

ESTUDIOS DE PRODUCTOS

# TURISMO CULTURAL - PRIMAVERA 2016





# La demanda turística en la Región de Murcia. Turismo cultural. Primavera 2016



Consejería de Turismo, Cultura y Medio Ambiente

**Elaboración:**

Unidad de Estadística

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

## **I N D I C E**

	<b><u>Pág.</u></b>
<b>1.</b> EL TURISMO CULTURAL Y DE CIUDAD EN LA REGIÓN DE MURCIA. PERFIL DEL TURISTA	4
<b>2.</b> CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA	14
<b>3.</b> CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE	15
<b>4.</b> ALOJAMIENTO	16
<b>5.</b> PLANIFICACIÓN DEL VIAJE	17
<b>6.</b> VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	18
<b>7.</b> CONOCIMIENTO DE EVENTOS CULTURALES DE LA REGIÓN DE MURCIA	20
<b>8.</b> FIDELIDAD DEL TURISTA	21
<b>9.</b> MODO DE CONOCIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN DE MURCIA	22
<b>10.</b> PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA	22
<b>11.</b> GASTO MEDIO REALIZADO	23

## 1. EL TURISMO CULTURAL Y DE CIUDAD EN LA REGIÓN DE MURCIA. PERFIL DEL TURISTA

### 1.1. Oferta de alojamientos y afluencia de turistas en las principales ciudades de la Región de Murcia

A finales de 2016, la oferta de establecimientos hoteleros de Murcia, Cartagena, Lorca y Caravaca de la Cruz ascendía a un total de 75 establecimientos con 8.197 plazas, según datos del Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Región de Murcia. A esto hay que sumar la oferta de otras tipologías de alojamiento, como los apartamentos turísticos, 455, con una capacidad que superaba las 1.500 plazas, los albergues y las residencias.

En cuanto a la oferta alojativa, cabe destacar el importante esfuerzo realizado por el sector para incrementar el número de plazas en establecimientos hoteleros de máxima categoría, con un aumento del 56,8% en establecimientos 5 y 4 estrellas en los últimos 10 años en estas ciudades.

En 2016 las principales ciudades de la Región de Murcia alcanzaron registros históricos de afluencia turística, superando la cifra de 637.000 turistas alojados en establecimientos hoteleros que generaron 1.094.750 pernoctaciones. El ritmo de crecimiento en relación a los datos del año 2015 ascendió al 17,8% para los viajeros y al 18,7% para las pernoctaciones.

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

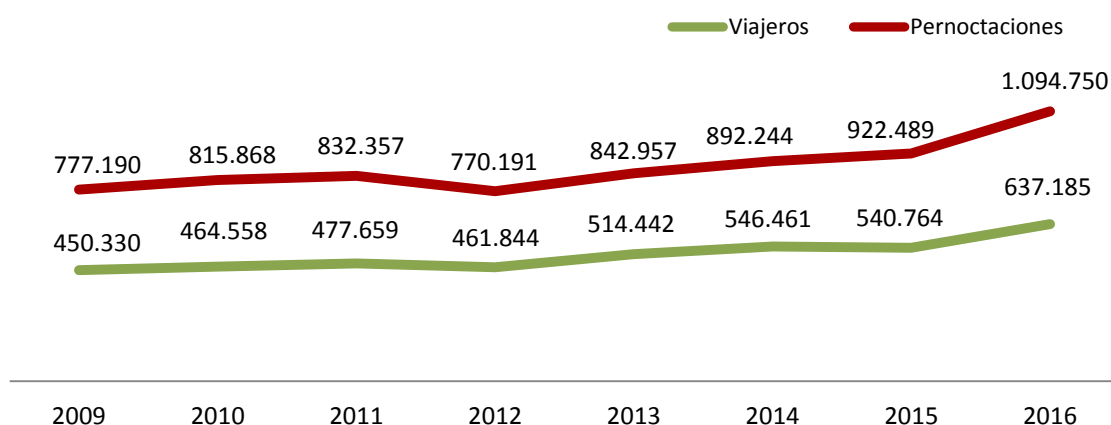
**Fuente:** Encuesta de Ocupación Hotelera. Zona: Ciudades – INE



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

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

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



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

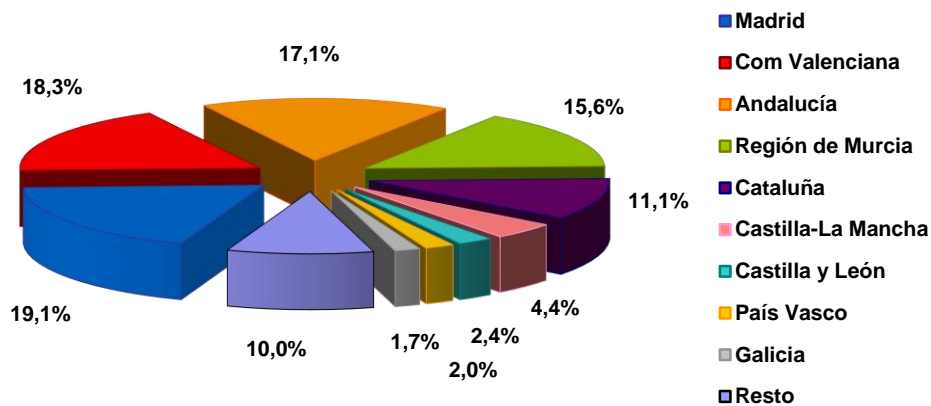
**- Procedencia**

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

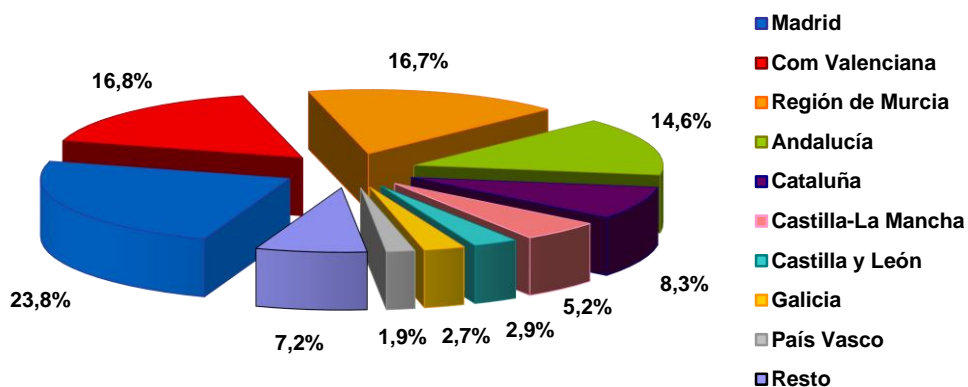
Los visitantes nacionales a las ciudades de la Región eran residentes en Madrid, la Comunidad Valenciana, Andalucía, Cataluña y Castilla-La Mancha principalmente.

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

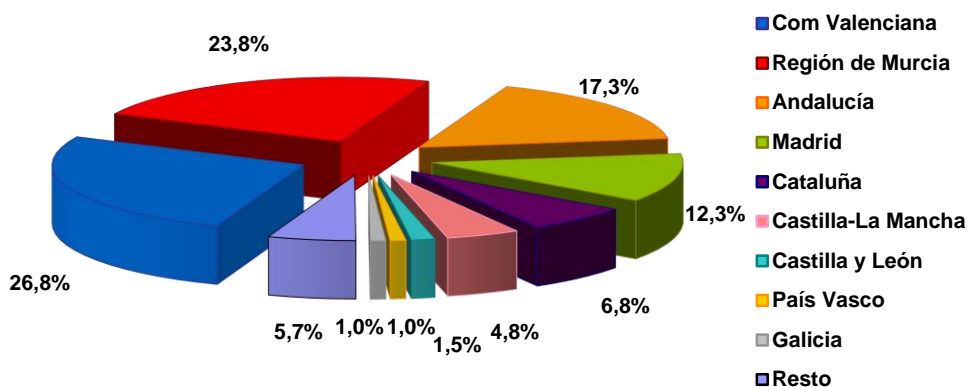
*Murcia. Distribución de los viajeros nacionales en hoteles por procedencia*



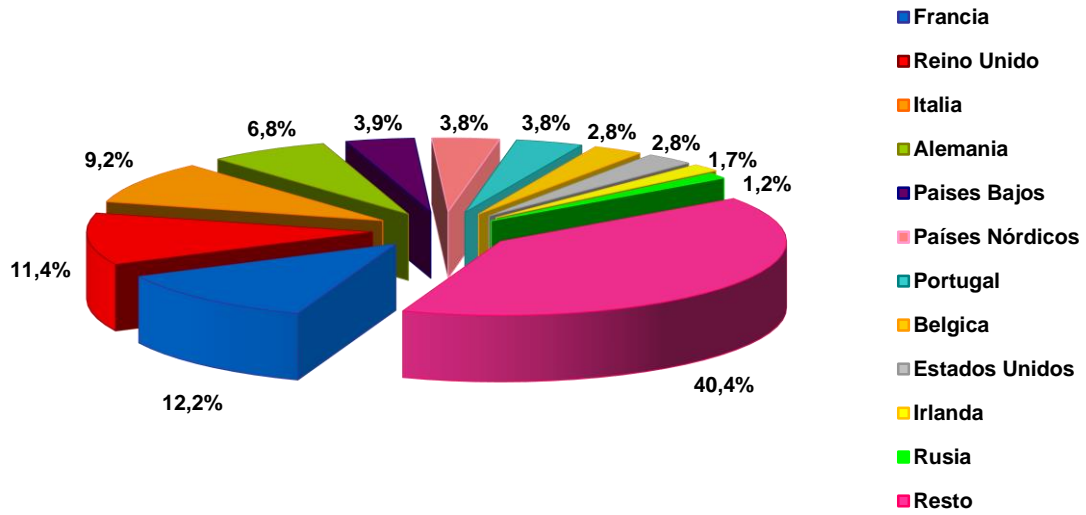
*Cartagena. Distribución de los viajeros nacionales en hoteles por procedencia*



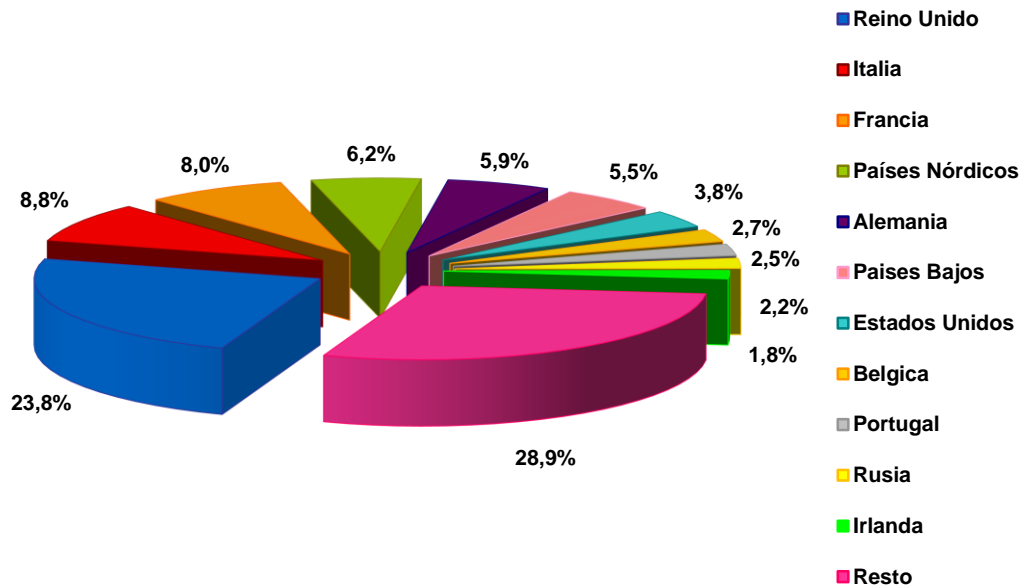
*Lorca. Distribución de los viajeros nacionales en hoteles por procedencia*



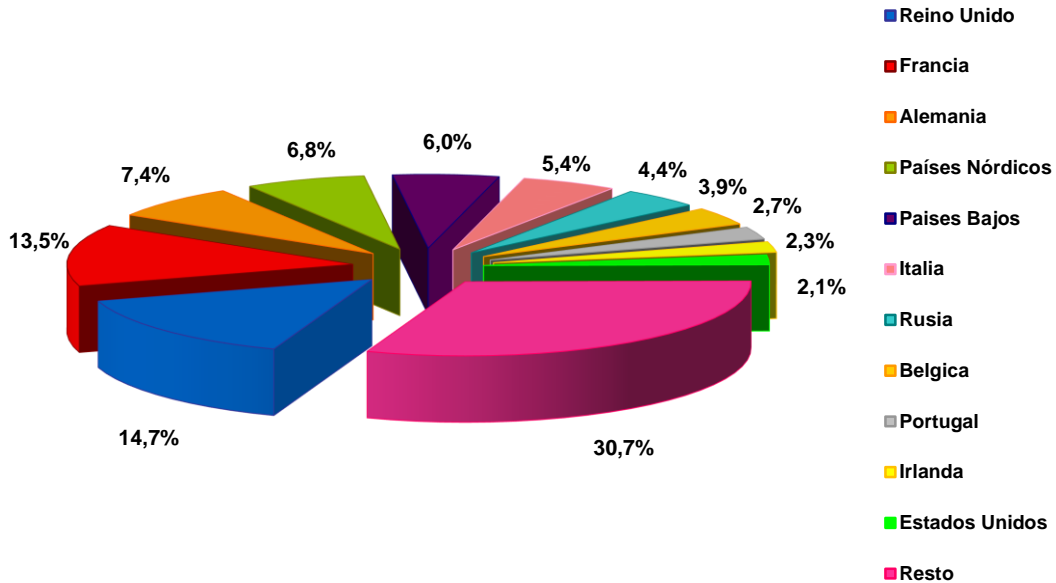
*Murcia. Distribución de los viajeros extranjeros en hoteles por procedencia*



*Cartagena. Distribución de los viajeros extranjeros en hoteles por procedencia*



**Lorca. Distribución de los viajeros extranjeros en hoteles por procedencia**



**- Aumenta el peso específico del segmento de turismo de ciudades**

Uno de los objetivos marcados en el Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2015-2019 es la diversificación de productos y la complementariedad de muchos de ellos con el principal segmento 'el sol y playa'. El turismo de ciudad avanza en este sentido e incrementa su peso específico.

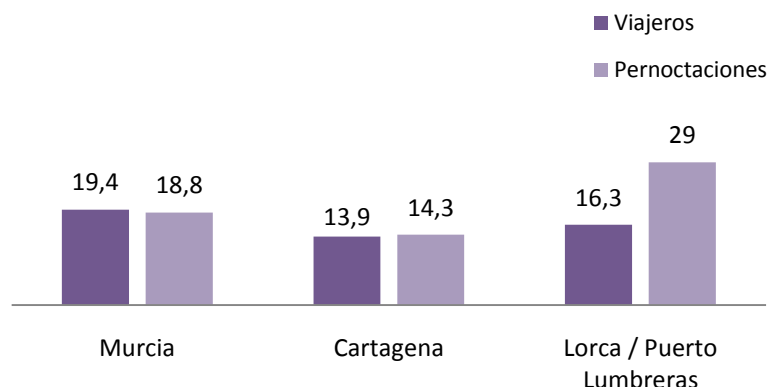
Según datos del INE, de entre las pernoctaciones totales realizadas en hoteles de la Región de Murcia en 2016, un 35,5% de ellas correspondían a establecimientos ubicados en Murcia, Cartagena y Lorca. Esta cuota de pernoctaciones en ciudades sobre pernoctaciones totales ha experimentado un incremento de 2 puntos porcentuales en relación a 2015.

**- Mejores resultados en todas las ciudades**

En 2016 los establecimientos hoteleros de la ciudad de Murcia recibieron a un 19,4% más de turistas que en 2015, 426.184 en total y 686.976 pernoctaciones (+18,8%). De igual manera, los hoteles de Cartagena incrementaron su afluencia en un 13,9% hasta alcanzar 135.867 viajeros y 282.890 pernoctaciones (+14,3%). En Lorca, los establecimientos hoteleros alojaron a 75.134 viajeros (un 16,3% más) que generaron 124.884 pernoctaciones (+29%).



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



**- Resultados históricos en la campaña de verano**

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

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

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

**Murcia**

Exceltur destaca a la ciudad de Murcia como una de las que mayor recuperación socioeconómica del turismo ha experimentado en el verano de 2016 (junio-septiembre), impulsada por la mejora del consumo de los españoles. Así lo avalan los resultados en los indicadores de rentabilidad y empleo de los 53 principales destinos urbanos de España: Un crecimiento del empleo turístico (total actividades turísticas: hostelería, AAVV, transporte, ocio y cultura) del 21,4% respecto al verano de 2015, 2ª ciudad con mayor crecimiento entre los 53 principales destinos urbanos de España (media: 7,3%).

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

## **Cartagena**

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

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

### **- Mayor grado de internacionalización turística en las ciudades**

En los últimos años el turismo de ciudad se está viendo especialmente favorecido por el fortalecimiento de la demanda turística extranjera en la Región. En 2016 se vinieron produciendo crecimientos continuados en los registros de turistas extranjeros en los establecimientos hoteleros de Murcia, Cartagena y Lorca en todos los meses tanto en el número de viajeros, con un aumento medio en 2016 del 23,9%, como en las pernoctaciones, que subieron un 24,3%. Ello ha derivado en una variación positiva del grado de internacionalización turística en las ciudades que para las pernoctaciones hoteleras alcanza el 22,9% en 2016, frente al 21,9% en el año anterior.

### **- Recuperación del mercado nacional**

Durante 2016 se recibieron en los establecimientos hoteleros de las principales ciudades de la Región de Murcia un 16,5% más de viajeros residentes en España, que generaron un 17,1% más de pernoctaciones.

Esta recuperación del mercado nacional en 2016 está siendo mucho más acentuada en las ciudades de la Región, que la media del conjunto de España, para el que el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones hoteleras de los residentes fue del 3,1%.

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

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

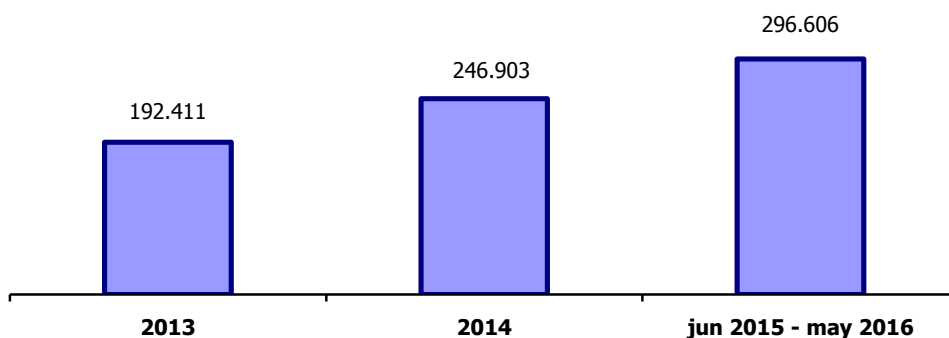
### **- Ciudades. Contratos registrados en hostelería**

Según la estadística de contratos registrados del SEPE, en el agregado de Murcia, Cartagena y Lorca la contratación en 2016 creció un 13,2%, habiéndose registrado un total de 91.995 contratos en las actividades de alojamiento turístico y restauración. El municipio donde más creció la contratación fue Lorca, un 15,8%, seguido de Murcia con un 13,1% y Cartagena, con un 12,6%.

**- Las oficinas de turismo prestan servicio a más turistas culturales**

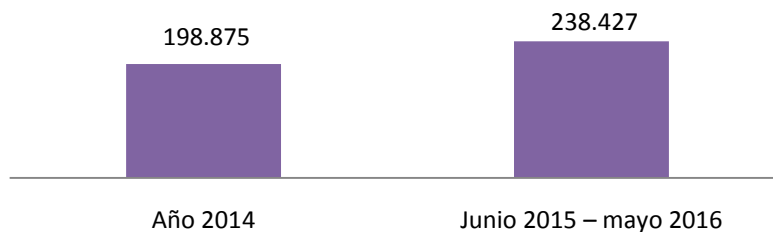
Las oficinas de turismo regionales han prestado servicio a un total de 296.606 turistas culturales entre junio de 2015 y mayo de 2016 (última anualidad disponible), lo que supone un 20,1% más que en 2014.

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



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

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



## 1.2. Perfil del turista

El presente estudio está basado en los resultados de la Encuesta sobre el comportamiento de la demanda turística en la Región de Murcia, realizada a turistas que visitaron las ciudades de Murcia, Cartagena y Lorca durante la Semana Santa de 2016 y cuya motivación principal fue la cultural.

A continuación se lleva a cabo un análisis del perfil sociodemográfico y vacacional del turista cultural, analizando también aspectos como los relacionados con la organización del viaje, el uso de las nuevas tecnologías, el conocimiento del destino y la fidelidad al mismo, el gasto realizado o los planes para próximas vacaciones.

- Los turistas que visitan la Región de Murcia por una motivación cultural son en su mayoría residentes en España. Proceden principalmente de la Comunidad de Madrid (19,5%), la Comunidad Valenciana (18,9%), Andalucía (16,6%) y la propia Región de Murcia (16,4%).
- La procedencia de los turistas extranjeros es cada vez más diversa en este segmento, siendo los principales países emisores el Reino Unido (17,2%), Francia (12%), Italia (9,7%), Alemania (7,2%) y Países Bajos (5,1%).
- El grado de fidelidad a la Región de Murcia es muy alto: Un 90,7% de los turistas habían visitado ya la Región de Murcia en ocasiones anteriores.
- La compañía preferida para su viaje es la de su pareja (44,0%), la de la familia (35,6%) y la de los amigos (16,0%).
- El perfil de edad varía según la ciudad, pero de media es mayoritario el intervalo de 36 a 45 años (28,0%), seguida de 46 a 55 años (18,8%) y de 26 a 35 años (17,6%), siendo el intervalo de más de 65 años el que menor porcentaje (7,6%) de turistas aporta.
- El medio de transporte más utilizado es el vehículo particular (72,8%), seguido del avión (16,8%) y del autobús (9,6%).
- Diferenciando por el tipo de alojamiento, los establecimientos hoteleros acaparan el 29,6% del total de turistas recibidos en este segmento turístico.
- Los turistas que visitan las principales ciudades de la Región por motivos culturales, han permanecido una media de 5,5 días en Cartagena y 3,5 días en Murcia y Lorca.
- La mayoría de los turistas (68,8%) planifican su viaje con una antelación inferior a un mes.
- Planifican por su cuenta el viaje, recopilando información sobre los lugares a visitar, a través de internet y de revistas especializadas. No obstante, hay cada vez más agencias de viajes y sitios web que ofrecen paquetes culturales para satisfacer la demanda de un turista exigente.
- Se constata el creciente uso de Internet para la reserva del transporte (40,4%) y del alojamiento (38,4%). No obstante, en la reserva del alojamiento la reserva telefónica directa (42,0%) es la opción más utilizada.
- Los aspectos más valorados por la mayoría absoluta de los visitantes de la Región de Murcia han sido el clima (65,9%), el ocio, la gastronomía y la cultura (51,2%). También destacan las visitas a la familia/ los amigos (53,2%) y el paisaje (26,3%).
- Las actividades realizadas/ a realizar en destino por la mayoría de los visitantes han sido disfrutar de la gastronomía (95,2%), asistir a procesiones (92,8%), el ocio nocturno (68,0%), las compras (61,2%), disfrutar del sol y de la playa (60,8%) y asistir a espectáculos culturales (56,4%).



- El principal medio de conocimiento de la oferta turística regional ha sido las visitas anteriores (69,3%), seguido del consejo de familiares y amigos (44,4%) quedando el resto de medios (agencias de viajes, internet, oficinas de turismo, etc.) por debajo del 10,0%.
- El turista cultural realiza un gasto medio diario en la Región de Murcia, excluido el componente del transporte, de 72,38 €. El gasto de los turistas extranjeros ha sido de 81,60 €, más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades autónomas, 70,21 €.
- El grado de satisfacción general de los turistas culturales durante sus vacaciones en la Región de Murcia es positivo: 7,6 puntos sobre 10. En cuanto a la valoración de los servicios turísticos relacionados con la visita han sido la oferta gastronómica y el confort del alojamiento los que mayores puntuaciones registran (7,9 puntos), seguidos de la oferta comercial, la relación calidad-precio del alojamiento y los accesos y la señalización para llegar (7,8 puntos).

<b>Perfil del turista cultural. Semana Santa 2016</b>	
<b>Procedencia de los turistas españoles de otras CCAA</b>	Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía.
<b>Procedencia de los turistas extranjeros</b>	Reino Unido, Francia, Italia y Alemania.
<b>Edad</b>	36-45 años.
<b>Con quién viaja</b>	En pareja, principalmente.
<b>Medio de transporte</b>	Vehículo particular.
<b>Estancia media</b>	4 días.
<b>Tipo de alojamiento</b>	Vivienda.
<b>Actividades realizadas</b>	Gastronomía, procesiones, ocio nocturno, compras y cultura.
<b>Servicios más valorados</b>	Confort del alojamiento, oferta gastronómica y comercial.
<b>Gasto realizado</b>	72,38 €, por persona y día.

## 2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

### 2.1. Procedencia de los turistas

Procedencia de los turistas españoles							
	C. de Madrid	Comunidad Valenciana	Andalucía	Región de Murcia	Cataluña	Castilla - La Mancha	Resto
<b>Total CCAA</b>	<b>19,5%</b>	<b>18,9%</b>	<b>16,6%</b>	<b>16,4%</b>	<b>10,1%</b>	<b>4,7%</b>	<b>13,8%</b>

Procedencia de los turistas extranjeros								
	Reino Unido	Francia	Italia	Alemania	Países Bajos	Portugal	Bélgica	Resto
<b>Total países</b>	<b>17,2%</b>	<b>12%</b>	<b>9,7%</b>	<b>7,2%</b>	<b>5,1%</b>	<b>3,5%</b>	<b>3,4%</b>	<b>41,9%</b>

### 2.2. Edad

Intervalos de edades						
	-25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	56-65 años	+ 65 años
<b>Total</b>	<b>14,0%</b>	<b>17,6%</b>	<b>28,0%</b>	<b>18,8%</b>	<b>14,0%</b>	<b>7,6%</b>

Entre los turistas de otras comunidades destacan los procedentes de la Comunidad de Madrid (19,5%), Comunidad Valenciana (18,9%) y Andalucía (16,6%)

El turista cultural tiene mayoritariamente una edad comprendida entre los 26 y los 45 años (45,6%).



### 2.3. Profesión y situación laboral

Profesión y situación laboral									
	Empleado /a	Estudiante	Jubilado /a	Tareas domésticas	Funcionario/a	Empresario/a	Parado /a	Directivo /a Prof. liberal	Obrero /a
<b>Total</b>	<b>44,4%</b>	<b>12,4%</b>	<b>11,6%</b>	<b>10,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>7,2%</b>	<b>2,4%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,2%</b>

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

#### 3.1. Con quién realizó el viaje

Con quién realizó el viaje				
	Sola/o	Con familia	Con amigos	En pareja
<b>Total</b>	<b>6,4%</b>	<b>35,6%</b>	<b>16,0%</b>	<b>44,0%</b>

##### 3.1.1. Número de personas con las que realizó el viaje

Número de personas				
	Solo / a	Dos	Tres/ cuatro	Cinco y +
<b>Total</b>	<b>6,4%</b>	<b>46,4%</b>	<b>42,0%</b>	<b>5,2%</b>

El turista cultural que visita la Región de Murcia viaja mayoritariamente en pareja (44,0%) o con familia (35,6%)



#### 3.2. Medio de transporte utilizado

Medio de transporte utilizado				
	Vehículo particular	Avión	Autobús	Tren
<b>Total</b>	<b>72,8%</b>	<b>16,8%</b>	<b>9,6%</b>	<b>2,8%</b>

El medio de transporte más utilizado es el vehículo particular (72,8%), seguido del avión (16,8%) y del autobús (9,6%)



#### 3.3. Duración de la estancia

Duración de la estancia				
	Hasta 7 días	8 – 14 días	15 – 30 días	+ de 30 días
<b>Total</b>	<b>80,4%</b>	<b>10,4%</b>	<b>7,6%</b>	<b>1,6%</b>

## 4. ALOJAMIENTO

### 4.1. Tipo de alojamiento utilizado

Tipo de alojamiento utilizado			
	Vivienda	Establecimiento hotelero	Otro
<b>Total</b>	<b>64,0%</b>	<b>29,6%</b>	<b>6,4%</b>

### 4.2. Modalidad utilizada

Categoría del establecimiento hotelero				
	4 y 5 estrellas	3 estrellas	1 y 2 estrellas	Pensión
<b>Total</b>	<b>43,2%</b>	<b>51,4%</b>	<b>1,4%</b>	<b>4,1%</b>

Modalidad de vivienda			
	Propia	Prestada por familia/amigos	Alquilada
<b>Total</b>	<b>28,1%</b>	<b>58,1%</b>	<b>13,8%</b>

La mayoría de los visitantes (64,0%) se han alojados en viviendas, mayoritariamente prestadas, y en menor porcentaje (29,6%) en establecimientos hoteleros.





## 5. PLANIFICACIÓN DEL VIAJE (turistas alojados en alojamientos reglados y viviendas de alquiler)

### 5.1. Tiempo de antelación en la planificación del viaje

Tiempo de antelación en la planificación del viaje						
	1-3 días	4-7 días	8-14 días	15-30 días	31-90 días	+ 90 días
<b>Total</b>	<b>3,6%</b>	<b>8,0%</b>	<b>18,8%</b>	<b>38,4%</b>	<b>26,8%</b>	<b>4,4%</b>

### 5.2. Medio utilizado para la reserva

Medio utilizado para la reserva del alojamiento				
	Por teléfono	Internet	Agencia de viajes	Otros
<b>Total</b>	<b>42,0%</b>	<b>38,4%</b>	<b>20,5%</b>	<b>2,7%</b>

Medio utilizado para la reserva del transporte			
	Internet	Por teléfono	Agencia de viajes
<b>Total</b>	<b>40,4%</b>	<b>30,8%</b>	<b>32,7%</b>

La mayoría absoluta de visitantes ha viajado con reserva previa del transporte y el alojamiento realizada en el lugar de origen (65,6%). Sigue siendo mayoritario el uso de Internet para la reserva del transporte (40,4%) y el teléfono para la del alojamiento (42,0%), aunque seguida de cerca por Internet (38,4%).



### 5.3. Utilización de smartphone en la planificación del viaje

Si dispone de smartphone, ¿utiliza este dispositivo para planificar su viaje?				
	No	Sí, consulto información	Sí, busco ofertas	Sí, realizo reservas
<b>Total</b>	<b>16,0%</b>	<b>41,1%</b>	<b>29,5%</b>	<b>13,4%</b>

## 6. VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

### 6.1. Actividades realizadas

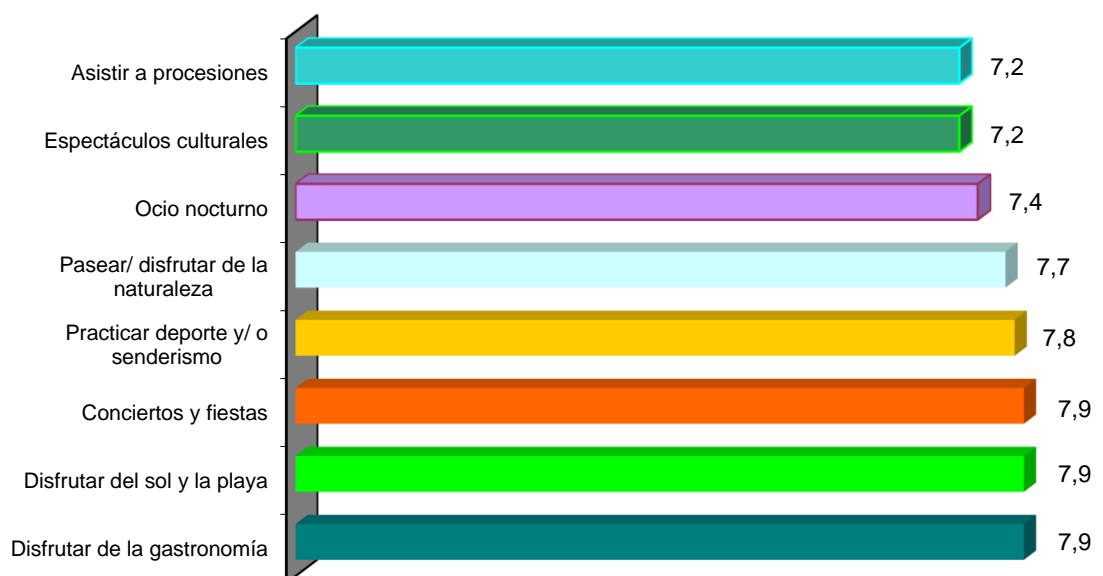
Actividades realizadas								
	Disfrutar de la gastronomía	Asistir a procesiones	Ocio nocturno	Compras, servicios personales	Disfrutar sol y playa	Espectáculos culturales	Realizar excursiones	Visitar museos y monumentos
<b>Total</b>	<b>95,2%</b>	<b>92,8%</b>	<b>68,0%</b>	<b>61,2%</b>	<b>60,8%</b>	<b>56,4%</b>	<b>40,0%</b>	<b>39,6%</b>

La mayoría de los visitantes han realizado, o tenían previsto, disfrutar de la gastronomía, asistir a procesiones, disfrutar del ocio nocturno, realizar compras, disfrutar del sol y de la playa, presenciar espectáculos culturales, realizar excursiones y visitar monumentos y museos.



### 6.2. Valoración de las actividades realizadas

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



### 6.3. Valoración de las instalaciones y servicios

<b>Valoración de las instalaciones y servicios turísticos (Puntuación de 1 a 10)</b>	
<b>INSTALACIONES Y SERVICIOS</b>	<b>Total</b>
Oferta gastronómica	<b>7,9</b>
Confort del alojamiento	<b>7,9</b>
Oferta comercial	<b>7,8</b>
Relación calidad / precio del alojamiento	<b>7,8</b>
Accesos y señalización para llegar	<b>7,8</b>
Cortesía, amabilidad personal de servicios	<b>7,6</b>
Señalización vial dentro de la zona	<b>7,5</b>
Oferta actividades culturales	<b>7,5</b>
Oferta de ocio	<b>7,5</b>
Profesionalidad personal de servicios	<b>7,4</b>
Relación calidad / precio resto servicios	<b>7,4</b>
Puntos de información turística	<b>7,3</b>
Información sobre la zona: mapas, actividades, etc.	<b>7,3</b>
Accesos a los puntos de interés	<b>7,2</b>
Limpieza de calles	<b>6,8</b>
Equipamientos / servicios	<b>6,8</b>
Oferta de actividades deportivas	<b>6,5</b>
<b>SATISFACCIÓN GENERAL CON EL DESTINO</b>	<b>7,6</b>

**La valoración de las instalaciones y servicios turísticos de la Región de Murcia resulta moderadamente positiva, dando las mayores calificaciones a la oferta gastronómica y al confort del alojamiento, ambos con 7,9 puntos sobre 10, seguidos de la oferta comercial, la relación calidad-precio del alojamiento y los accesos y señalización para llegar con 7,8 puntos.**



## 7. CONOCIMIENTO DE EVENTOS CULTURALES DE LA REGIÓN DE MURCIA

### 7.1. Grado de conocimiento de los principales eventos culturales

Nivel de conocimiento de eventos culturales							
	Semana Santa Murcia	Semana Santa Cartagena	Semana Santa Lorca	Carnaval de Águilas	Cartagena Puerto de Culturas	Caravaca de la Cruz Ciudad Santa	Festival Cante de las Minas
<b>Total</b>	<b>68,0%</b>	<b>54,8%</b>	<b>41,6%</b>	<b>35,6%</b>	<b>27,0%</b>	<b>18,8%</b>	<b>18,8%</b>

Más de la mitad de los visitantes han manifestado conocer la Semana Santa de Murcia y Cartagena, y entre el 25 y el 50% de los mismos la Semana Santa de Lorca, el Carnaval de Águilas y Cartagena, Puerto de Culturas, siendo el resto de productos turísticos culturales menos conocidos.



## 8. FIDELIDAD DEL TURISTA

### 8.1. Primera estancia en la Región de Murcia

Primera estancia en la Región de Murcia		
	Turistas nuevos	Turistas repetidores
Total ciudades	9,3%	90,7%

### Número de viajes realizados anteriormente por los visitantes repetidores

Número de viajes realizados anteriormente a la Región de Murcia					
	Uno	Dos	Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
Total	2,7%	7,0%	9,0%	32,8%	48,4%

**El grado de fidelidad del turista cultural a la Región de Murcia es muy alto:  
Un 90,7% de los turistas habían visitado ya la Región de Murcia  
en ocasiones anteriores.**





## 9. MODO DE CONOCIMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN DE MURCIA

Modo de conocimiento de la oferta turística regional						
	Anteriores visitas	Familiares y amigos	Internet/ Redes sociales	Agencias de viajes	Publicidad	Otro
Total	69,3%	44,4%	7,8%	2,9%	1,5%	1,0%

En esta ocasión han sido las *visitas anteriores* el modo de conocimiento de la oferta turística regional más habitual (69,3%), seguido de la prescripción de *familiares y amigos* (44,4%) e Internet y las redes sociales (7,8%), siendo el resto de medios menos relevantes.



## 10. PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

Aspectos más valorados de la oferta turística de la Región de Murcia							
	Clima	Familia y amigos	Ocio, gastronomía, vida cultural	Paisaje	Precio	Calidad instalaciones y servicios	Buenos accesos
Total	65,9%	53,2%	53,1%	26,3%	15,6%	5,9%	4,4%

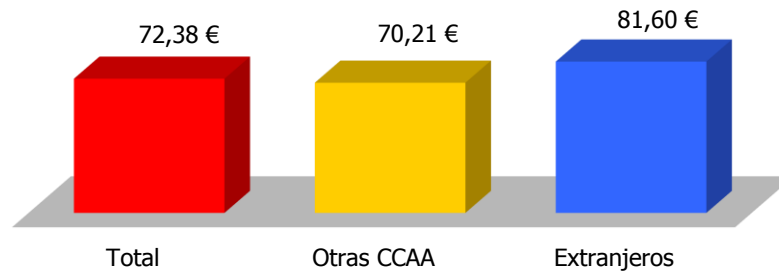
*El clima y la oferta de ocio, gastronómica y cultural* son valorados por más de la mitad de los visitantes como atractivo turístico de la Región de Murcia, siendo también destacable el porcentaje de quienes valoran *visitar a la familia/amigos* y disfrutar del *paisaje* como atractivo turístico.



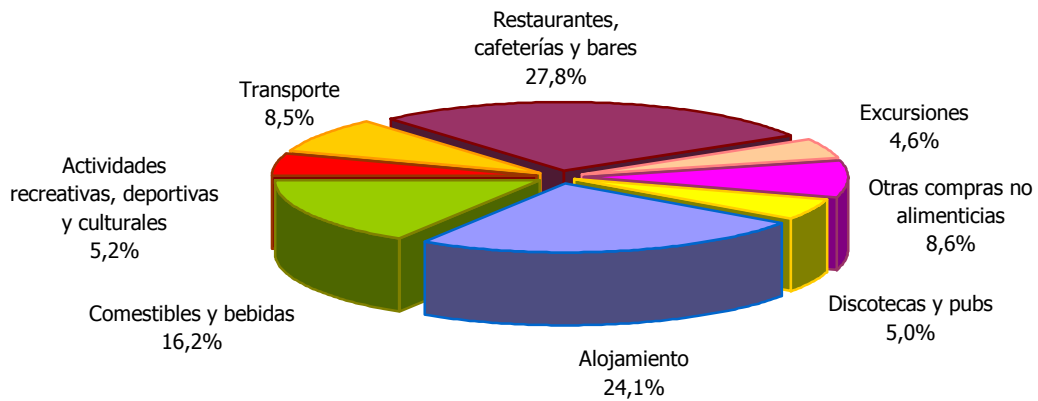
**11. GASTO MEDIO REALIZADO**

Gasto total por persona y día en la Región de Murcia	
Residentes en España (otras CC.AA.)	Extranjeros
70,21 €	81,60 €

**Gasto total por persona y día. Turismo Cultural**



**Distribución del gasto**



**El gasto diario realizado por el turista cultural en primavera de 2016 ha ascendido a 72,38 € por persona y día. El gasto de los turistas extranjeros, 81,60 €, es más elevado que el de los turistas españoles, 70,21 €. Las principales partidas del gasto han sido la restauración y el alojamiento.**

