
Estudio sobre el comportamiento de la demanda de turismo religioso en la Región de Murcia. Semana Santa 2003



Región de Murcia
Consejería de Turismo y
Ordenación del Territorio

Unidad de Estudios y Estadística – Secretaría General





Región de Murcia
Consejería de Turismo y
Ordenación del Territorio

Secretaría General
Unidad de Estudios y Estadística



INDICE

0. Introducción	Pág. 3
1. Perfil del turista y características del viaje	Pág. 3
2. Medio de transporte utilizado para llegar	Pág. 6
3. Tipo de alojamiento utilizado	Pág. 6
4. Categoría del establecimiento hotelero	Pág. 8
5. Tipo de vivienda utilizada	Pág. 8
6. Área en la que están alojados los turistas	Pág. 9
7. Gasto medio realizado	Pág. 10
8. Percepción de los servicios turísticos	Pág. 13
9. Actividades realizadas durante la estancia	Pág. 16
10. Visitas a otras zonas de la Región	Pág. 17
11. Atractivo de los desfiles procesionales	Pág. 18
12. Turistas nuevos / turistas repetidores	Pág. 19
13. Grado de conocimiento de otros eventos culturales	Pág. 19
14. Intención de visitar otros eventos culturales	Pág. 20
15. Verano 2003	Pág. 21

Fotografía de portada: José Luis Montero



0. INTRODUCCIÓN

El presente estudio, que tiene como referencia la temporada turística de Semana Santa de 2003, pretende ofrecer una visión detallada, particularmente desde el punto de vista cualitativo, del comportamiento de la demanda turística atraída por los desfiles procesionales de las tres principales ciudades de la Región: Murcia, Cartagena y Lorca.

Para ello se han tomado como base los resultados de la encuesta diseñada a tal efecto desde la Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio. Se han realizado 300 encuestas personales a turistas que han pernoctado en algún punto de la Región de Murcia durante sus visitas a las ciudades objeto del estudio, según un cuestionario específico elaborado con el fin de recoger las peculiaridades de esta temporada. Los lugares escogidos para las entrevistas han sido las proximidades de espacios de interés cultural y zonas de paso y disfrute de turistas en los cascos urbanos.

El trabajo de campo ha sido distribuido entre las tres principales ciudades del modo siguiente:

Área	Número de encuestas
Cartagena	100
Lorca	100
Murcia	100
TOTAL	300

1. PERFIL DEL TURISTA Y CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Tomando en consideración los criterios expuestos anteriormente las principales características de la muestra encuestada son las siguientes:

1.1. Lugar de residencia habitual

R. de Murcia	Resto España	Extranjero
21,4%	50,5%	28,1%



Procedencia de los turistas españoles

Principales CC.AA.	MURCIA	CARTAGENA	LORCA
Cataluña	29%	12%	31%
Madrid	12%	37%	2%
Andalucía	12%	16%	18%
Castilla y León	12%	10%	7%
Castilla La Mancha	8%	-	16%
Comunidad Valenciana	6%	6%	7%
Galicia	4%	8%	2%

Procedencia de los turistas extranjeros

Principales Nacionalidades	MURCIA	CARTAGENA	LORCA
Francia	33%	42%	30%
Reino Unido	21%	11%	17%
Alemania	15%	21%	22%
Italia	6%	5%	4%
Portugal	3%	5%	4%

1.2. Con quién realizó el viaje

Solo	Con familia	Con amigos
16,4%	65,9%	17,7%



Distribución por ciudades

	Solo	Con familia	Con amigos
Murcia	21,3%	65%	13,8%
Cartagena	17,4%	64%	18,6%
Lorca	15,7%	70,6%	13,7%

1.3. Número de personas con las que se ha desplazado

2	3-4	5-6	7 y +
44,0%	47,2%	5,6%	3,2%

1.4. Duración de la estancia

Hasta 3 días	4-5 días	6-7 días	8-10 días	Más 10 días
24,4%	31,4%	29,4%	10,7%	4,0%

Distribución por ciudades

	Hasta 3 días	4-5 días	6-7 días	8-10 días	Más 10 días
Murcia	42,5%	28,8%	20%	7,5%	1,3%
Cartagena	12,8%	37,2%	34,9%	12,8%	2,3%
Lorca	33,3%	33,3%	25,5%	3,9%	3,9%

1.5. Tipo de alojamiento utilizado

Hotel	Vivienda propia (1)	Vivienda alquilada	Camping	Otro
35,5%	52,8%	3,0%	7,4%	1,3%

(1) Se incluye en este epígrafe la vivienda prestada por amigos y/o familiares

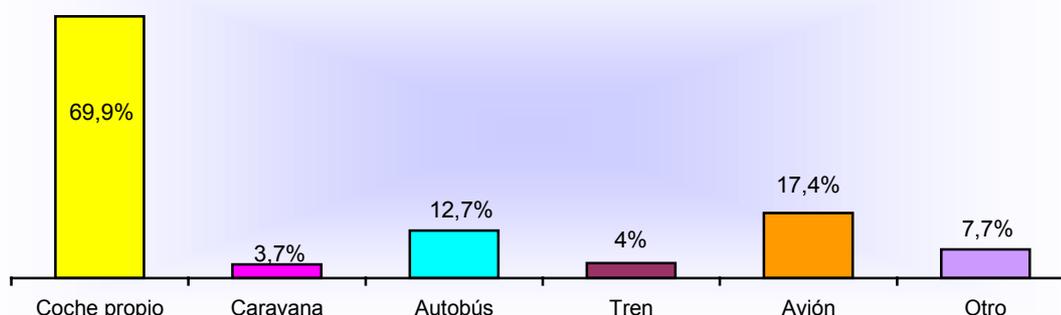


2. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

La mayoría de turistas de Semana Santa encuestados viajaron a la Región de Murcia en *coche propio* (69,9%), seguidos de los que optaron por el *avión* (17,4%). El *autobús* como medio de desplazamiento también es utilizado por un importante porcentaje de turistas (12,7%)

2

Medio de transporte utilizado



Los turistas extranjeros son los que hacen un mayor uso del avión (54,8%), mientras que los *nacionales* utilizan preferentemente el coche propio (84,2%)

El avión es utilizado en un mayor porcentaje por aquellos turistas que se desplazan a la Región acompañados por *amigos* (26,4%) que por los que viajan *solos* (18,4%) o en *familia* (14,7%). Sin embargo, el coche propio es utilizado mayoritariamente por los tres colectivos pero, especialmente, por los *grupos familiares* (76,1%). También merece ser destacado el alto porcentaje (32,7%) de usuarios de autobús entre los turistas que viajan *solos*.

El avión es utilizado para llegar a la Región preferentemente por turistas que permanecen en la misma *cinco o seis días* (21,4%), mientras que el autobús lo es por aquellos cuya estancia es solamente de *dos días* (10%), el ferrocarril por los que están *cinco o seis días* (7,1%) y el coche propio para todo tipo de duración de la estancia.

Por último, el avión y el autobús son los medios preferidos por los turistas que se alojan en *hoteles*. Entre los usuarios de *camping*, destaca el uso del *coche propio* y de la *caravana*, que es muy similar.

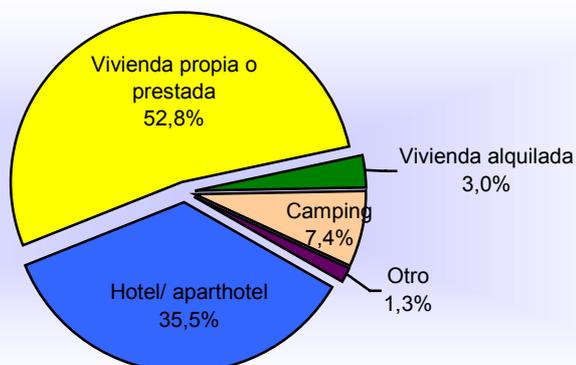
3. TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO

La mayor parte de los viajeros que llegan a la Región por turismo religioso-procesional han utilizado una *vivienda propia o prestada* como tipo de alojamiento (52,8%), seguidos por los que se han alojado en *hoteles* (35,5%). Al tratarse de un turismo de ciudades, preferentemente, el porcentaje de usuarios de *camping* y de *vivienda alquilada* es muy bajo.



3

Tipo de alojamiento utilizado



Los turistas que visitan la Región en varias épocas del año hacen un uso mucho mayor de la vivienda propia o prestada que los que la visitan solamente en Semana Santa, siendo en este caso superior el porcentaje de usuarios de hotel y de camping, aunque sin llegar a las diferencias encontradas entre los turistas de costa en estas mismas fechas.

Los extranjeros destacan como los más fieles turistas en hoteles y camping y los residentes en la Región como usuarios, casi exclusivamente, de viviendas propias o prestadas. Entre los residentes en otras comunidades el mayor porcentaje corresponde al uso de viviendas propias o prestadas, seguidas muy de cerca por los usuarios de hoteles.

El hotel ha sido el tipo de alojamiento preferido para disfrutar de *estancias cortas* (52,1% de los que han estado hasta tres días) y la vivienda para *estancias largas* (61,4% de los que han estado seis o siete días)

Distribución por ciudades

La vivienda propia o prestada ha sido más utilizada por los turistas alojados en las ciudades de *Cartagena* y *Lorca* (74,1 y 66,7%, respectivamente), mientras que el hotel (61,3%) lo ha sido entre los alojados en la ciudad de *Murcia*.

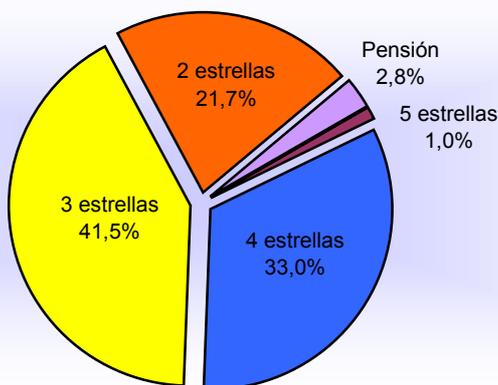
	Vivienda	Hotel	Camping	Otro
Murcia	37,5%	61,3%	-	1,2%
Cartagena	74,1%	20,0%	5,9%	-
Lorca	66,7%	27,5%	5,8%	-



4. CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO

De los turistas alojados en hoteles, la mayoría ha elegido establecimientos de *tres* (41,5%) y *cuatro estrellas* (33%), seguidos de los que lo han hecho en hoteles de *dos estrellas* (9,8%). Los alojados en *pensiones* o en hotel de *cinco estrellas* son minoría.

4 Categoría del establecimiento hotelero utilizado



El uso de hoteles de cuatro estrellas es muy similar entre extranjeros y españoles. Sin embargo, en los de tres estrellas la proporción de *extranjeros* es más destacada, mientras que en los de dos es mayor el porcentaje de *españoles*. La minoría de usuarios de pensiones es española y del hotel de cinco estrellas extranjera.

La duración de la estancia se presenta como uno de los factores que más influye a la hora de elegir la categoría del hotel. Así, para estancias cortas (de hasta tres días) se utilizan hoteles de tres y cuatro estrellas hasta siete veces más que hoteles de dos. Por el contrario, para estancias más largas (seis a siete días) el porcentaje de usuarios de dos estrellas supone el doble que el de usuarios de cuatro estrellas.

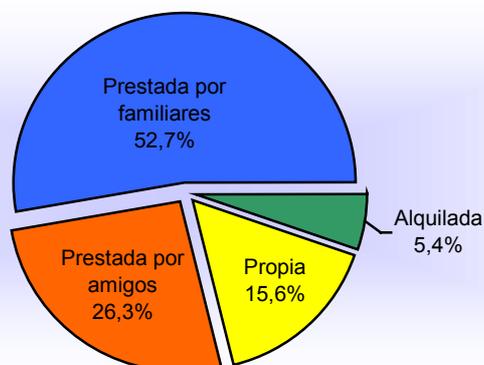
En la ciudad de Murcia destaca el uso de hoteles de cuatro y tres estrellas, en la de Cartagena de tres y dos estrellas y en la de Lorca de dos y tres estrellas.

5. TIPO DE VIVIENDA UTILIZADA

Como se ha visto con anterioridad el 55,9% de los usuarios de turismo religioso han utilizado una *vivienda* como modalidad de alojamiento. En la mayoría de los casos dicha vivienda ha sido *prestada por familiares* (29,4%) o *prestada por amigos* (14,7%) o era una *vivienda propia* (8,7%). Solamente el 3% de los turistas entrevistados ha alquilado la vivienda utilizada. Tomando en consideración solamente el colectivo que ha utilizado este tipo de alojamiento su distribución es la siguiente:



5 Tipo de vivienda utilizada



Son los turistas que se desplazan hasta la Región en varias épocas del año los que más han utilizado una vivienda propia o prestada por familiares o amigos, mientras que los turistas de sólo Semana Santa optan en mayor medida por la vivienda alquilada.

No han sido los turistas residentes en la Región los que en mayor proporción han utilizado una vivienda propia (1,6%), al haber sido superados por los de otras comunidades (13,9%) e, incluso, por los extranjeros (4,8%).

Cuanto mayor es la duración de la estancia, mayor es el porcentaje de usuarios de una vivienda alquilada, de una vivienda propia y de una vivienda prestada por familiares. Por el contrario, la proporción de usuarios de viviendas prestadas por amigos disminuye a mayor estancia.

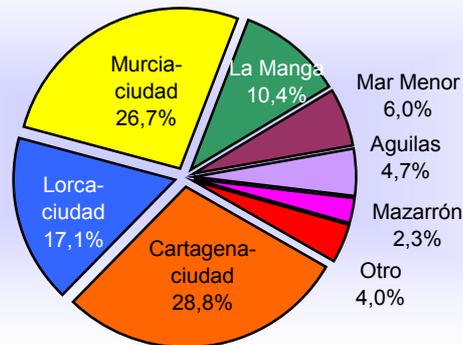
Entre los turistas alojados en las ciudades de Cartagena y Lorca destaca el alto porcentaje de usuarios de viviendas prestadas por familiares (40% y 45,1%, respectivamente), mientras que entre los alojados en la ciudad de Murcia el mayor porcentaje lo encontramos entre los alojados en viviendas prestadas por amigos (20%).

6. ÁREA EN LA QUE ESTÁN ALOJADOS LOS TURISTAS

A pesar de haberse realizado las encuestas en los cascos urbanos de las tres mayores ciudades de la Región es significativo que solamente el 72,7% de los turistas entrevistados se ha alojado en dichas ciudades, con importantes diferencias entre ellas. Así, mientras que el 86% y el 80% de los turistas encuestados en Cartagena y Murcia, respectivamente, se han alojado en dichas ciudades, dicho porcentaje solamente alcanza al 51,5% de los encuestados en Lorca.



6 Área de alojamiento



Ha sido superior el porcentaje de turistas de Semana Santa al de varias épocas del año solamente en la ciudad de Lorca.

Mientras que para estancias cortas (hasta tres días) el porcentaje más alto de turistas se ha alojado en la ciudad de Murcia (46,6%), para cualquier estancia de superior duración la proporción de alojados en la ciudad de Cartagena ha sido muy superior.

El porcentaje de turistas alojados en hoteles ha sido especialmente significativo en la ciudad de Murcia (46,7%), mientras que el de alojados en viviendas lo ha sido en la ciudad de Cartagena (37,7%) y el de usuarios de camping en el Mar Menor (36,4%).

7. GASTO MEDIO REALIZADO

Es importante reseñar que de los 300 turistas entrevistados 269 han respondido a esta pregunta. Se trata de un porcentaje similar (89,7%) al registrado en estudios realizados en años anteriores, y superior al considerado habitual en este tipo de estudios.

En cuanto al *gasto medio total diario* de los turistas que visitaron las tres principales ciudades de la Región en Semana Santa, se estima que alcanzó unos 47,90 €. Esto supone un gasto superior en un 7,7% al registrado para el mismo periodo en la Costa Cálida. Además, existen algunas diferencias si consideramos la procedencia de los encuestados, siendo los *extranjeros* los que declaran un gasto superior (53,47 €) al de los turistas *españoles* (45,76 €).

El mayor *gasto total* corresponde al efectuado por aquellos que utilizan como medio de alojamiento el *hotel*, con un gasto diario de casi 76 euros, mucho más de lo que gastan quienes se alojan en una *vivienda alquilada*, con 42,81 euros. La escala inferior del gasto la conforman los usuarios de *camping*, con 31,94 euros al día y los que se hospedan en una *vivienda propia o prestada*, con 31,66 euros.



GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA			
Tipo de Alojamiento	Total	Espanoles	Extranjeros
Hotel	75,98 €	80,07 €	69,32 €
Vivienda alquilada	42,81 €	40,88 €	48,63 €
Vivienda propia o prestada	31,66 €	30,04 €	41,63 €
Camping	31,94 €	31,73 €	32,00 €
TOTAL	47,90 €	45,76 €	53,47 €

El alojamiento constituye el concepto de gasto al cual se destina una mayor cuantía. En un análisis en función del tipo de establecimiento utilizado se puede apreciar que los turistas que más dinero destinan a esta partida son los hospedados en hotel, con una media de 33,63 euros por persona y día, seguidos de quienes alquilan una vivienda, con 11,94 euros, y de los usuarios de *camping*, con 6,91 euros de gasto medio diario en alojamiento. Lógicamente, los que se alojan en su propia vivienda o en una prestada declaran no gastar nada en este concepto.

7. Gasto medio en alojamiento por persona y día



Si comparamos estas cifras con las obtenidas en la encuesta realizada en la Costa Cálida, también en Semana Santa, se observa que el gasto en alojamiento en las ciudades objeto de estudio es, en término medio, 4 € más bajo en cada categoría de alojamiento. Sin embargo, sí es superior la cuantía del resto de conceptos, por lo que el gasto total resulta, como se ha visto anteriormente un 7,7% mayor que en el caso de la Costa Cálida.

El gasto medio total diario presenta características propias en función de la ciudad donde han sido realizadas las encuestas. En los siguientes cuadros se recogen estas estimaciones del gasto agrupadas en segmentos homogéneos conforme a las distintas tipologías de alojamiento y la procedencia de los encuestados.



MURCIA. GASTO MEDIO TOTAL DIARIO			
Tipo de Alojamiento	Total	Españoles	Extranjeros
Hotel	70,24 €	68,18 €	72,64 €
Vivienda propia o prestada	29,15 €	28,05 €	33,51 €
Camping	24,86 €	-	24,86 €
TOTAL	50,30 €	47,19 €	54,80 €

CARTAGENA. GASTO MEDIO TOTAL DIARIO			
Tipo de Alojamiento	Total	Españoles	Extranjeros
Hotel	61,33 €	64 €	58 €
Vivienda alquilada	25 €	25 €	-
Vivienda propia o prestada	27,45 €	25,97 €	45,50 €
Camping	35,38 €	51 €	33,14 €
TOTAL	34,66 €	31,51	46,17 €

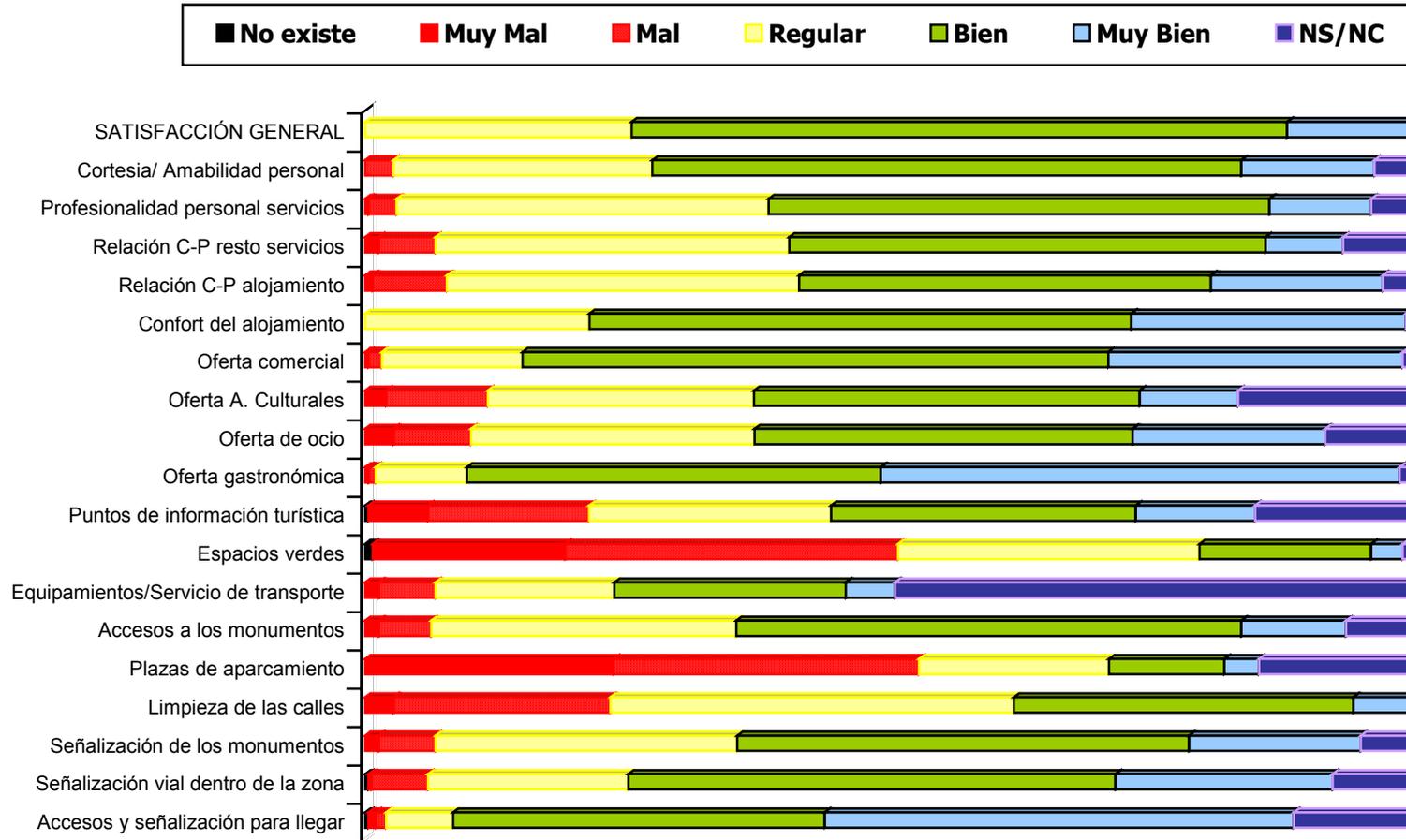
LORCA. GASTO MEDIO TOTAL DIARIO			
Tipo de Alojamiento	Total	Españoles	Extranjeros
Hotel	92,28 €	97,7 €	67,33 €
Vivienda alquilada	45,94 €	44,05 €	49,08 €
Vivienda propia o prestada	39,32 €	38,09 €	45,27 €
Camping	34,24 €	27,17 €	43,67 €
TOTAL	55,99 €	57,21 €	51,43 €



8. PERCEPCIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Se ha sometido a la valoración de los encuestados 18 servicios turísticos, o relacionados con la prestación de un servicio turístico, y la valoración general de su estancia en la Región. A continuación presentamos un cuadro resumen de las valoraciones realizadas y un gráfico de las mismas.

Servicio	No existe	Muy Mal	Mal	Regular	Bien	Muy Bien	NS/NC
Accesos y señalización para llegar	-	0,7 %	1 %	6,4 %	35,5 %	44,8 %	11,7 %
Señalización vial dentro de la zona	0,3 %	0,3 %	5,4 %	19,1 %	46,5 %	20,7 %	7,7 %
Señalización de los monumentos	-	1,3 %	5,4 %	28,8 %	43,1 %	16,4 %	5 %
Limpieza calles	-	2,7 %	20,7 %	38,5 %	32,4 %	5,7 %	-
Plazas aparcamiento	-	23,7 %	29,1 %	18,1 %	11 %	3,3 %	14,7 %
Accesos a los principales monumentos	-	1,3 %	5 %	29,1 %	48,2 %	10 %	6,4 %
Equipamientos y servicio de transporte	-	1,3 %	5,4 %	17,1 %	22,1 %	4,7 %	49,5 %
Espacios verdes	0,7 %	18,4 %	31,8 %	28,8 %	16,4 %	3 %	1 %
Puntos información turística	0,3 %	5,7 %	15,4 %	23,1 %	29,1 %	11,4 %	15,1 %
Oferta gastronómica	-	0,3 %	0,7 %	8,7 %	39,5 %	49,5 %	1,3 %
Oferta de ocio	-	2,7 %	7,4 %	27,1 %	36,1 %	18,4 %	8,4 %
Oferta actividades culturales	-	2 %	9,7 %	25,4 %	36,8 %	9,4 %	16,7 %
Oferta comercial	-	0,3 %	1,3 %	13,4 %	55,9 %	28,1 %	1 %
Confort alojamiento	-	-	-	21,4 %	51,7 %	26,2 %	0,7 %
Relación Calidad-precio alojamiento	-	0,7 %	7,1 %	33,6 %	39,3 %	16,4 %	2,9 %
Relación Calidad-precio resto servicios	-	1,3 %	5,4 %	33,8 %	45,5 %	7,4 %	6,7 %
Profesionalidad personal servicios	-	0,3 %	2,7 %	35,5 %	47,8 %	9,7 %	4 %
Cortesía, amabilidad personal servicios	-	-	2,7 %	24,7 %	56,2 %	12,7 %	3,7 %
SATISFACCIÓN GENERAL	-	-	-	25,4 %	62,5 %	12 %	-





Ponderando los valores registrados por cada uno de los servicios analizados podemos obtener una clasificación de los mismos en función de la valoración realizada por los usuarios de los mismos. Los valores que hemos asignado a cada una de las valoraciones son los siguientes:

No existe	Muy Mal	Mal	Regular	Bien	Muy Bien
0	1	2	3	4	5

Se ha considerado que la valoración *No existe* es la más baja de todas y por esa razón se le asigna el valor más bajo.

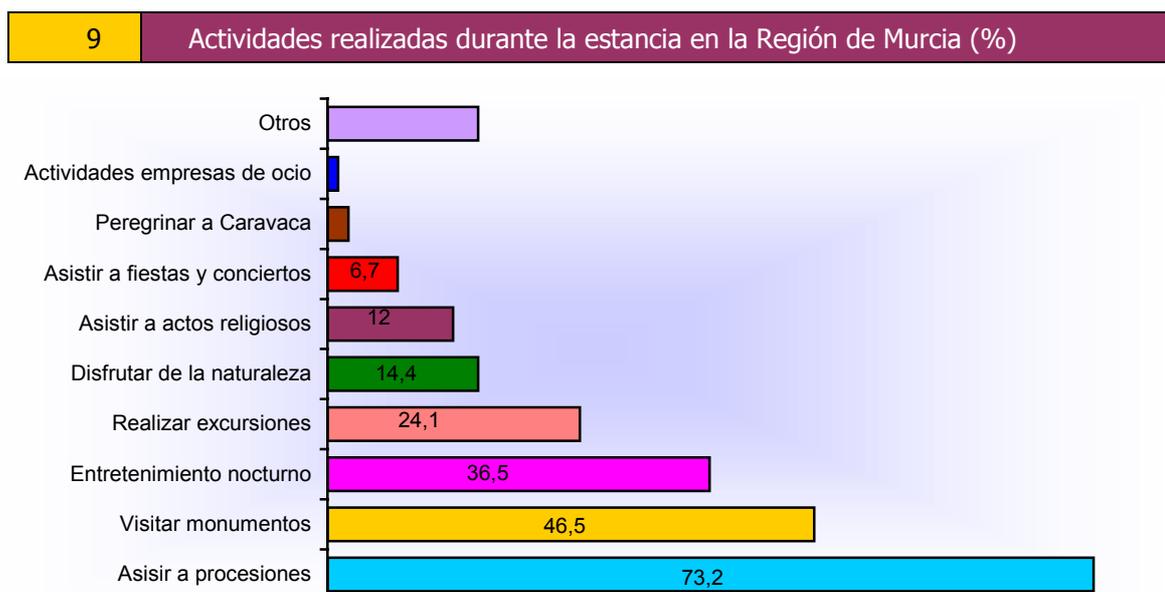
Teniendo en cuenta estas consideraciones, a continuación se presenta, en sentido ascendente, el ranking de clasificación de los servicios analizados.

SERVICIO	Puntos
Plazas de aparcamiento	2,3
Espacios verdes	2,5
Limpieza de calles	3,2
Puntos de información turística	3,3
Equipamientos y servicios de transporte	3,5
Oferta de actividades culturales	3,5
Relación calidad-precio resto de servicios	3,6
Accesos a los principales monumentos	3,6
Relación calidad-precio en alojamiento	3,7
Oferta de ocio	3,7
Profesionalidad del personal de servicios	3,7
Señalización de los monumentos	3,7
Cortesía, amabilidad personal de servicios	3,8
Señalización vial dentro de la zona	3,9
Confort del alojamiento	4
Oferta comercial	4,1
Oferta gastronómica	4,4
Accesos y señalización para llegar	4,4
SATISFACCIÓN GENERAL	3,9



9. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA ESTANCIA

Dado el marco geográfico y la época en la que se ha realizado el estudio, la actividad más realizada por los turistas entrevistados ha sido *asistir a procesiones* (73,2%). A continuación se sitúan *visitar monumentos* (46,5%), *entretenimiento nocturno* (36,5%) y *realizar excursiones* (24,1%).



Visitar monumentos ha sido una actividad realizada en mayor porcentaje por los turistas que visitan la Región exclusivamente en Semana Santa que por los que la visitan en varias épocas del año (61,8% frente al 40%).

Los turistas residentes en la Región (75%) y el resto de españoles (78,8%) han asistido a procesiones en un porcentaje muy superior a los extranjeros (61,9%). Sin embargo, estos últimos han visitado monumentos en mayor proporción (64,3%) a los turistas residentes en la Región (14,1%) y al resto de españoles (50,3%).

También merece ser destacado que mientras entre los turistas alojados en *hoteles* el porcentaje de asistentes a procesiones y de visitantes de monumentos ha sido idéntico (79,2%), entre los turistas alojados en *viviendas* el porcentaje de asistentes a procesiones (73,1%) ha sido muy superior al de visitantes de monumentos (24%).

Distribución por zonas

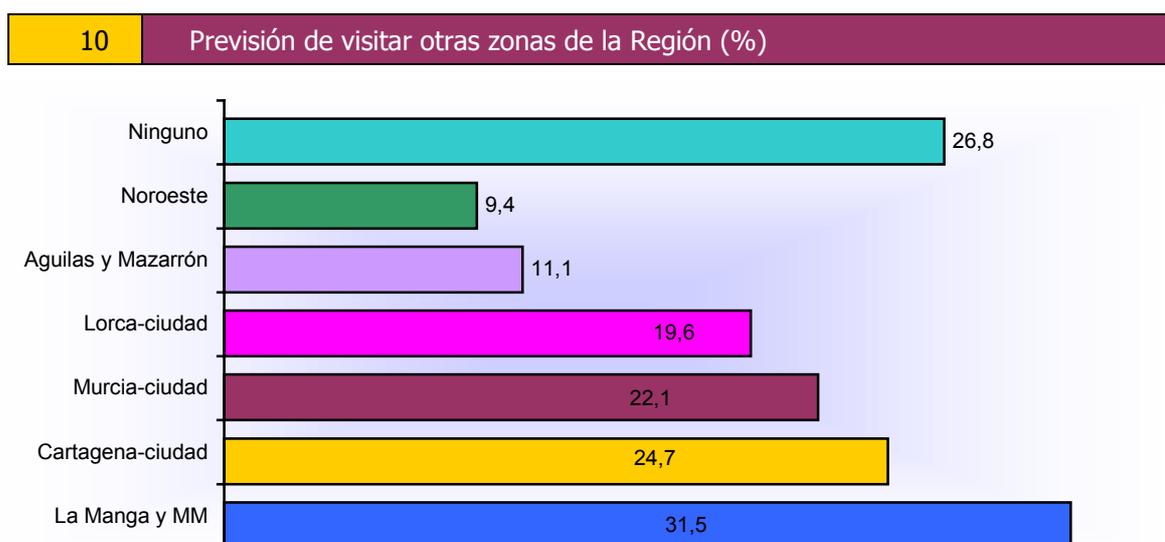
En función de la ciudad, se aprecia que entre los alojados en Cartagena el porcentaje de asistentes a procesiones multiplica por tres el de visitantes de monumentos; entre los alojados en Lorca lo multiplica solamente por dos y entre los alojados en la ciudad de Murcia solamente lo supera en un 5%.



	Asistir a procesiones	Vistar monumentos	Diversión nocturna	Realizar excursiones	Disfrutar naturaleza	Actos religiosos	Fiestas y conciertos
Murcia	72,5%	67,5%	20%	17,5%	3,8%	12,5%	3,8%
Cartagena	81,4%	25,6%	58,1%	24,4%	23,3%	12,8%	11,6%
Lorca	84,3%	43,1%	25,5%	13,7%	9,8%	19,6%	7,8%

10. VISITAS A OTRAS ZONAS DE LA REGIÓN

Las zonas que registran una mayor proporción de excursiones previstas durante la Semana Santa son *La Manga y el Mar Menor* (31,5%), *Cartagena* (24,7%), *Murcia* (22,1%) y *Lorca* (19,6%) si bien existe un porcentaje significativo (26,8%) que no tenía previsto visitar otros puntos de la Región diferentes de aquellos en los que estaban alojados.



En general, son los turistas que visitan la Región sólo en Semana Santa los que manifiestan un mayor interés en conocer otras zonas de la Región de Murcia.

Los turistas *residentes* en otras comunidades autónomas (74,2%) son los que en mayor proporción han manifestado su intención de visitar otras zonas de la Región, seguidos de los extranjeros (71,4%).

Los turistas alojados en *hoteles* declaran en mayor medida su intención de visitar otras zonas (75,5%) que los alojados en *viviendas* (71,3%) y *camping* (66,7%).



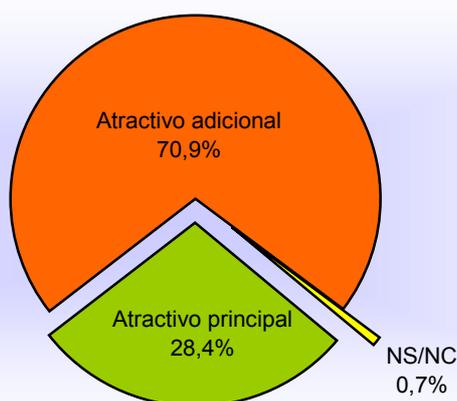
Son especialmente los turistas alojados en la ciudad de *Cartagena* (75,9%) los que en un porcentaje superior tienen intención de visitar otras zonas de la Región, seguidos de los alojados en la ciudad de *Murcia* (68,1%) y en la de *Lorca* (67,7%).

11. ATRACTIVO DE LOS DESFILES PROCESIONALES

Para algo más de la cuarta parte de los turistas entrevistados (28,4%) los desfiles procesionales han constituido el motivo principal de su desplazamiento a la Región. Además, para una gran mayoría (70,9%), los desfiles procesionales han constituido un atractivo adicional para dicho desplazamiento.

11

Atractivo de los desfiles procesionales



Para los turistas residentes en otras comunidades autónomas los desfiles procesionales han tenido mucho mayor atractivo (29,8%) que para los residentes en el extranjero (11,9%).

Por otra parte, cuantos menos días ha pasado un turista en la Región mayor ha sido el porcentaje de los que han considerado a los desfiles procesionales el atractivo principal para desplazarse: 32,9% entre los que han disfrutado de *hasta tres días* frente a un 18,8% de los que lo han hecho de *ocho a diez días*.

También es de destacar el diferente atractivo en función de la ciudad de alojamiento: frente a un 49% de turistas alojados en *Lorca* y a un 40,7% de alojados en *Cartagena* para los que los citados desfiles han sido el atractivo principal, nos encontramos con solamente un 18,8% de alojados en *Murcia* que así lo han considerado.

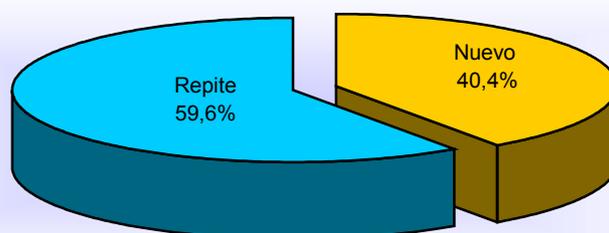


12. TURISTAS NUEVOS / TURISTAS REPETIDORES

El turismo religioso de Semana Santa ha sido capaz de atraer a la Región un gran número de turistas. El 40,4% de los encuestados ha visitado la Región por vez primera. Este porcentaje es muy superior al de los turistas nuevos que ha atraído el turismo de costa en las mismas fechas (24,3%).

12

Turistas nuevos / repetidores



El perfil de estos turistas que han visitado por primera vez la Región de Murcia se puede sintetizar como sigue:

- Suele tener siempre vacaciones en Semana Santa,
- Residente en un país extranjero,
- Desplazado con su familia,
- La duración de su estancia ha sido de hasta siete días,
- Se ha alojado en hoteles.

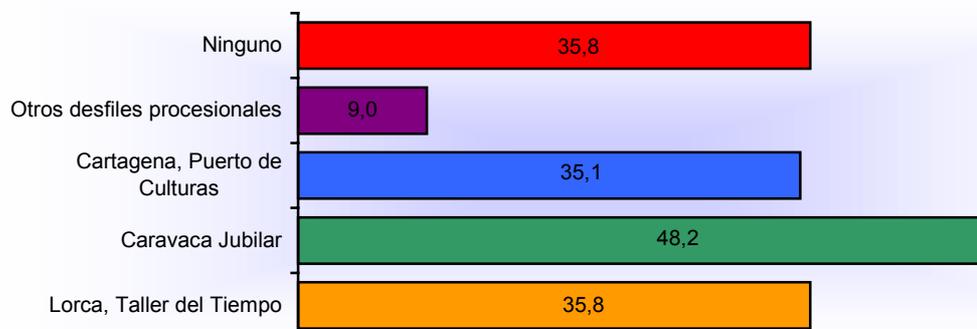
13. GRADO DE CONOCIMIENTO DE OTROS EVENTOS CULTURALES

Cuando se les ha preguntado a los turistas por su conocimiento de otros eventos un 48,2% ha manifestado conocer *Caravaca Jubilar*, seguido de *Lorca*, *Taller del Tiempo* (35,8%) y *Cartagena*, *Puerto de Culturas* (35,1%). Solamente un tercio de ellos (35,8%) ha contestado que no conoce ninguno.



13

Conocimiento de otros eventos culturales (%)



Lógicamente, los turistas residentes en la Región conocen cualquiera de los tres eventos citados anteriormente en mayor porcentaje que los residentes en otras regiones y éstos en mayor porcentaje que los extranjeros. El evento más conocido por los tres colectivos es, con gran diferencia, Caravaca Jubilar. Solamente entre los extranjeros, el porcentaje de conocimiento de dicho evento y de Lorca, Taller del Tiempo es similar.

En función del tipo de alojamiento utilizado, el mayor conocimiento de cualquiera de los tres eventos lo encontramos entre los alojados en *viviendas* y el menor en *camping*, siendo la diferencia entre ambos de casi cuarenta puntos en el caso del evento Cartagena, Puerto de Culturas y más reducida, pero significativa, en los otros dos casos.

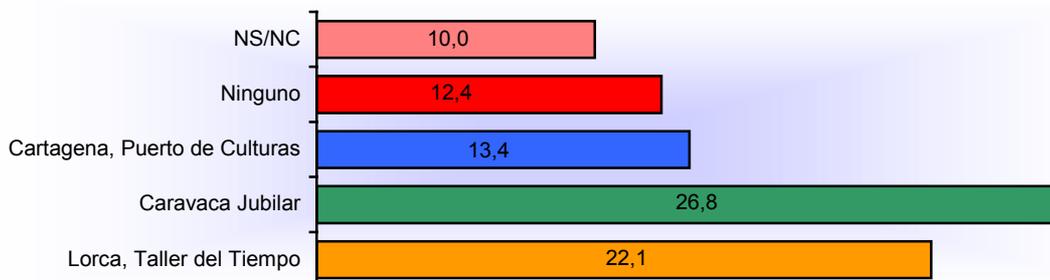
Los tres eventos son más conocidos entre los turistas alojados en la ciudad de Lorca que entre los alojados en las otras dos ciudades. Resulta significativo que mientras un 49% de los turistas alojados en Lorca conocen el proyecto Cartagena, Puerto de Culturas, dicho porcentaje solamente llegue al 32,6% entre los alojados en la misma ciudad de Cartagena.

14. INTENCIÓN DE VISITAR OTROS EVENTOS CULTURALES

Los turistas entrevistados manifiestan en su mayor parte tener intención de visitar alguno de los tres eventos culturales indicados. El evento con un porcentaje más alto de turistas con interés en su visita es *Caravaca Jubilar* (26,8%), seguido de *Lorca, Taller del Tiempo* (22,1%) y *Cartagena, Puerto de Culturas* (13,4%).



14 Intención de visitar los eventos culturales (%)



Si comparamos el porcentaje de conocimiento con la intención de visitar los citados eventos culturales podemos comprobar que cuanto menos conocido es un evento menor capacidad de captar intención de visitar alcanza entre los que lo conocen:

	Lorca, Taller del Tiempo	Caravaca Jubilar	Cartagena, Puerto de Culturas	Ninguno
Conocen	35,8%	48,2%	35,1%	35,8%
Intención de visitar	22,1%	26,8%	13,4%	12,4%
Factor de conversión	1,62	1,80	2,62	-

Tal y como podemos apreciar, mientras que entre los que conocen la existencia de *Cartagena, Puerto de Culturas* es necesario casi tres turistas para que uno de ellos tenga intención de visitar dicho evento, dicho ratio se reduce a algo menos de dos en el caso de *Caravaca Jubilar* y a poco más de 1,5 en el de *Lorca, Taller del Tiempo*.

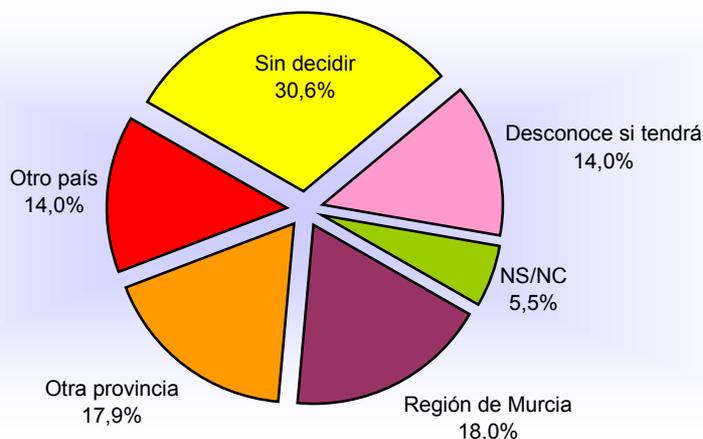
15. VERANO 2003

La mayoría de los turistas consultados (30,6%), de entre los residentes en el extranjero y en otras comunidades autónomas, no tiene aún decidido el destino de sus próximas vacaciones de verano. No obstante, un 18% de los entrevistados si tiene ya decidido que será la Región de Murcia.



15

Destino próximas vacaciones de verano



Si tomamos en consideración la circunstancia según la cual existe un importante porcentaje de encuestados que disponen de vivienda propia o prestada, la situación cambia. Para comprobarlo hemos separado la decisión de volver a disfrutar de sus vacaciones en la Región en dos grandes bloques: los turistas que han venido a vivienda propia o prestada y los que han venido a hotel o a vivienda alquilada. El resultado es el siguiente:

	Vivienda propia	Vivienda prestada	Hotel	Camping
Porcentaje de repetición en la Región las próximas vacaciones	50	40,5	7,1	2,4

O dicho de otra manera: el 18% de turistas que ya tiene decidida su intención de volver de vacaciones este próximo verano a la Costa Cálida está compuesto por un 90,5% de usuarios de vivienda propia o prestada y un 9,5% de turistas con total libertad para elegir el destino de sus próximas vacaciones.

Ahora bien, esta tasa de fidelización debe ser analizada a la vista del importante porcentaje de turistas que manifiesta que aún no tienen decidido el destino de sus próximas vacaciones (30,6%), ha contestado *no sé si tendré vacaciones* (14%) o *NS/NC* (5,5%). Es decir, un porcentaje muy superior al de los que tienen decidido volver de vacaciones a la Región de Murcia este próximo verano.