
Estudio sobre el comportamiento de la demanda de turismo religioso en la Región de Murcia. Caravaca Jubilar. Primavera 2003



Región de Murcia
Consejería de Turismo y
Ordenación del Territorio

Unidad de Estudios y Estadística – Secretaría General

MURCIA
turística



INDICE

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



0. INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo principal el análisis de los aspectos más relevantes del comportamiento de la demanda de turismo religioso atraída por la celebración del Año Santo Jubilar en la ciudad de Caravaca de la Cruz.

Desde la Unidad de Estudios y Estadística de la Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio se ha diseñado una encuesta específica con el fin de recoger las peculiaridades de este evento. A lo largo de los meses de Abril y Mayo se han realizado 200 entrevistas personales a turistas tanto españoles como extranjeros, siendo los lugares escogidos para las entrevistas las inmediaciones de espacios de interés cultural, así como las zonas de paso y disfrute de turistas en el casco urbano de Caravaca de la Cruz.

1. PERFIL DEL TURISTA Y CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Considerando los criterios expuestos en el punto anterior, las principales características de la muestra encuestada son las siguientes:

1.1. Lugar de residencia habitual

R. de Murcia	Resto España	Extranjero
18,5%	65,5%	16,0%

Procedencia de los turistas españoles

Comunidad Valenciana	Madrid	Cataluña	Castilla-La Mancha	Andalucía	Castilla y León	Aragón
29%	15%	13%	13%	8%	5%	5%

Procedencia de los turistas extranjeros

Reino Unido	Alemania	Francia	Portugal	Bélgica	Holanda	Suiza
16%	16%	13%	10%	10%	10%	10%



1.2. Con quién realizó el viaje

Solo	Con familia	Con amigos
4,5%	75,0%	20,5%

1.3. Número de personas con las que se ha desplazado

2	3-4	5-6	7 y +
43,9%	34,6%	8,4%	13,1%

1.4. Duración de la estancia

1-2 días	3 días	4-5 días	6-10 días	Más 10 días
21,0%	21,5%	26,5%	12,0%	19,0%

1.5. Tipo de alojamiento utilizado

Hotel	Vivienda propia (1)	Vivienda alquilada	Camping	Casa rural	Apartam. Tco. Oficial	Otro
37,0%	34,5%	1,5%	9,5%	11,5%	3,0%	3,0%

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

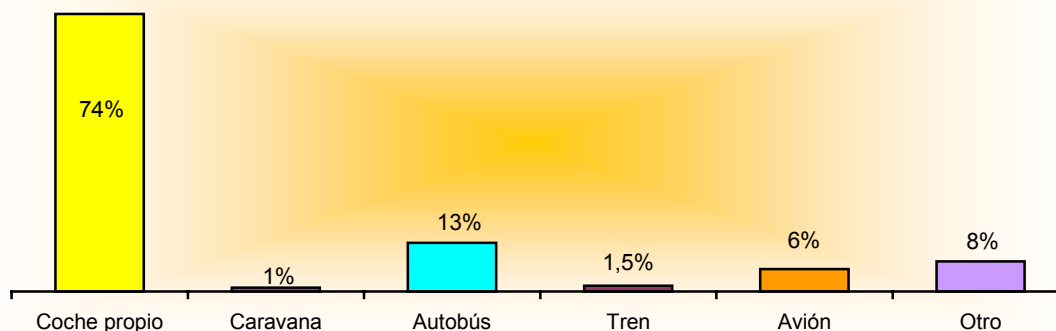
2. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Tres de cada cuatro turistas encuestados en Caravaca de la Cruz viajaron a la Región de Murcia en *coche propio*, seguidos de los que eligieron el *autobús* (13%). Entre este tipo de turistas el uso del *avión* como medio de desplazamiento es bastante inferior (6%) al que hacen los turistas de procesiones (17,4%) y de costa (8,7%) en fechas similares.



2

Medio de transporte utilizado



De los usuarios de avión como medio de transporte, el 83,3% son *extranjeros*. Por otra parte, hay que señalar que el apartado 'otro' recoge el porcentaje de turistas (todos ellos *residentes en la Región de Murcia*) que se han desplazado hasta Caravaca de la Cruz andando, en peregrinación.

Aquellos turistas que han viajado *solos* hasta la Ciudad Santa han utilizado en un porcentaje similar el coche propio y el autobús, y son los que en mayor proporción lo han hecho andando. Por el contrario, los *grupos familiares* han hecho un mayor uso del coche propio. Y entre los que se han desplazado *con amigos* menos de la mitad lo han hecho en su propio vehículo, habiendo llegado un porcentaje importante de ellos andando.

Siendo el coche propio el medio más utilizado, su uso ha variado mucho en función de la estancia. Así, mientras que el 92,5% de quienes han permanecido *4 o 5 días* han optado por él, dicho porcentaje baja hasta el 61,2% entre aquellos cuya estancia ha sido igual o inferior a *tres días*. Es entre estos últimos donde mayor porcentaje de peregrinos caminantes se puede encontrar.

Los turistas alojados en *hoteles* son los que en mayor proporción han utilizado medios alternativos al coche propio. Entre los hospedados en albergues figuran los mayores porcentajes de turistas que han llegado andando.

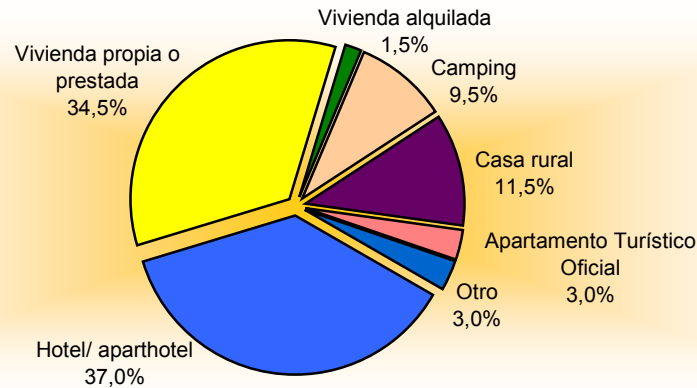
3. TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO

La mayor parte de los viajeros que llegan a Caravaca de la Cruz se hospeda en *hoteles* (37%), seguidos de los que se alojan en una *vivienda propia o prestada* (34,5%) y de los que prefieren una *casa rural* (11,5%) o un *camping* (9,5%).



3

Tipo de alojamiento utilizado



Los turistas que visitan la Región en varias épocas del año utilizan preferentemente una vivienda como tipo de alojamiento (40,8%), mientras que los que la visitan solamente en esta época del año hacen un mayor uso del hotel (50%).

Contrariamente a lo registrado por las encuestas de costa y de procesiones, son los turistas *españoles* los que en mayor porcentaje se han alojado en hoteles. Los *extranjeros*, en cambio, han preferido mayoritariamente la vivienda como tipo de alojamiento (65,6%). Los usuarios de casas rurales han sido principalmente turistas *residentes en la Región de Murcia*.

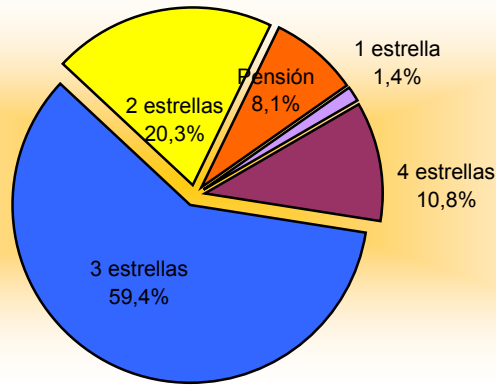
Para disfrutar de *estancias cortas*, de hasta tres días, el tipo de establecimiento más utilizado ha sido el hotel, seguido de la vivienda, mientras que las casas rurales han constituido el alojamiento en las estancias de *cuatro a siete días*.

4. CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO

De los turistas alojados en hoteles, la mayoría ha elegido establecimientos de *tres* (59,4%) y *dos estrellas* (20,3%), seguidos de los que han optado por hoteles de *cuatro estrellas* (10,8%).



4 Categoría del establecimiento hotelero utilizado



Los turistas *residentes en la Región de Murcia* han utilizado preferentemente hoteles de tres y dos estrellas, al igual que los residentes en *otras comunidades autónomas*, aunque estos últimos con porcentajes más altos. Por el contrario, los *extranjeros* han preferido establecimientos de cuatro y tres estrellas.

La duración de la estancia presenta como resultado más significativo el hecho de que los hoteles de superior categoría (3 y 4 estrellas) son elegidos bien en estancias cortas, de *hasta 3 días*, o bien en estancias más prolongadas, de *más de 10 días*.

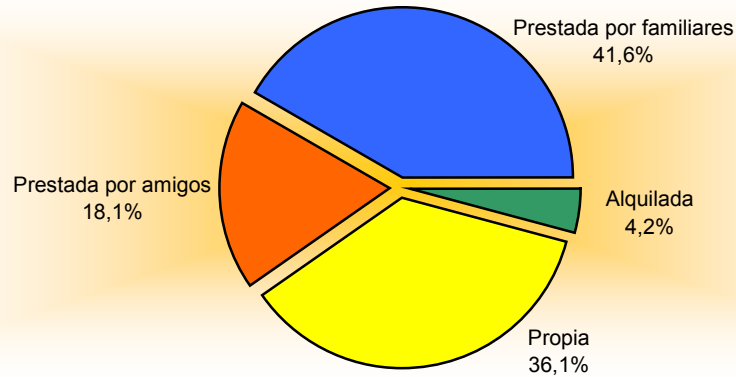
Entre los visitantes de Caravaca alojados en las ciudades de *Murcia* y *Lorca* la categoría de hotel preferida ha sido la de cuatro estrellas, mientras que entre los alojados en el *Noroeste* han optado por los establecimientos de tres y dos estrellas.

5. TIPO DE VIVIENDA UTILIZADA

Como se ha visto anteriormente el 36% de los turistas que han peregrinado a Caravaca de la Cruz durante los meses de Abril y Mayo se han alojado en una vivienda. En la mayoría de los casos dicha vivienda ha sido prestada por familiares (41,6%), prestada por amigos (18,1%) o propia (36,1%) y solamente el 4,2% la ha alquilado.



5 Tipo de vivienda utilizada

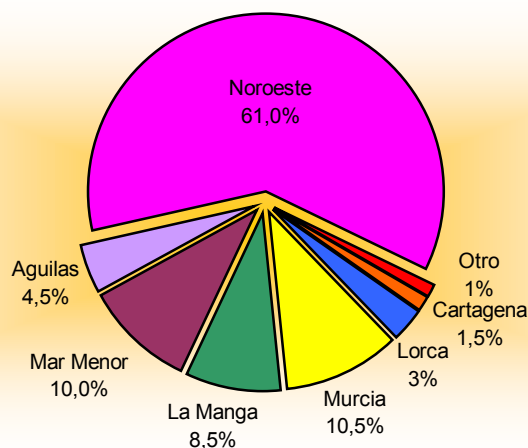


Han sido los *extranjeros* los que en mayor proporción han utilizado tanto una vivienda propia como una prestada por amigos. Sin embargo, entre los *turistas españoles* el tipo de vivienda que destaca es la prestada por familiares y la vivienda propia.

6. ÁREA EN LA QUE ESTÁN ALOJADOS LOS TURISTAS

Pese a haber realizado todas las encuestas en el municipio de Caravaca de la Cruz, solamente el 61% de los turistas entrevistados se encontraban alojados en la comarca del Noroeste.

6 Área de alojamiento



Los turistas *residentes en la Región de Murcia* que han peregrinado a Caravaca de la Cruz se han alojado en su totalidad en la comarca del Noroeste, mientras que los residentes en *otras comunidades*, aunque también han elegido mayoritariamente dicha comarca (61,4%) han reflejado una mayor dispersión: el Mar Menor (13%) y la ciudad de Murcia (11,5%). Esta dispersión es aún



mayor entre los *extranjeros* para los que Águilas, La Manga y la ciudad de Murcia superan al Noroeste como áreas de alojamiento.

Los turistas hospedados en hotel se encuentran en todas las áreas analizadas, aunque sólo son mayoritarios entre los alojados en el Noroeste (54,1%). Sin embargo los usuarios de camping solamente figuran entre los alojados en el Noroeste, Águilas y Mar Menor. Por su parte, todos los que optaron por una casa rural se alojaron en el Noroeste.

7. GASTO MEDIO REALIZADO

De los 200 turistas entrevistados 181 han respondido a las preguntas sobre el gasto. Se trata de un porcentaje similar (90,5%) al registrado al analizar el turismo de costa y el de procesiones en la Semana Santa, y superior al considerado habitual en este tipo de estudios.

Según las estimaciones efectuadas, se considera que el *gasto medio total diario* de los turistas que han peregrinado hasta Caravaca de la Cruz a lo largo de los meses de Abril y Mayo alcanzó los 48,57 €. Esto supone un gasto similar al registrado en el turismo de procesiones (47,90 €) y superior al registrado también en Semana Santa en la Costa Cálida (44,48 €). Sin embargo, a diferencia de lo ocurrido en estos otros tipos de turismo, en la peregrinación a Caravaca a penas cabe distinguir diferencias entre el gasto de los turistas *españoles* (48,86 €) y el de los *extranjeros* (47,09 €).

A aquellos que se hospedaron en *hoteles* corresponde el mayor gasto total diario, 75,18 euros, mucho más de lo que gastaron quienes utilizaron otros medios de alojamiento.

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA			
Tipo de Alojamiento	Total	Españoles	Extranjeros
Hotel	75,18 €	75,03 €	76,25 €
Vivienda alquilada	40,50 €	33,00 €	44,25 €
Vivienda propia o prestada	31,33 €	29,79 €	35,85 €
Camping	25,97 €	23,61 €	28,83 €
Casa rural	37,67 €	37,67 €	--
Apartamento turístico oficial	55,39 €	55,39 €	--
TOTAL	48,57 €	48,86 €	47,09 €

El *alojamiento* constituye el concepto de gasto al cual se destina una mayor cuantía. Los turistas que más dinero destinaron a esta partida son los hospedados en *hotel*, con una media de 31,80 euros por persona y día, seguidos de quienes alquilan una *casa rural* o un *apartamento turístico oficial*, con 16,81 euros. Por el contrario, los usuarios de *camping*, con 7,74 euros de



gasto, son los que menos pagaron por su alojamiento. Lógicamente, los alojados en su *propia vivienda* o en una *prestada* declaran no gastar nada en este concepto.

GASTO MEDIO EN ALOJAMIENTO POR PERSONA Y DÍA			
Tipo de Alojamiento	Total	Españoles	Extranjeros
Hotel	31,80 €	30,82 €	38,75 €
Vivienda alquilada	8,67 €	8,00 €	9,00 €
Camping	7,74 €	7,31 €	10,97 €
Casa rural	16,80 €	16,80 €	--
Apartamento turístico oficial	16,81 €	16,81 €	--
TOTAL	24,31 €	23,69 €	29,16 €

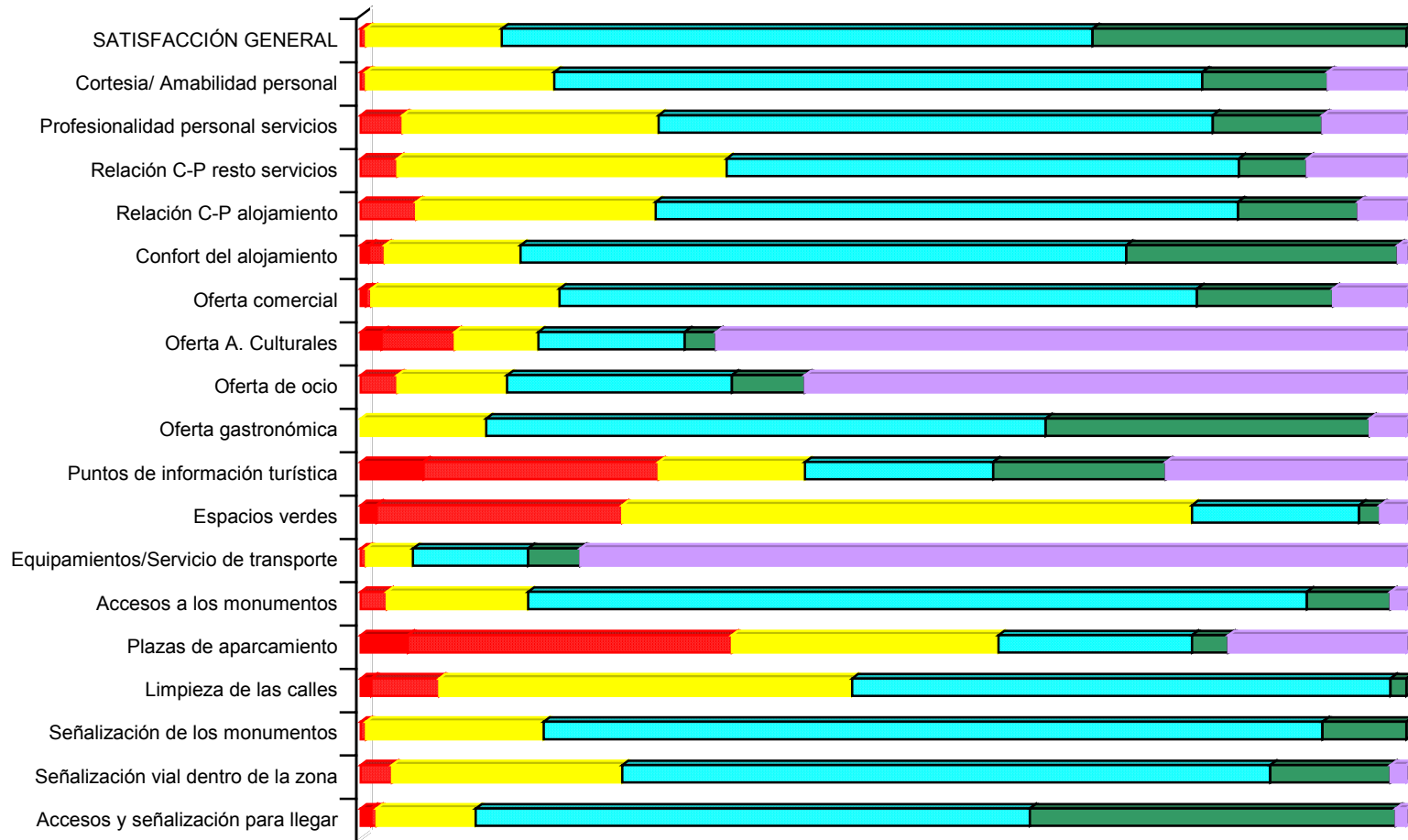
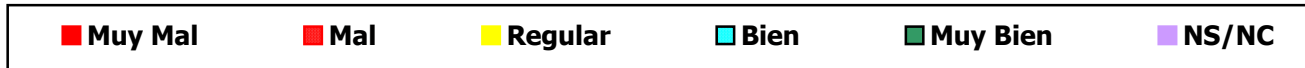
Si comparamos estas cifras con las obtenidas en las encuestas de costa y de ciudades, también en Semana Santa, se observa que el gasto en alojamiento de los turistas que peregrinaron a Caravaca es, por término medio, 2 € más bajo que el de los turistas de Murcia, Cartagena y Lorca y hasta 5 euros menos que lo que gastaron los turistas de la Costa Cálida.



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	-	1 %	0,5 %	9,5 %	53 %	35 %	1 %
Señalización vial dentro de la zona	-	-	3 %	22 %	62 %	11,5 %	1,5 %
Señalización de los monumentos	-	-	0,5 %	17 %	74,5 %	8 %	-
Limpieza calles	-	1 %	6,5 %	39,5 %	51,5 %	1,5 %	-
Plazas aparcamiento	-	4,5 %	31 %	25,5 %	18,5 %	3,5 %	17 %
Accesos a los principales monumentos	-	-	2,5 %	13,5 %	74,5 %	8 %	1,5 %
Equipamientos y servicio de transporte	-	-	0,5 %	4,5 %	11 %	5 %	79 %
Espacios verdes	-	1,5 %	23,5 %	54,5 %	16 %	2 %	2,5 %
Puntos información turística	-	6 %	22,5 %	14 %	18 %	16,5 %	23 %
Oferta gastronómica	-	-	-	12 %	53,5 %	31 %	3,5 %
Oferta de ocio	-	-	3,5 %	10,5 %	21,5 %	7 %	57,5 %
Oferta actividades culturales	-	2 %	7 %	8 %	14 %	3 %	66 %
Oferta comercial	-	0,5 %	0,5 %	18 %	61 %	13 %	7 %
Confort alojamiento	-	0,8 %	1,5 %	13 %	58 %	26 %	0,8 %
Relación Calidad-precio alojamiento	-	-	5,3 %	22,9 %	55,7 %	11,5 %	4,6 %
Relación Calidad-precio resto servicios	-	-	3,5 %	31,5 %	49 %	6,5 %	9,5 %
Profesionalidad personal servicios	-	-	4 %	24,5 %	53 %	10,5 %	8 %
Cortesía, amabilidad personal servicios	-	-	0,5 %	18 %	62 %	12 %	7,5 %
SATISFACCIÓN GENERAL	-	-	0,5 %	13 %	56,5 %	30 %	-





Ponderando los valores registrados por cada uno de los servicios analizados podemos obtener una clasificación 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 peor 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.

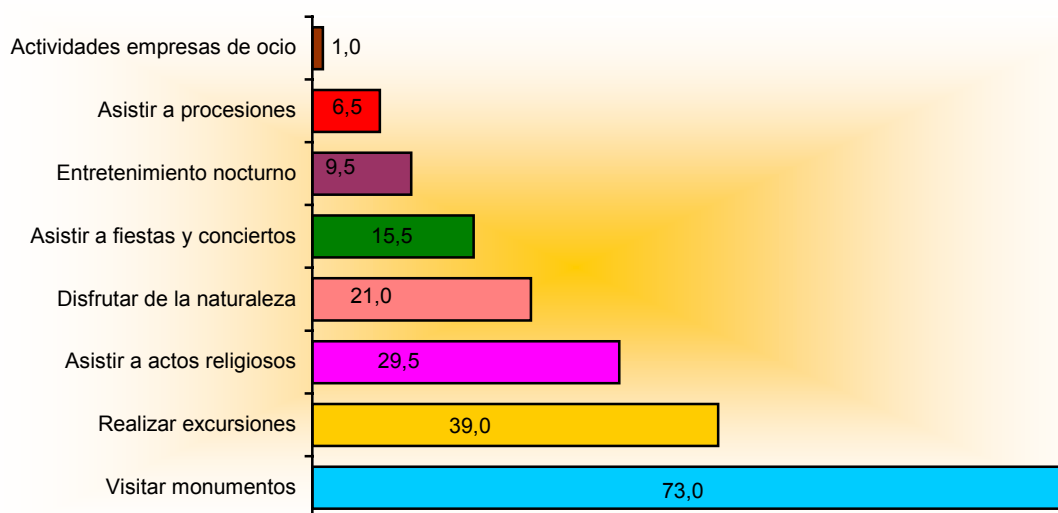
SERVICIO	Puntos
Plazas aparcamiento	2,8
Espacios verdes	2,9
Puntos de información turística	3,2
Oferta de actividades culturales	3,3
Limpieza de calles	3,5
Relación Calidad-precio resto servicios	3,7
Oferta de ocio	3,8
Profesionalidad del personal de servicios	3,8
Relación Calidad-precio en alojamiento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



9. ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA ESTANCIA

Teniendo en cuenta el espacio y el periodo de tiempo, inicio del Año Jubilar, en que se ha realizado el trabajo de campo es de destacar que la actividad *visitar monumentos y actividades culturales* ha sido la que mayor porcentaje ha obtenido (73%), multiplicando por 2,5 el porcentaje de turistas que han asistido a *actos religiosos* (29,5%). Buena parte de los turistas que visitaron Caravaca (39%) realizaron *excursiones* a otros lugares.

9 Actividades realizadas durante la estancia en la Región de Murcia (%)



Los turistas residentes en *otras comunidades autónomas* y los *extranjeros* han visitado monumentos en un porcentaje que prácticamente dobla al de los *residentes en la Región*. También es bastante superior el porcentaje de los residentes de fuera de la Región que han realizado excursiones y han disfrutado de la naturaleza. Por el contrario, los turistas *residentes en la Región* superan a los otros dos colectivos en asistencia a actos religiosos, a fiestas y conciertos y a procesiones.

Los turistas alojados en la ciudad de *Murcia* han sido los que mayor preferencia (90,5%) han mostrado por la visita a monumentos. Los alojados en la ciudad de *Cartagena* han realizado excursiones y asistido a procesiones en mayor grado. Los alojados en la ciudad de *Lorca* han sido los que más han asistido a actos religiosos. Por último, los alojados en el *Noroeste* son los que en mayor proporción han optado por disfrutar de la montaña y de la naturaleza.

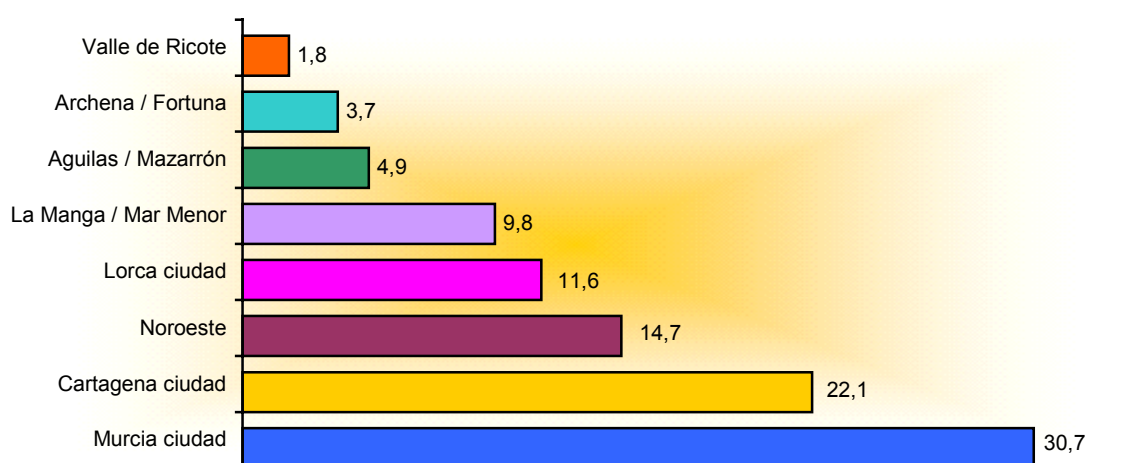


10. VISITAS A OTRAS ZONAS DE LA REGIÓN

Entre las áreas que tenían previsto visitar los turistas destaca la ciudad de Murcia (30,7%), seguida de la ciudad de Cartagena (22,1%), el Noroeste (14,7%) y la ciudad de Lorca (11,6%), si bien existe un porcentaje significativo (49%) que no tenía previsto visitar otros puntos de la Región diferentes de aquellos en los que estaban alojados.

10

Previsión de visitar otras zonas de la Región (%)



Los turistas *extranjeros* son los que presentan una mayor predisposición a visitar otras áreas de la Región (71,9%), seguidos de los residentes en *otras comunidades autónomas* (45,8%). Los turistas *extranjeros* se decantan mayoritariamente por las ciudades de Cartagena y Murcia (53,1% ambas) y, en menor medida, Lorca (31,3%). Los residentes en *otras comunidades* han visitado también las ciudades de Murcia y Cartagena seguidas del Noroeste y La Manga / Mar Menor.

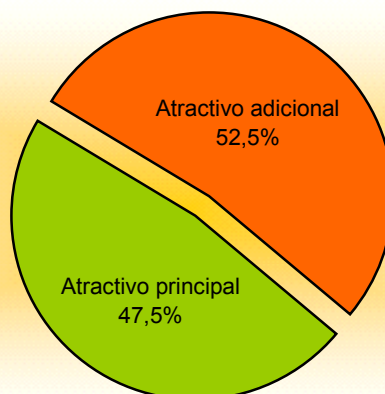
11. ATRACTIVO DE LA PEREGRINACIÓN JUBILAR

Para casi la mitad de los turistas encuestados (47,5%) la *Peregrinación Jubilar* ha constituido el motivo principal de su desplazamiento vacacional a Caravaca de la Cruz.



11

Atractivo de la Peregrinación Jubilar



Para los turistas *residentes en la Región de Murcia* ha constituido el motivo principal de su visita en mayor medida (54,1%) que para los turistas residentes en *otras comunidades* (49,6%). Sin embargo, sólo para uno de cada tres *turistas extranjeros* la peregrinación fue la causa principal de su visita a Caravaca de la Cruz.

Para los turistas que han permanecido *entre 6 y 7 días* (60%) y *hasta tres días* (58,8%) en la Región la Peregrinación Jubilar ha constituido el motivo principal de su desplazamiento en mayor proporción que para los turistas cuya estancia ha sido *de 11 a 15 días* (21,1%) o *de 4 a 5 días* (39,6%)

Ha sido principalmente para los turistas alojados en *hoteles* para los que la Peregrinación Jubilar ha constituido el motivo principal de su desplazamiento (66,2%) y para los alojados en *camping* para los que menos (21,1%), situándose en una posición intermedia (30,4%) los turistas alojados en una *casa rural*.

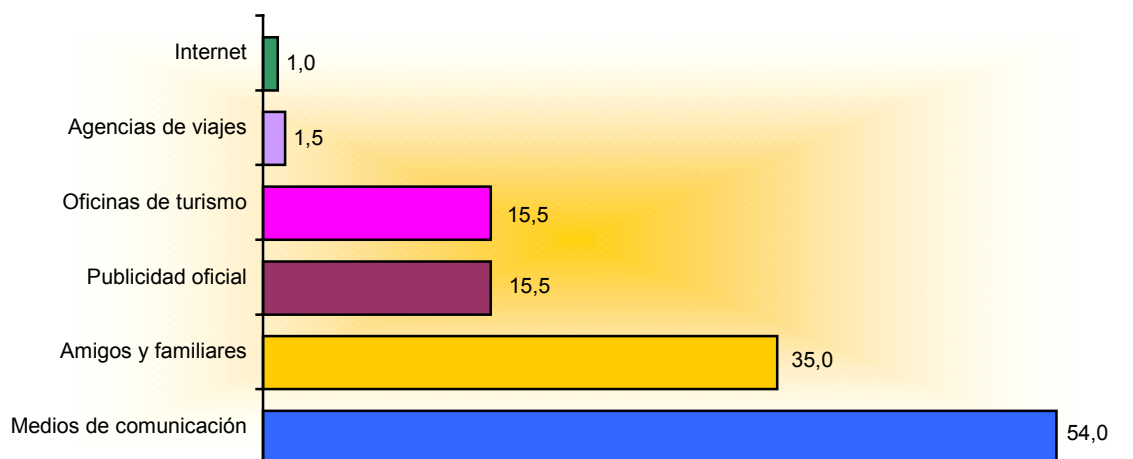
Entre los turistas alojados en las ciudades *de Murcia* (66,7%) y *Cartagena* (60,0%) es superior el porcentaje de los que consideran la Peregrinación Jubilar como motivo principal que entre los alojados en el *Noroeste* (46,7%) y en la ciudad de *Lorca* (33,3%).

12. MEDIO DE CONOCIMIENTO DE LA PEREGRINACIÓN

El principal medio para haber conocido la existencia del Año Jubilar han sido los *medios de comunicación* (54%), seguidos de *amigos y familiares* (35%) y, ya a considerable distancia, la *publicidad oficial* y las *oficinas de turismo* (ambas con un 15,5%). Las *agencias de viajes* e *Internet* apenas han tenido importancia en la difusión del evento.



12 Medio de conocimiento de la peregrinación (%)

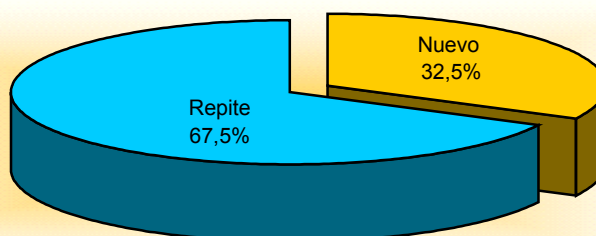


La influencia de los medios de comunicación es intensa entre los turistas *residentes en la Región* (73%) y mucho menor entre los turistas *extranjeros* (34,4%). Entre estos últimos es superior la importancia de los amigos y familiares (46,9%) y también tienen un papel destacado las oficinas de turismo (28,1%). Los turistas residentes en *otras comunidades autónomas* se mantienen en valores próximos a la media general.

13. TURISTAS NUEVOS / TURISTAS REPETIDORES

El porcentaje de turistas que han visitado por primera vez la Región atraídos por el Año Jubilar (32,5%) ha sido inferior al atraído por el turismo religioso de procesiones aunque superior al atraído por el turismo de costa.

13 Turistas nuevos / repetidores



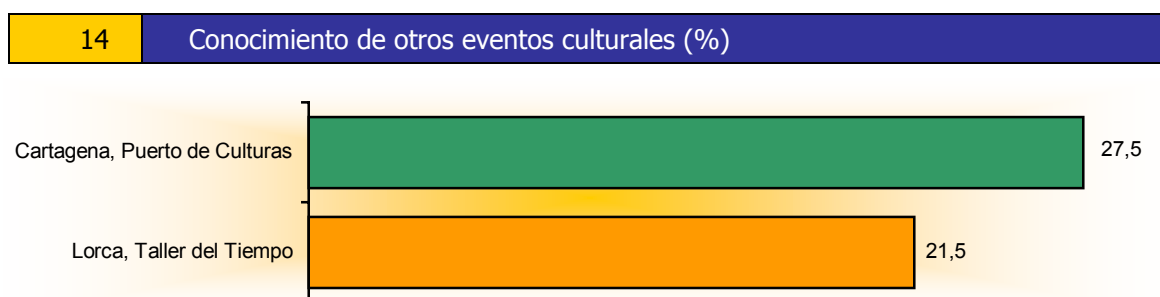
El perfil de estos turistas que han visitado por primera vez la Región de Murcia podemos sintetizarlo como sigue:



- Turista mayoritariamente de esta época del año (61,5%)
- Residente en otra provincia española (78,5%)
- Ha viajado con su familia (76,9%)
- La duración de su estancia ha sido de hasta cinco días (67,7%)
- Se ha alojado mayoritariamente en hoteles (55,4%)
- Ha elegido para alojarse el Noroeste (43,1%)

14. GRADO DE CONOCIMIENTO DE OTROS EVENTOS CULTURALES

Cuando se les ha preguntado a los turistas por su conocimiento de otros eventos que se desarrollan en la Región de Murcia, *Cartagena, Puerto de Culturas* (27,5%) ha resultado el más conocido, con un porcentaje superior que *Lorca, Taller del Tiempo* (21,5%).



Lógicamente, son los turistas *residentes en la Región* los que en mayor porcentaje conocen cualquiera de los dos eventos citados. Solamente el 13,5% de ellos no conoce ninguno de los dos. Tanto para los turistas *españoles* como *extranjeros* el porcentaje de conocimiento de Cartagena, Puerto de Culturas es superior que el de Lorca, Taller del Tiempo.

El nivel de conocimiento de alguno de estos eventos es muy superior entre los clientes alojados en *camping* (47,4%) que entre los alojados en *viviendas* (31,9%), *casas rurales* (30,4%) u *hoteles* (23%).

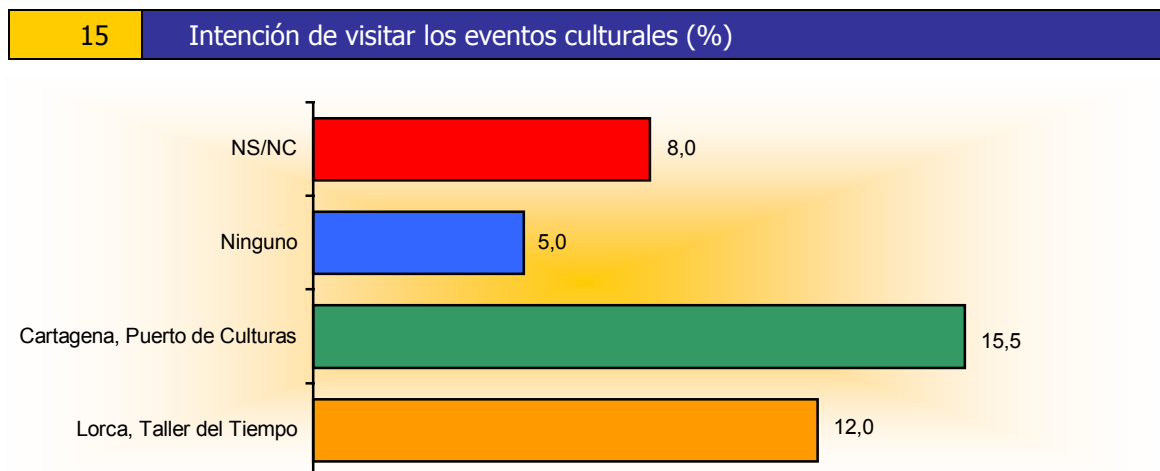
Por su parte todos los clientes alojados en *Cartagena* y *Lorca* conocen los eventos a celebrar en ambas ciudades, mientras que solamente el 37,5% de los alojados en el *Noroeste*, el 35,3% de los alojados en *La Manga*, el 30% de los alojados en el *Mar Menor* y el 14,3% de los alojados en la ciudad de *Murcia* tienen conocimiento de alguno de ellos.

15. INTENCIÓN DE VISITAR OTROS EVENTOS CULTURALES

Del total de turistas entrevistados, tanto el porcentaje de los que manifiestan tener intención de visitar *Cartagena, Puerto de Culturas* (15,5%), como *Lorca, Taller del Tiempo* (12%) es superior al



de los que manifiestan no tener intención de visitar ninguno de ellos (5%) o desconocer si lo harán (8%). El resto declaraba no conocerlos.



Si dividimos el porcentaje de conocimiento de un evento por la intención de visitarlo se obtiene el factor de conversión, que indica el número de turistas que deben conocer un evento para que uno de ellos tenga intención de visitarlo. En general, existen pocas diferencias entre los dos eventos de referencia, si analizamos a los turistas en su conjunto. Así, obtenemos que *Cartagena, Puerto de Culturas* tiene un factor de conversión ligeramente inferior a *Lorca, Taller del Tiempo*.

	Total turistas		
	Conoce	Visita	FC
Lorca, Taller del Tiempo	21,5	12,0	1,79
Cartagena, Puerto Culturas	27,5	15,5	1,77

Pero las diferencias aparecen al realizar el estudio por procedencia de los turistas. De este modo, se puede observar que mientras que todos los turistas *extranjeros* que conocen alguno de los dos eventos indicados han manifestado su intención de visitarlos, dicha intención es más baja en el caso de los turistas *residentes en la Región* y mucho más baja aún en el de los turistas *residentes en otras comunidades autónomas*.

Por otra parte, para los *residentes en la Región*, el factor de conversión de un turista conocedor de un evento en un turista interesado en visitarlo es más alto en el caso de *Cartagena, Puerto de Culturas* que en el de *Lorca, Taller del Tiempo*. Sin embargo, para los *residentes en otras comunidades* el factor de conversión es más alto en el caso de *Lorca, Taller del Tiempo*.



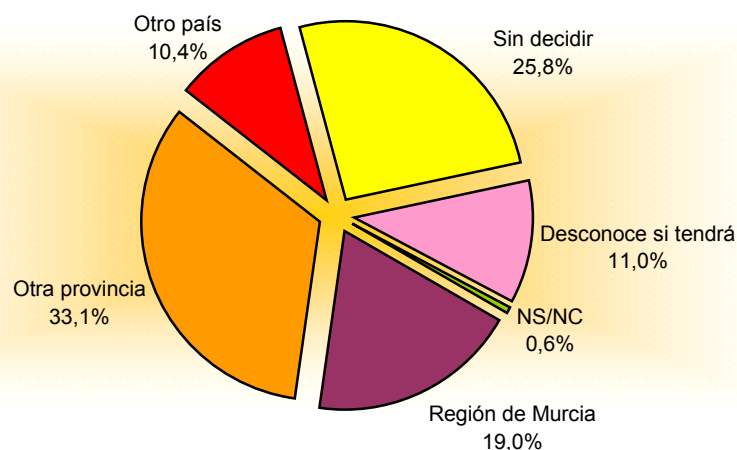
	Región de Murcia			Otras comunidades			Extranjeros		
	Conoce	Visita	FC	Conoce	Visita	FC	Conoce	Visita	FC
Lorca, Taller del Tiempo	75,7	45,9	1,6	8,4	2,3	3,7	12,5	12,5	1,0
Cartagena, Puerto Culturales	83,8	43,2	1,9	12,2	5,3	2,3	25,0	25,0	1,0

16. VERANO 2003

Gran parte de los turistas entrevistados (25,8%), de entre los residentes en el extranjero y en otras comunidades autónomas, no tenía aún decidido el destino de sus próximas vacaciones de verano. No obstante, un 19% de los entrevistados sí tiene ya decidido que será la Región de Murcia.

16

Destino próximas vacaciones de verano



A diferencia de lo que se había constatado en la Costa Cálida, aquí el mayor porcentaje de fidelidad al destino no se produce entre lo que se ha denominado *turistas cautivos* (aquellos que utilizan una vivienda propia o prestada por amigos o familiares), sino que son los usuarios del *camping* como tipo de alojamiento los que mayor fidelidad demuestran al indicar un 42,1% de los mismos su intención de pasar sus próximas vacaciones de verano en la Región de Murcia. Esto se puede apreciar más claramente en el siguiente cuadro.



	Vivienda propia	Vivienda prestada	Hotel	Camping	Casa rural
Porcentaje de repetición en la Región las próximas vacaciones de verano	13,0 %	21,5%	6,8%	42,1%	13,0%

También merece ser destacado que el porcentaje de turistas alojados en *casas rurales* que han manifestado su intención de pasar sus próximas vacaciones de verano en la Región es idéntico al de turistas alojados en una *vivienda propia*.

A la vista de estos datos podemos afirmar que este turismo presenta una tasa de fidelidad al destino Región de Murcia muy superior al de costa y al turismo religioso de procesiones. Incluso el porcentaje de turistas alojados en hoteles que han manifestado su intención de volver de vacaciones en verano a la Región, aún siendo bajo, es superior al de las otras tipologías analizadas.