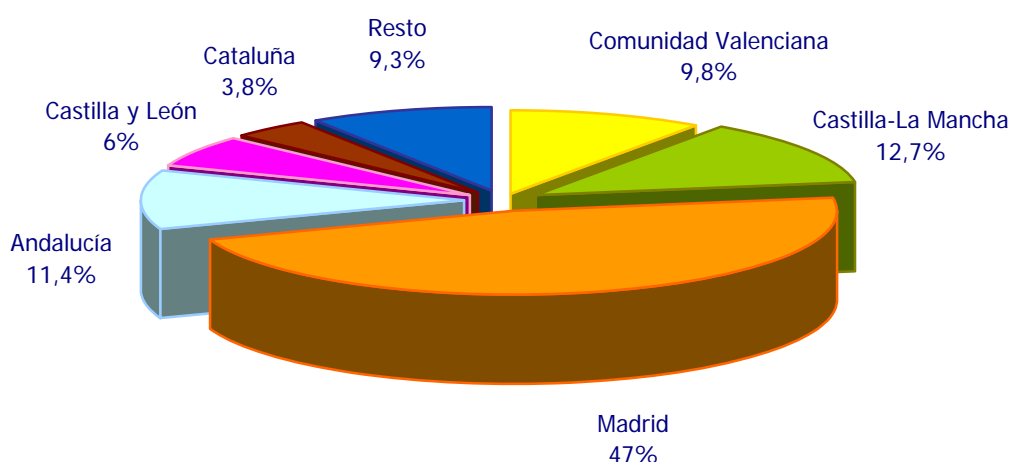
Lugar de residencia habitual, según productos turísticos			
Productos turísticos	Región de Murcia	Otras CCAA	Extranjero
Sol y playa	16,2%	58,5%	25,3%
Cultural	4%	60%	36%
Náutico	22%	50%	28%
Salud	13,5%	57,7%	28,8%
Golf	13,4%	46,2%	40,4%
TOTAL	15,1%	56,7%	28,2%

El turismo nacional constituye el principal mercado para todos los productos turísticos, y solamente en **turismo de golf** y **cultural** los turistas internacionales superan el tercio del número total de turistas



Procedencia de los turistas españoles

Como en años anteriores, la comunidad de **Madrid** continúa siendo el principal emisor de turistas nacionales a la Costa Cálida (47%). Otras comunidades emisoras son **Castilla-La Mancha, Andalucía, Comunidad Valenciana, Castilla y León y Cataluña**



Procedencia de los turistas españoles, según productos turísticos

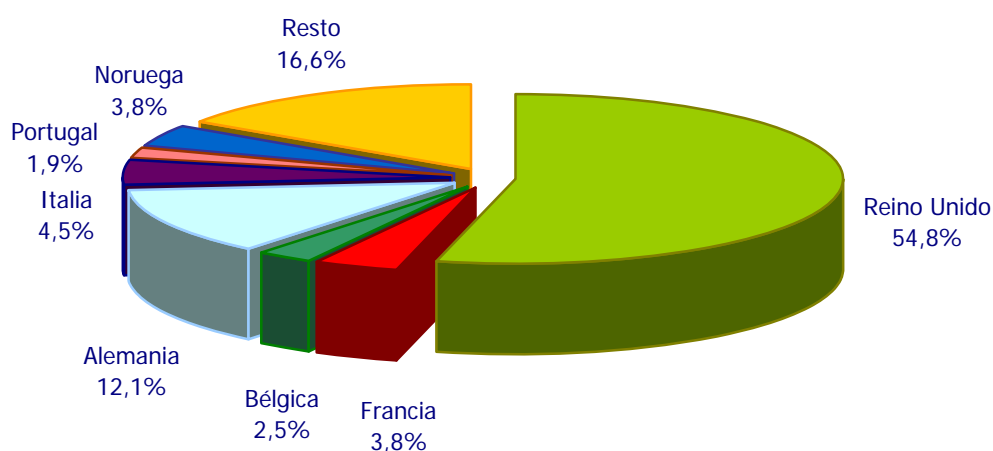
Productos turísticos	Madrid	Castilla – La Mancha	Andalucía	Comunidad Valenciana	Castilla y León	Cataluña	Resto
Sol y playa	53,9%	11,7%	10,2%	5,8%	5,3%	2,9%	10,2%
Cultural	20%	23,3%	20%	13,3%	6,7%	6,7%	10%
Náutico	40%	24%	16%	12%	-	4%	4%
Salud	36,7%	6,7%	13,3%	23,3%	13,3%	-	6,7%
Golf	41,7%	4,2%	4,2%	20,8%	8,2%	12,5%	8,4%
TOTAL	47%	12,7%	11,4%	9,8%	6%	3,8%	9,3%

La Comunidad de Madrid es el principal mercado emisor, salvo en **turismo cultural** donde ha sido superada por Castilla-La Mancha



Procedencia de los turistas extranjeros

El **británico** sigue siendo el principal mercado de turismo internacional para la Costa Cálida seguido a mucha distancia de otros orígenes como **Alemania, Francia, Italia y Noruega**



Procedencia de los turistas extranjeros, según productos turísticos

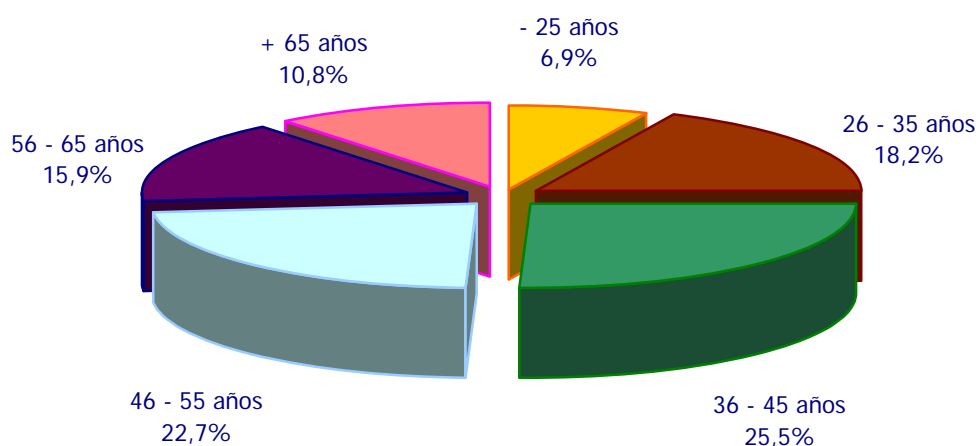
Productos turísticos	Reino Unido	Alemania	Resto
Sol y playa	48,3%	13,5%	38,2%
Cultural	66,7%	11,1%	22,2%
Náutico	50%	7,1%	42,9%
Salud	46,7%	6,7%	46,6%
Golf	81%	14,3%	4,7%
TOTAL	54,8%	12,1%	33,1%

El **turismo de salud** es la tipología turística donde la cuota del mercado británico es inferior



2.2. Edad

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



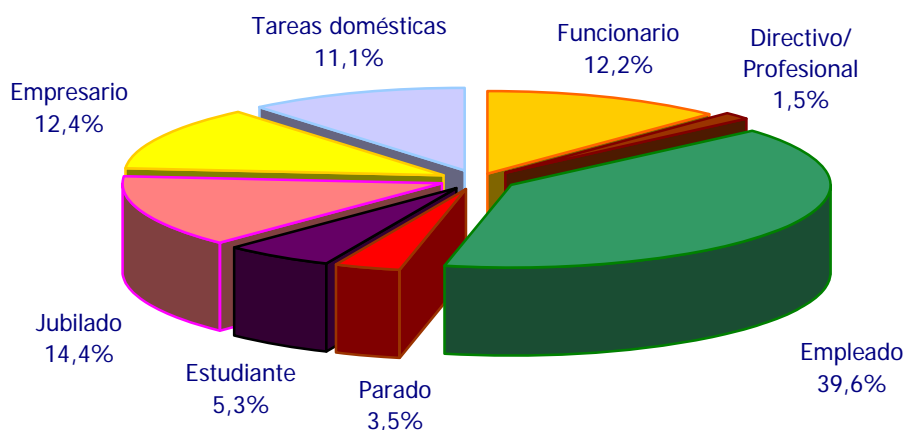
Edad, según productos turísticos						
Productos turísticos	- 25 años	26 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	+ 65 años
Sol y playa	7,4%	17%	24,4%	22,4%	15,6%	12,5%
Cultural	4%	10%	32%	22%	26%	6%
Náutico	6%	38%	18%	16%	6%	16%
Salud	9,6%	15,4%	28,8%	23,1%	17,3%	5,8%
Golf	3,8%	17,3%	28,8%	30,8%	15,4%	3,9%
TOTAL	6,9%	18,2%	25,5%	22,7%	15,9%	10,8%

Un importante porcentaje de visitantes (44%) no sobrepasa los 35 años **en turismo náutico**



2.3. Profesión y situación laboral

En el conjunto de los turistas de la Costa Cálida, los **empleados** son el grupo profesional con más peso



Profesión y situación laboral, según productos turísticos

Productos turísticos	Empleado	Jubilado/a	Empresario/a	Funcionario/a	Tareas domésticas	Estudiante	Parado/a	Directivo/Profesional
Sol y playa	38,1%	15,3%	8,2%	12,1%	13,8%	6%	4,6%	1,1%
Cultural	60%	12%	6%	10%	6%	4%	2%	-
Náutico	40%	16%	20%	12,2%	4,1%	8,2%	-	2%
Salud	30,8%	19,2%	9,6%	13,7%	13,7%	3,9%	5,9%	2%
Golf	34,6%	1,9%	44,2%	13,6%	1,9%	-	-	3,8%
TOTAL	39,6%	14,4%	12,4%	12,2%	11,1%	5,3%	3,5%	1,5%

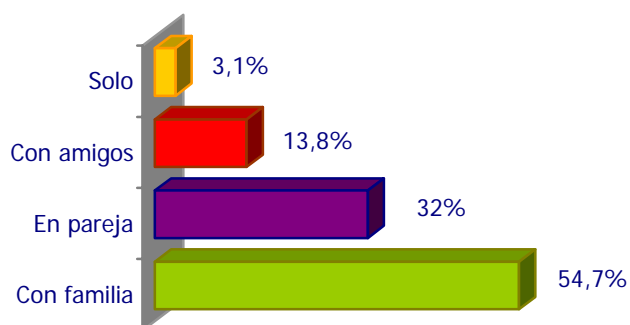
En el caso del **turismo de golf** el colectivo más destacado es el de los empresarios



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

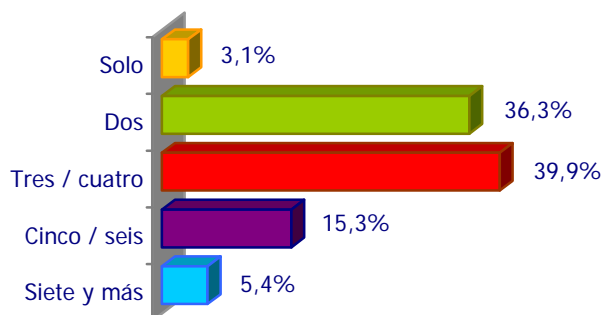
Productos turísticos	Solo	Con familia	Con amigos	En pareja
Sol y playa	2,6%	63,1%	10,8%	26,4%
Cultural	2%	26%	26%	54%
Náutico	6%	54%	20%	28%
Salud	1,9%	42,3%	13,5%	42,3%
Golf	5,8%	38,5%	17,3%	42,3%
TOTAL	3,1%	54,7%	13,8%	32%

Viajar con la pareja es la opción más habitual en **turismo cultural y golf**



Número de personas con las que realizó el viaje

La mayoría relativa de los turistas entrevistados forman parte de un grupo integrado por **tres o cuatro personas**



Número de personas con las que realizó el viaje, según productos turísticos

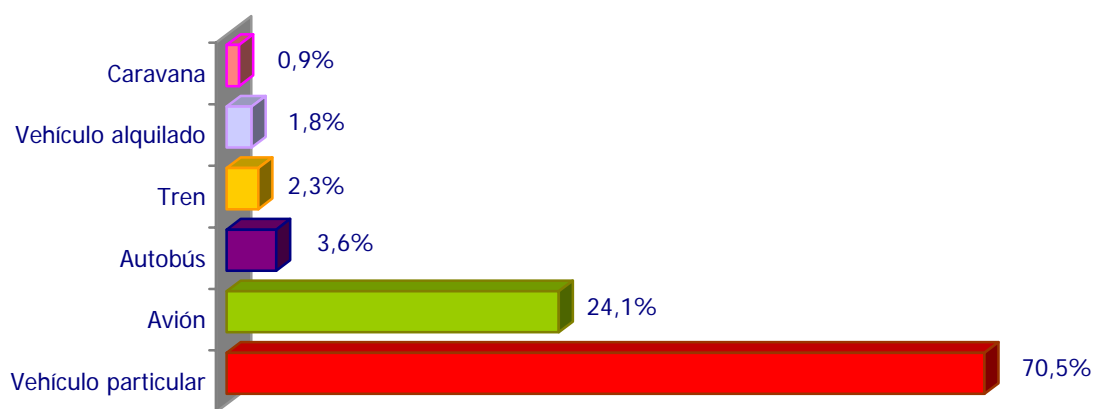
Productos turísticos	Solo	Dos	Tres / cuatro	Cinco / seis	Siete y más
Sol y playa	2,6%	32,1%	40,9%	17,9%	6,5%
Cultural	2%	60%	30%	6%	2%
Náutico	6%	22%	42%	26%	4%
Salud	1,9%	44,2%	44,2%	7,7%	1,9%
Golf	5,8%	48,1%	36,5%	3,8%	5,8%
TOTAL	3,1%	36,3%	39,9%	15,3%	5,4%

Los turistas de **sol y playa** y **turismo náutico** viajan sobre todo en grupos de tres o más personas



3.2. Medio de transporte utilizado

Siete de cada diez turistas utilizan el **vehículo particular** para disfrutar de su estancia en la Costa Cálida. Otro medio destacado y con un peso cada vez más importante es el **avión**



Medio de transporte utilizado, según productos turísticos

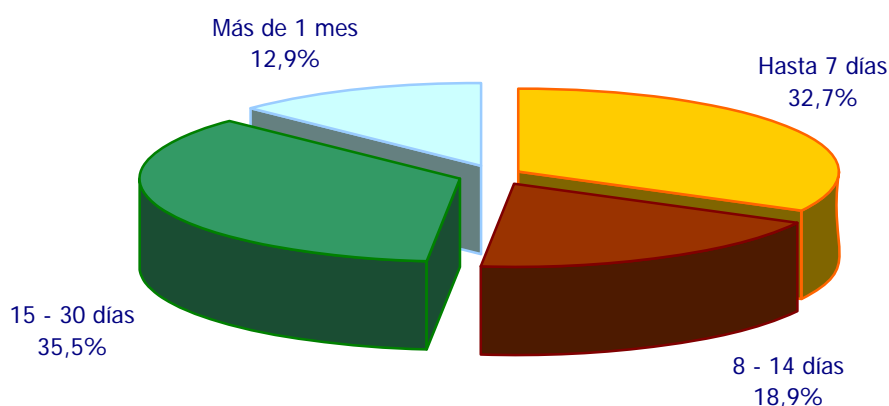
Productos turísticos	Vehículo particular	Avión	Autobús	Tren	Vehículo alquilado
Sol y playa	72,4%	21%	4%	3,1%	0,9%
Cultural	60%	28%	8%	2%	6%
Náutico	76%	22%	-	-	4%
Salud	69,2%	28,8%	3,8%	1,9%	-
Golf	63,5%	38,5%	-	-	3,8%
TOTAL	70,5%	24,1%	3,6%	2,3%	1,8%

El uso del avión es muy superior a la media en el caso del **turismo de golf** pero sin llegar a desplazar al vehículo particular como primer medio utilizado



3.3. Duración de la estancia

La duración de la estancia media de los turistas de la Costa Cálida se sitúa **entre los 15 y los 30 días**



Duración de la estancia, según productos turísticos

Productos turísticos	Hasta 7 días	8 – 14 días	15 – 30 días	Más de 1 mes
Sol y playa	27,3%	18,8%	37,5%	16,5%
Cultural	40%	30%	22%	8%
Náutico	30%	14%	42%	14%
Salud	53,8%	21,2%	23,1%	1,9%
Golf	44,2%	17,3%	34,6%	3,9%
TOTAL	32,7%	18,9%	35,5%	12,9%

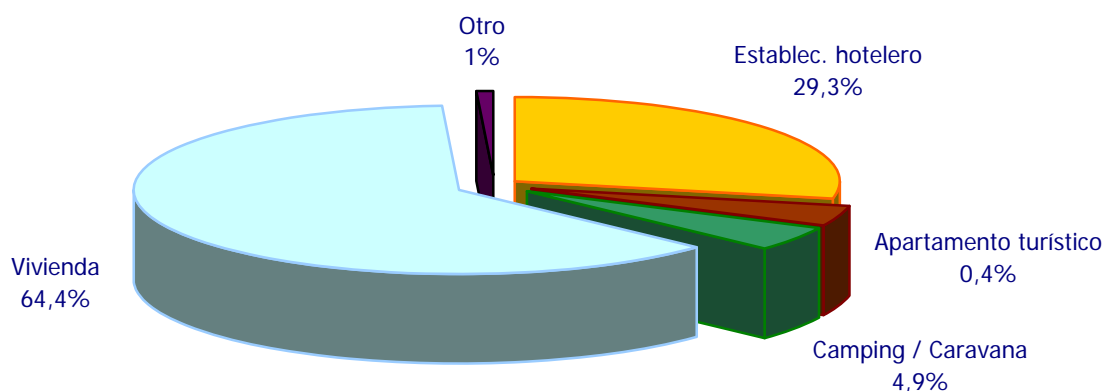
Las estancias más prolongadas corresponden a los turistas de **náutico** y las menos largas al turismo de **salud y golf**



4. ALOJAMIENTO

4.1. Tipo de alojamiento utilizado

Las tipologías de alojamiento que en mayor medida utilizan los turistas que visitan la Costa Cálida son la **vivienda**, el **establecimiento hotelero** y en menor medida el **camping**



Tipo de alojamiento utilizado, según productos turísticos

Productos turísticos	Vivienda	Establecimiento hotelero	Camping/Caravana	Apartamento turístico
Sol y playa	74,4%	20,2%	5,1%	-
Cultural	62%	34%	-	2%
Náutico	66%	10%	14%	2%
Salud	19,2%	80,8%	-	-
Golf	42,3%	53,9%	3,8%	-
TOTAL	64,4%	29,3%	4,9%	0,4%

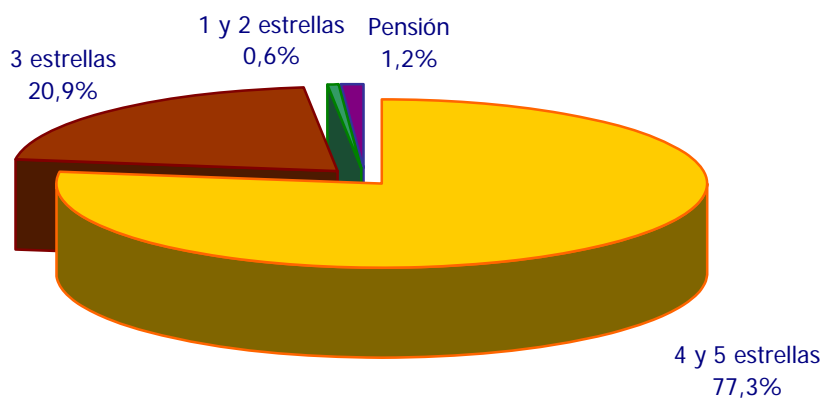
A diferencia del resto de productos, los **turistas de salud y de golf** utilizan mayoritariamente el alojamiento hotelero



4.2. Categoría del alojamiento

Establecimientos hoteleros

Tres de cada cuatro turistas hospedados en un alojamiento hotelero de la costa optaron por un establecimiento de **cuatro o cinco estrellas**



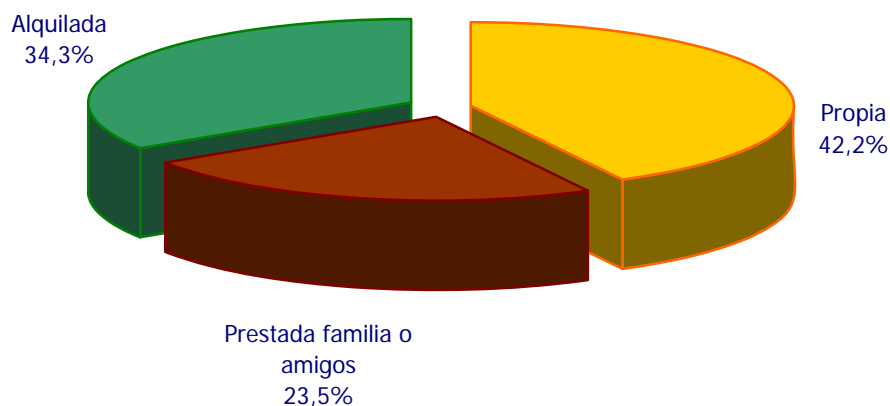
Categoría del alojamiento, según productos turísticos				
Productos turísticos	4 y 5 estrellas	3 estrellas	1 y 2 estrellas	Pensión
Sol y playa	63,4%	33,8%	1,4%	1,4%
Cultural	70,6%	23,5%	-	5,9%
Náutico	20%	80%	-	-
Salud	95,2%	4,8%	-	-
Golf	100%	-	-	-
TOTAL	77,3%	20,9%	0,6%	1,2%

Los **turistas de golf y salud** se alojan en los hoteles de las categorías más altas y los de **náutico** principalmente en hoteles de 3 estrellas



Modalidad de vivienda utilizada

Uno de cada tres turistas alojados en una vivienda de la Costa Cálida la **alquila**, el resto disfruta de su **propia vivienda** o de una vivienda **cedida** por algún familiar o amigo



Modalidad de vivienda utilizada, según productos turísticos			
Productos turísticos	Propia	Alquilada	Prestada por familia / amigos
Sol y playa	43,1%	33,6%	23,3%
Cultural	29%	35,5%	35,5%
Náutico	51,5%	27,3%	21,2%
Salud	30%	60%	10%
Golf	40,9%	40,9%	18,2%
TOTAL	42,2%	34,3%	23,5%

En los casos de **turismo cultural** y **salud** la cuota de turistas alojados en vivienda alquilada es superior a la de vivienda propia



5. VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

El nivel de satisfacción general de los turistas durante su estancia en la Costa Cálida puede considerarse elevado, **7 puntos** en una escala del 1 al 10

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

Valoración de las instalaciones, servicios y precios de la oferta turística de la Región de Murcia según la zona de alojamiento (Puntuación de 1 a 10)

INSTALACIONES Y SERVICIOS	Águilas	Mazarrón	Mar Menor	La Manga	Total Costa
Hospitalidad / trato	8,5	7,8	8,5	8,1	8,2
Accesos y señalización para llegar	7,7	7,9	8,2	8,1	8
Confort del alojamiento	8	7,6	7,6	7,7	7,7
Relación calidad / precio del alojamiento	7,5	7,1	7,2	7,3	7,3
Oferta gastronómica	8	7	7	7	7,2
Accesos y señalización en zonas de playa	7,2	6,8	7,5	6,9	7,1
Limpieza de playas	6,2	5,8	6,4	7,4	6,5
Oferta comercial y de ocio	6,2	6,3	6,6	6,7	6,5
Información turística	6,4	5,9	6,5	6,6	6,4
Ruidos, contaminación	6,6	6,2	6,2	7	6,4
Limpieza de calles	6	5,3	6,5	6,7	6,2
Equipamientos / servicios en playas	5,8	4,8	6	5,7	5,6
Oferta actividades culturales y deportivas	5,4	5,3	6,1	5,6	5,6
Plazas de aparcamiento	5,6	5	5	6,5	5,2
Espacios verdes	5	3,5	5	5,3	4,6
SATISFACCIÓN GENERAL	7,3	6,6	7,2	7	7

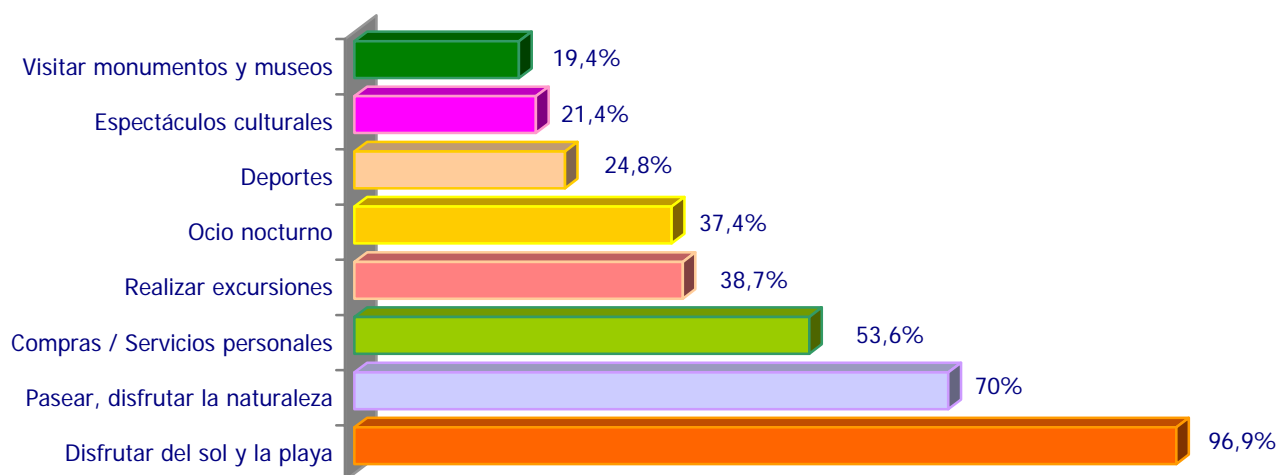
La **hospitalidad y el trato** y los **accesos y señalización para llegar** son los aspectos mejor valorados, así como la **oferta gastronómica** y de **alojamiento**



6. ACTIVIDADES REALIZADAS

6.1. Actividades realizadas durante la estancia

Las principales actividades realizadas por los turistas son disfrutar del **sol y la playa** y **de la naturaleza**, ir de **compras**, realizar **excursiones**, el **ocio nocturno** y asistir a **espectáculos culturales**



Actividades realizadas durante la estancia, según productos turísticos

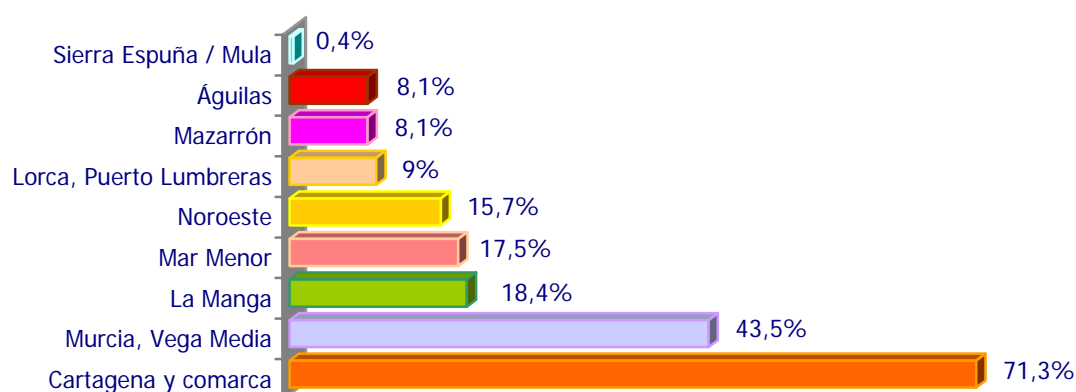
Productos turísticos	Sol y playa	Naturaleza	Compras	Excursiones	Ocio nocturno	Deportes	Espectáculos culturales
Sol y playa	100%	79,5%	55,4%	36,6%	35,5%	9,7%	19,9%
Cultural	80%	44%	40%	70%	34%	4%	80%
Náutico	100%	46%	42%	50%	48%	100%	4%
Salud	94,2%	71,2%	55,8%	26,9%	36,5%	7,7%	5,8%
Golf	92,3%	51,9%	63,5%	23,1%	44,2%	100%	7,7%
TOTAL	96,9%	70%	53,6%	38,7%	37,4%	24,8%	21,4%

Las actividades desarrolladas están relacionadas con la motivación que determina el viaje a la Costa Cálida, 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	Cartagena y comarca	Murcia, Vega Media	La Manga	Mar Menor	Noroeste	Lorca / Puerto Lumbreras	Mazarrón	Águilas
Sol y playa	73,9%	41,8%	17,9%	18,7%	9,7%	10,4%	10,4%	11,9%
Cultural	50%	65%	25%	22,5%	40%	10%	2,5%	2,5%
Náutico	87,5%	25%	18,8%	18,8%	12,5%	6,3%	6,3%	6,3%
Salud	64,7%	11,8%	23,5%	5,9%	17,6%	5,9%	5,9%	-
Golf	93,8%	56,3%	-	6,3%	6,3%	-	6,3%	-
TOTAL	71,3%	43,5%	18,4%	17,5%	15,7%	9%	8,1%	8,1%

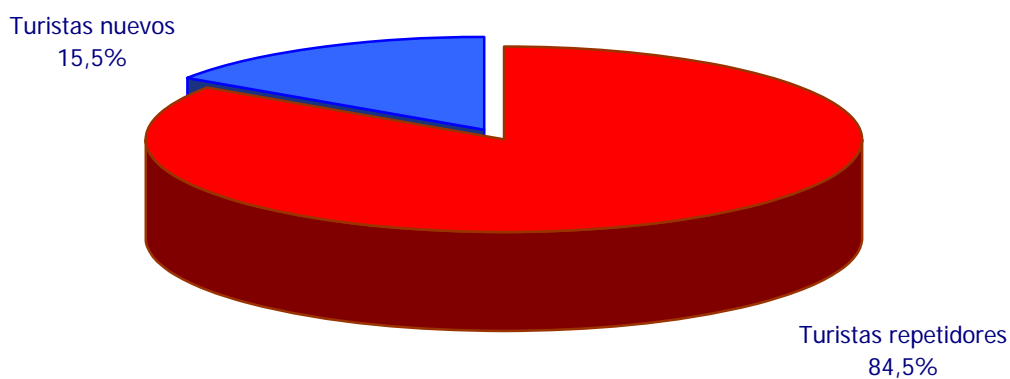
En la tipología de **turismo cultural**, la comarca del Noroeste es una de las zonas más visitadas por los turistas



7. FIDELIDAD DEL TURISTA

7.1. Primera estancia en la Región

Cabe destacar el **alto grado de fidelidad** del turista de la Costa Cálida, con un elevado porcentaje de turistas que ya habían estado previamente en la Región

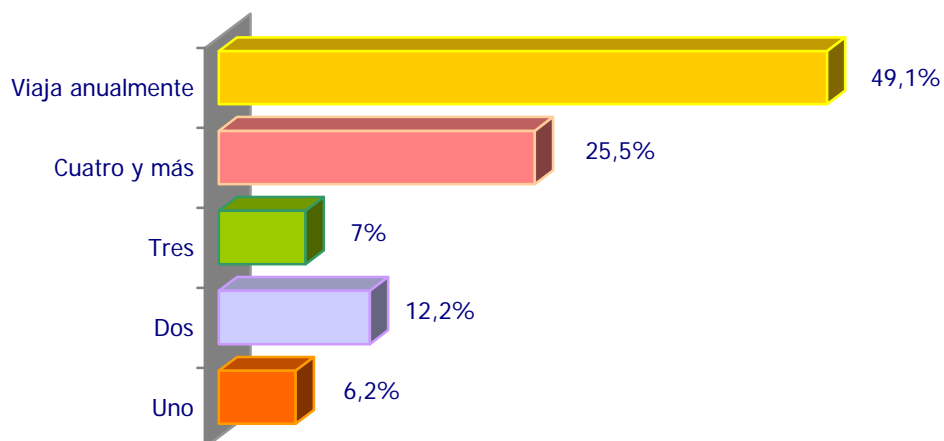


Primera estancia en la Región, según productos turísticos		
Productos turísticos	Turistas nuevos	Turistas repetidores
Sol y playa	13,6%	86,4%
Cultural	24%	76%
Náutico	13,2%	86,8%
Salud	23,1%	76,9%
Golf	20%	80%
TOTAL	15,5%	84,5%

El turismo de **sol y playa**, el turismo **náutico** y el turismo de **golf** son los productos con un mayor índice 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	5,6%	9,7%	6,1%	23,5%	55,1%
Cultural	13,9%	19,4%	5,6%	25%	36,1%
Náutico	6,1%	12,2%	3%	24,2%	54,5%
Salud	6,1%	18,2%	15,2%	36,4%	24,1%
Golf	2,8%	16,7%	11,1%	33,3%	36,1%
TOTAL	6,2%	12,2%	7%	25,5%	49,1%

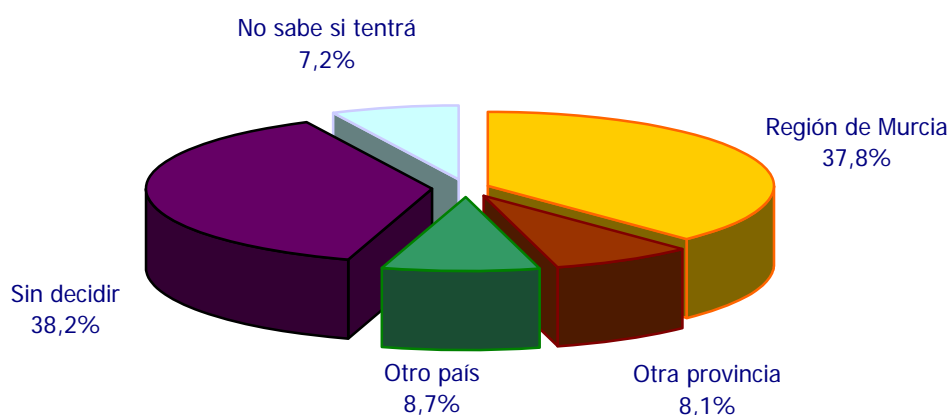
La mitad de los turistas repetidores **viajan todos los años** a la Región de Murcia.
A este dato contribuye el hecho de que gran parte de los turistas se aloja en una vivienda en propiedad o prestada por un familiar o amigo



7.2. Próximas vacaciones de verano

Cuatro de cada diez turistas **repetirá sus vacaciones en la Región** el próximo verano.

Esta proporción es prácticamente la misma que la de turistas que aún no han decidido el destino de sus vacaciones



Próximas vacaciones de verano, según productos turísticos

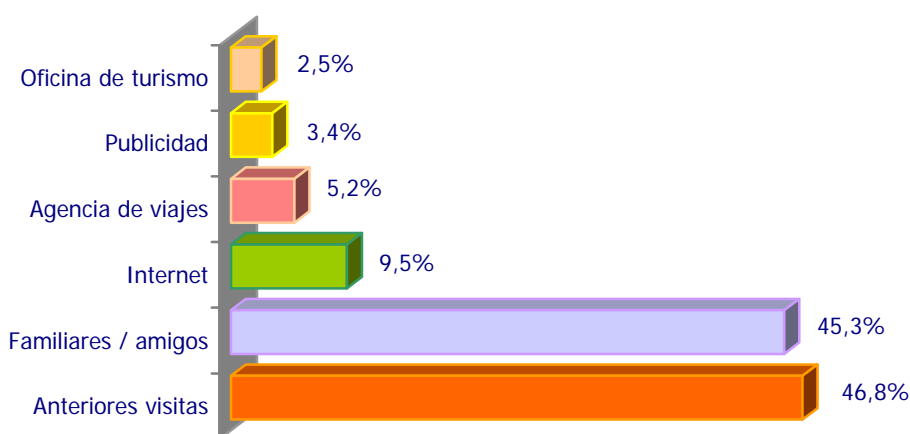
Productos turísticos	Región de Murcia	Otra provincia	Otro país	No sabe si tendrá	Sin decidir
Sol y playa	43,7%	8,5%	8,8%	7,1%	31,9%
Cultural	18,8%	8,3%	2,1%	12,5%	58,3%
Náutico	47,4%	5,3%	2,6%	5,3%	39,5%
Salud	17,8%	11,1%	6,7%	8,9%	53,3%
Golf	31,1%	4,4%	22,2%	2,2%	40,1%
TOTAL	37,8%	8,1%	8,7%	7,2%	38,2%

Los turistas que en mayor medida tienen la intención de volver a la Región en verano de 2012 son los de **sol y playa** y **turismo náutico**



8. MODO DE CONOCIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN

Visitas anteriores y el consejo de familiares o amigos son las principales vías a través de las cuales el turista ha conocido la oferta turística de la Región de Murcia



Modo de conocimiento de la oferta turística regional, según productos turísticos

Productos turísticos	Anteriores visitas	Familiares / amigos	Internet	Agencias de viajes	Publicidad	Oficinas de turismo
Sol y playa	50,9%	46,3%	9,4%	3,7%	1,7%	2,8%
Cultural	26%	64%	18%	2%	-	6%
Náutico	72%	24%	4%	-	-	-
Salud	21,2%	38,5%	-	26,9%	19,2%	1,9%
Golf	42,3%	50%	17,3%	1,9%	5,8%	-
TOTAL	46,8%	45,3%	9,5%	5,2%	3,4%	2,5%

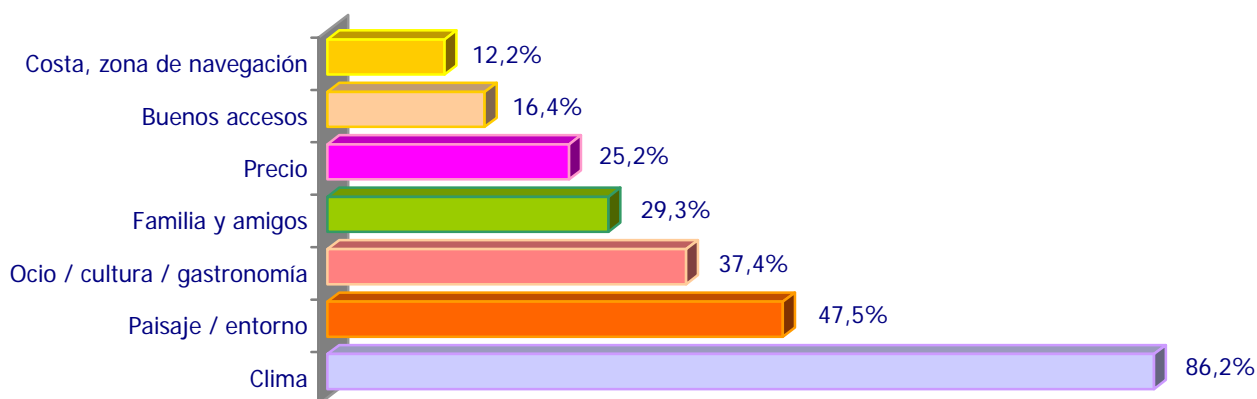
Otros medios, como Internet, ocupan un lugar destacado en el conocimiento de la oferta de **turismo de golf y turismo cultural**.

Del mismo modo, en **turismo de salud**, las agencias de viajes y la publicidad tienen un notable grado de influencia



9. PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

El clima ha sido el atractivo más valorado de la oferta turística de la Región. Le siguen **el entorno natural y el ocio, la cultura y la gastronomía**



Principales atractivos de la Región de Murcia, según productos turísticos

Productos turísticos	Clima	Paisaje / entorno	Ocio / cultura / gastronomía	Familia y amigos	Precio	Buenos accesos	Costa, zona de navegación
Sol y playa	91,5%	52%	37,8%	29,5%	20,7%	16,2%	7,7%
Cultural	80%	26%	72%	22%	28%	6%	12%
Náutico	76%	32%	12%	32%	32%	30%	56%
Salud	76,9%	48,1%	32,7%	32,7%	30,8%	5,8%	7,7%
Golf	75%	51,9%	30,8%	28,8%	40,4%	25%	5,8%
TOTAL	86,2%	47,5%	37,4%	29,3%	25,2%	16,4%	12,2%

Los **turistas de golf** también encuentran interesantes **el precio y los buenos accesos**

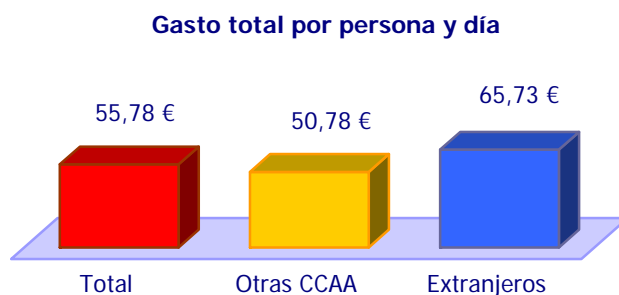


10. GASTO MEDIO REALIZADO EN LA COSTA CÁLIDA

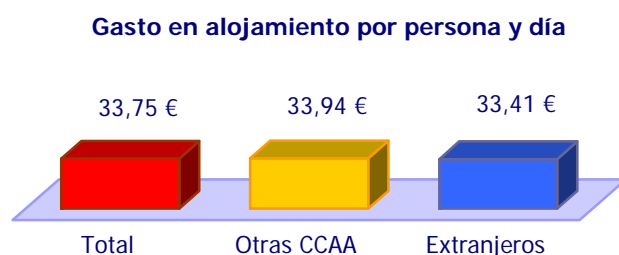
Gasto total por persona y día*			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
55,78€	50,78€	65,73€	31,10€

(*) Incluye todos los productos en costa: cultural, salud, golf, sol y playa y náutico

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	124,17€	116,13€	144,26€
Camping/Caravana	43,97€	42,06€	51,16€
Vivienda	38,38€	31,58€	50,28€
TOTAL	55,78€	50,78€	65,73€

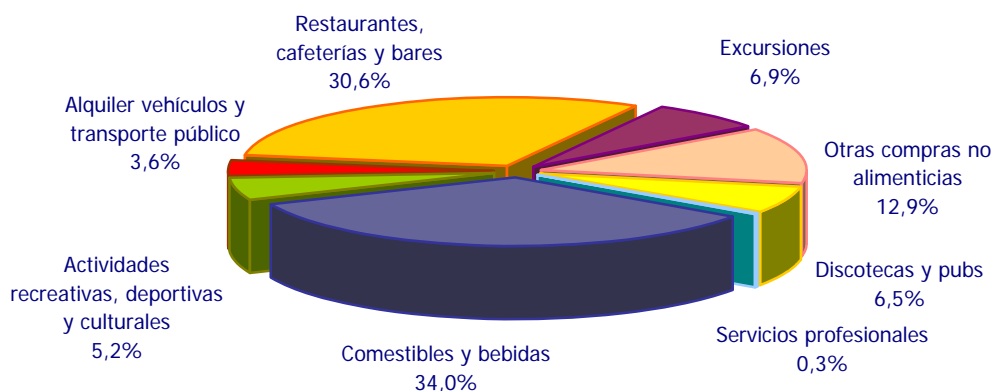


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	64,95€	62,57€	70,81€
Camping/Caravana	12,62€	11,53€	15,62€
Vivienda	20,08€	19,41€	20,93€
TOTAL**	33,75€	33,94€	33,41€



(**) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



El gasto medio diario realizado en la Costa Cálida en verano de 2011 alcanza los **55,78€**, siendo el gasto de los turistas extranjeros más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades, **65,73€** frente a **50,78€**

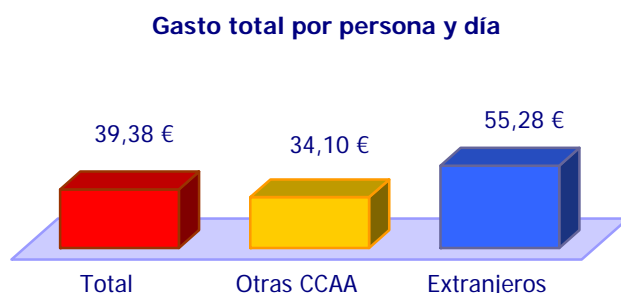


10.1. Gasto medio realizado. Turismo de Sol y Playa

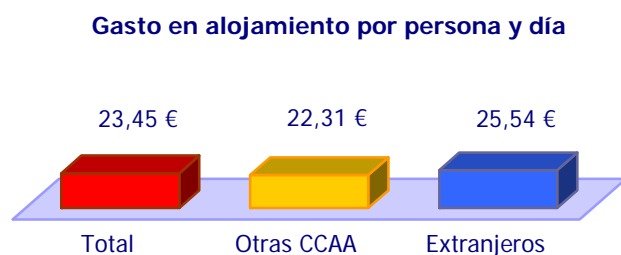
Gasto total por persona y día*			
Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
39,38€	34,10€	55,28€	24,30€

(*) Sin incluir otros productos

Gasto total por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	79,98€	72,31€	104,10€
Camping/Caravana	39,29€	36,74€	54,59€
Vivienda	33,84€	27,60€	46,07€
TOTAL	39,38€	34,10€	55,28€

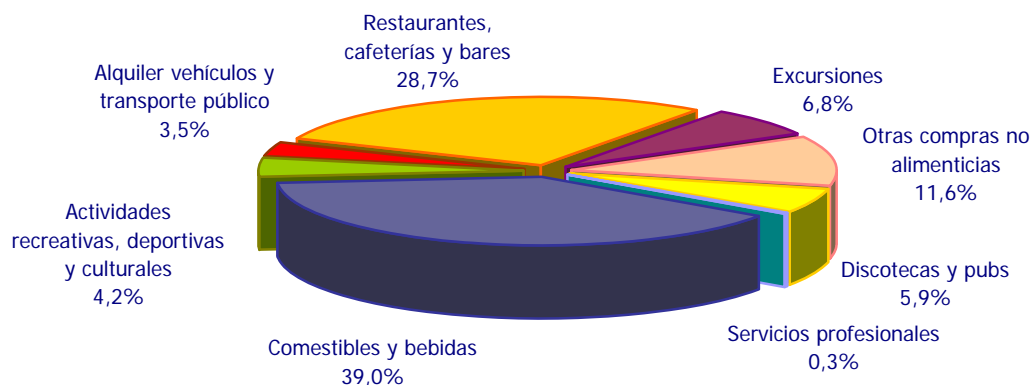


Gasto en alojamiento por persona y día			
	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Establec. hotelero	47,12€	43,57€	57,26€
Camping/Caravana	12,28€	11,82€	14,34€
Vivienda	18,07€	16,56€	20,00€
TOTAL**	23,45€	22,31€	25,54€



(**) Excluido el alojamiento gratuito

Distribución del gasto (excluido el gasto en alojamiento)



El gasto medio diario realizado por los turistas exclusivamente de sol y playa asciende a **39,38€**. El gasto de los turistas extranjeros es de **55,28€** y el de los turistas nacionales de otras comunidades es de **34,10€**

