

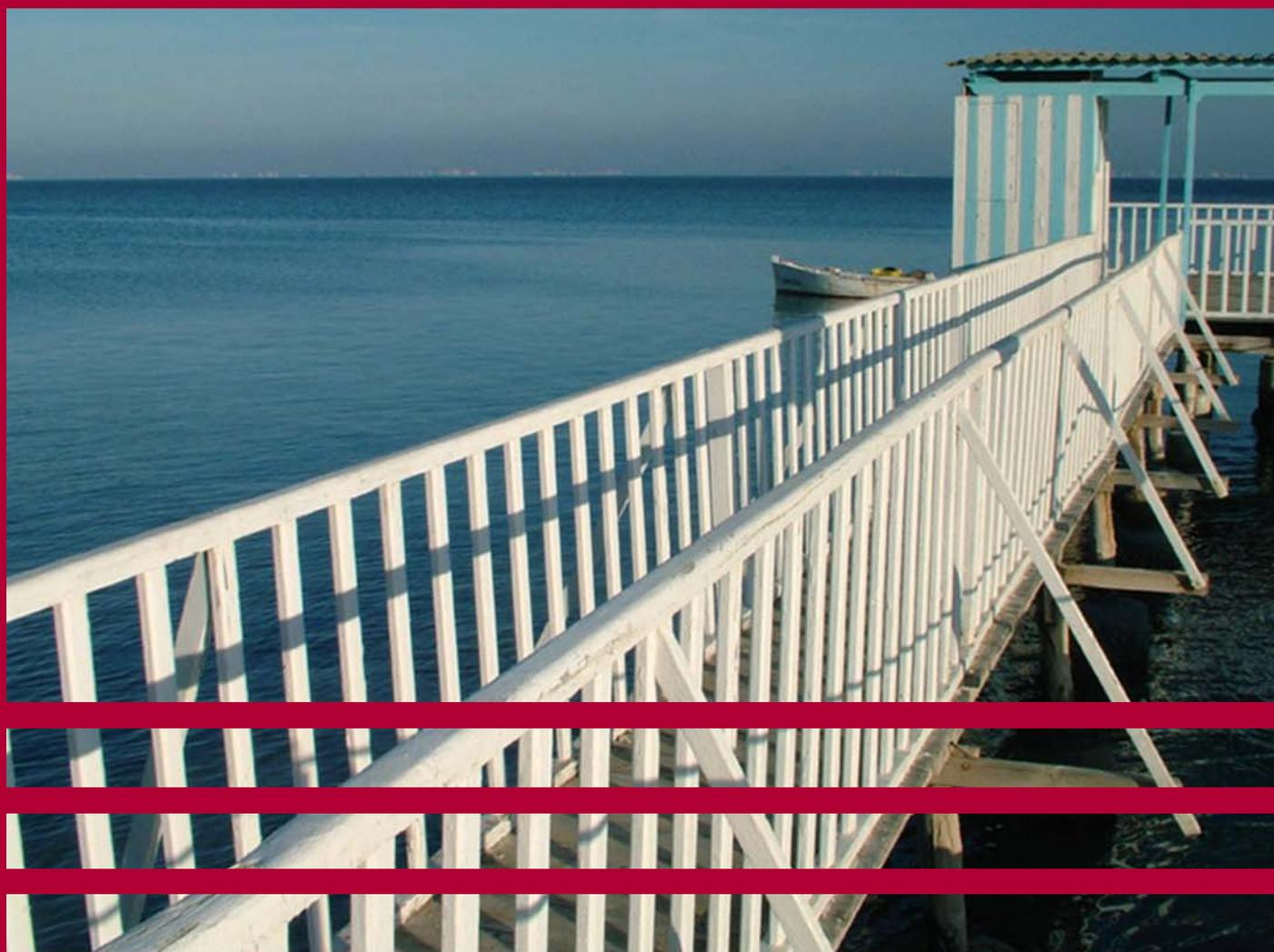


Región de Murcia
Instituto de Turismo

Destino

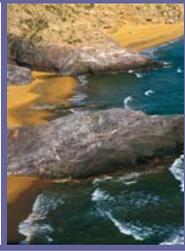
Región
de
Murcia

La **demanda turística** en la **Costa Cálida**. Análisis por productos. **Verano 2013**



TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA

79⁵1



La demanda turística en la Costa Cálida. Análisis por productos. Verano 2013



Consejería de Cultura y Turismo

Elaboración:

Unidad de Estadística

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Fecha de edición:

Enero de 2014

INDICE

	<u>Pág.</u>
1. Comportamiento del turismo en la Región de Murcia y en la Costa Cálida. Perfil del turista	4
2. Características sociodemográficas del turista	7
3. Características del viaje	11
4. Alojamiento	15
5. Planificación del viaje	18
6. Valoración de la oferta turística	23
7. Actividades realizadas	25
8. Fidelidad del turista	27
9. Modo de conocimiento de la oferta turística de la Región	30
10. Principales atractivos de la Región de Murcia	31
11. Gasto medio realizado en la Costa Cálida	32

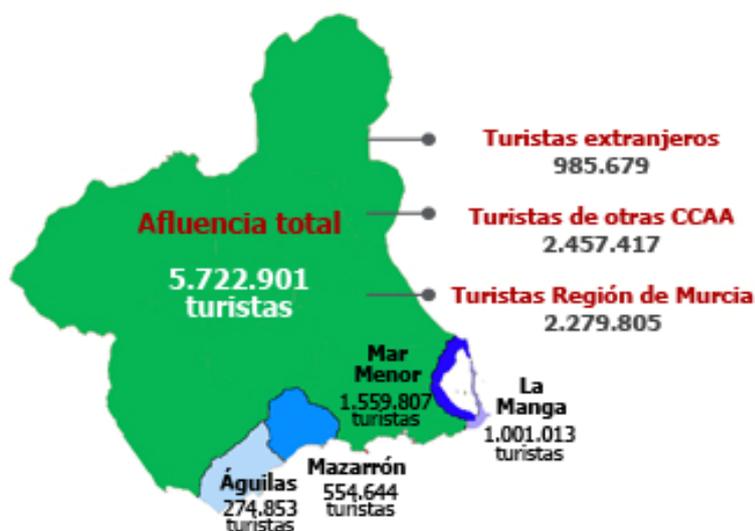
1. COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA Y EN LA COSTA CÁLIDA. PERFIL DEL TURISTA

1.1. Afluencia de turistas a la Región de Murcia y a la Costa Cálida

Con los últimos datos disponibles del año 2012 y según las estimaciones del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, en ese año se recibieron en la Comunidad un total de 5.722.901 turistas, de los cuales 616.764 correspondieron a viajes de corta duración (fin de semana y puentes) a segundas residencias. Asimismo, se estima en 7.053.555 el número de excursionistas (que no pernoctaron en el destino). Las pernoctaciones de los turistas alcanzaron una cifra de casi 40 millones.

Por procedencia, cabe destacar el mayor peso del turismo español, siendo la distribución la siguiente: 985.679 turistas residentes en el extranjero (17,2%), 2.457.417 turistas residentes en otras comunidades (42,9%), 2.279.805 turistas residentes en la Región de Murcia (39,8%).

A la Costa Cálida llegaron en 2012 3.390.317 turistas, que generaron unos 30 millones de pernoctaciones. De estos turistas, 1.559.807 eligieron como destino el Mar Menor (46%), 1.001.013 La Manga (29,5%), 554.644 Mazarrón (16,4%) y 274.853 Águilas (8,1%).



1.2. Perfil general del turista de la Costa Cálida

El presente estudio está basado en los resultados de la Encuesta sobre el comportamiento de la demanda turística en la Costa Cálida correspondiente al verano de 2013. Las labores de encuestación previas fueron realizado durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2013 en los destinos más significativos del litoral de la Región de Murcia:

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

Es objeto de análisis de este estudio tanto el perfil sociodemográfico como el vacacional de los turistas, analizando además otros 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.

Así, los rasgos más característicos del turista que visitó la Costa Cálida durante el verano de 2013 pueden resumirse en los siguientes:

Por procedencia, dentro del **turismo español** y siendo los residentes en la Región los de mayor representación, destacan principalmente Madrid y las comunidades limítrofes: Andalucía, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana y con una cuota inferior: Castilla y León y Cataluña.

En el caso del **turista extranjero**, éste procede fundamentalmente de Reino Unido, Alemania, Francia y Países Nórdicos.

Cabe destacar su alto **grado de fidelidad** a la Región de Murcia como destino de sus vacaciones, ya que el 94,3% de los turistas residentes en otras comunidades y el 88,5% de los extranjeros habían visitado ya la Región con anterioridad. A este dato contribuye el hecho de que buena parte de estos turistas (41%) se aloja en una vivienda en propiedad o prestada por un familiar o amigo.

La **compañía** preferida durante su viaje es la familia (46%) y la pareja (41%), siendo el rango medio de **edad** más frecuente el comprendido entre los 40 y los 50 años.

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente es el vehículo particular. Por su parte, casi un 15% de los turistas utilizan el avión para viajar hasta la Región.

En 2013, la vivienda continúa siendo el **tipo de alojamiento** utilizado mayoritariamente (65,2%), seguido por el establecimiento hotelero (29,5%) y el camping (5,3%).

La **duración de su estancia** supera las dos semanas en más de la mitad de los viajes (52,5%).

La mayoría de los turistas que disfrutan de sus vacaciones en la Región de Murcia (66,4%) llevan a cabo la **planificación de su viaje** con una antelación inferior a un mes.

La mitad de los turistas **realiza su reserva** directamente a través del teléfono, pero son cada vez más los que recurren a Internet y los smartphones (18,4%), que ya casi igualan en porcentaje a los que reservan a través de agencias de viajes (18,9%).

Las principales **actividades realizadas** por los turistas son disfrutar del sol y la playa, de la naturaleza y también del ocio nocturno, practicar deportes, ir de compras y realizar excursiones.

En verano de 2013, el **gasto diario** realizado en la Costa Cálida, considerando la media de todos los productos turísticos, asciende a 60,01€, siendo el gasto de los turistas extranjeros, 69,15€, más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades, 55,87€.

En general, el **grado de satisfacción** general de los turistas durante su estancia en la Costa Cálida es elevado, 7,7 puntos sobre 10, siendo los productos turísticos mejor valorados: el gastronómico con 8 puntos; el de sol y playa, con 7,7 puntos; el turismo de golf, con 7,6 puntos y el náutico con 7,5 puntos.

Perfil general del turista de la Costa Cálida. Verano 2013

Procedencia de los turistas españoles	Madrid, Andalucía, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana
Procedencia de los turistas extranjeros	Reino Unido, Alemania, Francia y Países Nórdicos
Edad	De 40 a 50 años
Con quién viaja	Con familia y en pareja
Medio de transporte	Vehículo particular y avión
Duración de la estancia	Más de dos semanas
Tipo de alojamiento	Vivienda, establecimiento hotelero y camping
Actividades realizadas	Sol y playa, naturaleza, ocio nocturno, deportes, compras y excursiones
Satisfacción general	Sol y playa: 7,7 puntos sobre 10; Golf: 7,6 puntos; Náutico: 7,5 puntos
Gasto realizado	60,01€ por persona y día

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

Perfil del turista según el producto turístico. Verano 2013

	Sol y playa	Náutico	Golf
Procedencia españoles	Madrid, Andalucía, Castilla-La Mancha	Madrid, Castilla-La Mancha, Andalucía	Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Madrid
Procedencia extranjeros	Reino Unido, Alemania, Francia	Reino Unido, Noruega	Reino Unido, Alemania
Edad	46-65 años	26-45 años	56-65 años
Con quién viaja	Con familia, en pareja	Con familia, en pareja	En pareja, con familia
Medio de transporte	Vehículo particular, avión	Vehículo particular, avión	Vehículo particular, avión
Duración de la estancia	15-30 días	Una semana	Una semana
Tipo de alojamiento	Vivienda, establecimiento hotelero	Vivienda, establecimiento hotelero, camping	Establecimiento hotelero, vivienda
Actividades realizadas	Disfrutar del sol y la playa, naturaleza, ocio nocturno, excursiones	Disfrutar del sol y la playa, deportes, ocio nocturno, compras	Disfrutar del sol y la playa, deportes, ocio nocturno, compras
Gasto realizado	44,55€ por persona y día	66,69€ por persona y día	107,23€ por persona y día

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

2.1. Procedencia de los turistas

Procedencia de los turistas españoles

La comunidad de **Madrid** continúa siendo el principal emisor de turistas nacionales a la Costa Cálida (36,1%), aunque ve reducida su cuota en favor de otras comunidades como **Andalucía, Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana**



Procedencia de los turistas españoles, según productos turísticos

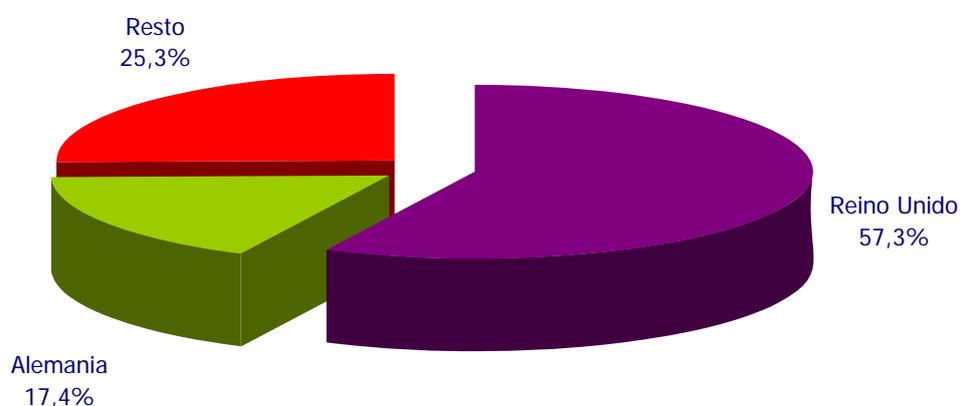
Productos turísticos	Madrid	Andalucía	Castilla – La Mancha	Comunidad Valenciana	Castilla y León	Cataluña	Resto
Sol y playa	45,8%	16,3%	14,4%	6,0%	4,8%	1,6%	11,0%
Náutico	30,2%	23,3%	20,9%	18,6%	4,7%	-	2,3%
Golf	19,0%	16,7%	21,4%	23,8%	2,4%	9,5%	7,1%
TOTAL	36,1%	18,0%	17,5%	12,9%	4,2%	3,0%	8,3%

La Comunidad de Madrid es el principal mercado emisor, salvo en **turismo de golf** donde es superada por la Comunidad Valenciana y 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 y Países Nórdicos**



Procedencia de los turistas extranjeros, según productos turísticos

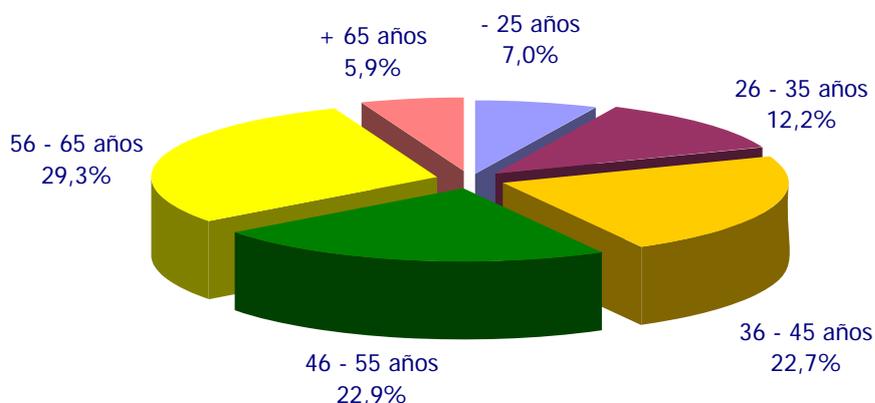
Productos turísticos	Reino Unido	Alemania	Resto
Sol y playa	48,5%	18,1%	33,4%
Náutico	57,9%	15,8%	26,3%
Golf	73,9%	17,4%	8,7%
TOTAL	57,3%	17,4%	25,3%

El **turismo de golf** es la tipología turística donde la cuota del mercado británico es mayor



2.2. Edad

El rango medio de edad más frecuente el comprendido entre los **40 y los 50 años**, con importante peso del segmento de **entre 56 y 65 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	5,6%	6,0%	19,1%	27,7%	32,4%	9,2%
Náutico	16,2%	36,5%	25,7%	9,5%	12,2%	-
Golf	1,4%	2,7%	28,4%	24,3%	39,2%	4,1%
TOTAL	7,0%	12,2%	22,7%	22,9%	29,3%	5,9%

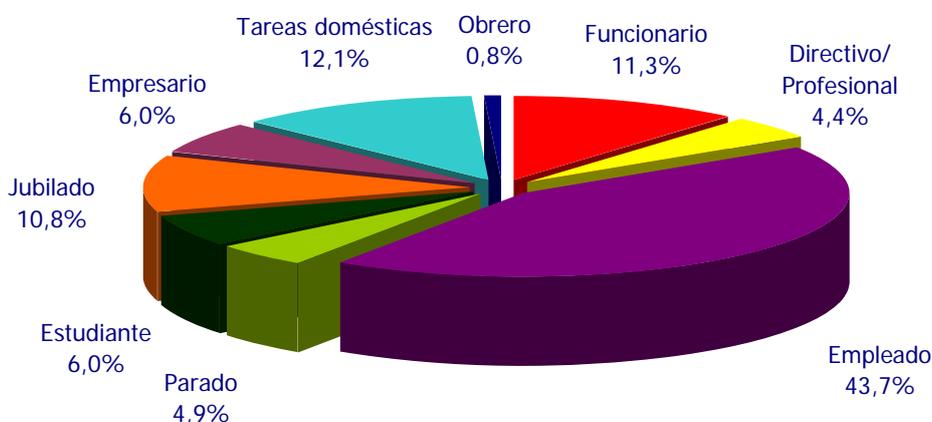
Casi la mitad de los visitantes que viajaron hasta la Costa Cálida para practicar **turismo náutico** no superan los 35 años.

Por otra parte, tres de cada cinco **turistas de golf** superan los 45 años



2.3. Profesión y situación laboral

En el conjunto de 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	37,0%	15,9%	0,8%	11,1%	21,6%	6,0%	6,8%	0,7%
Náutico	59,5%	1,4%	6,8%	10,8%	-	10,8%	5,4%	5,4%
Golf	43,8%	8,2%	17,8%	12,3%	1,4%	1,4%	-	12,3%
TOTAL	43,7%	10,8%	6,0%	11,3%	12,1%	6,0%	4,9%	4,4%

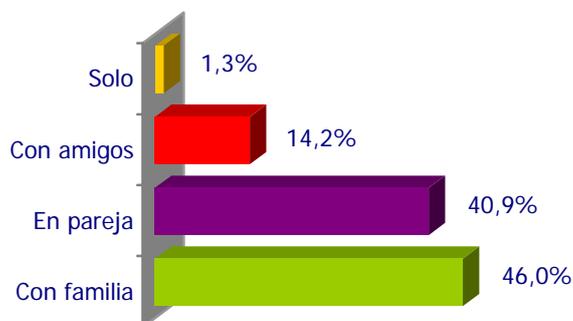
En el **turismo de golf** destaca el colectivo de los empresarios y en el **náutico** los estudiantes y los empleados públicos



3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Con quién realizó el viaje

El turista que viaja a la Costa Cálida lo hace principalmente acompañado de **familiares** o de su **pareja**



Con quién realizó el viaje, según productos turísticos

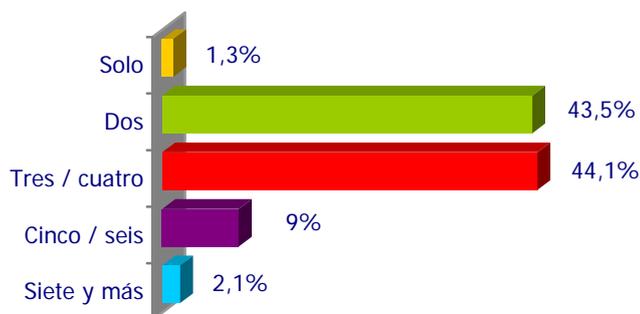
Productos turísticos	Solo	Con familia	Con amigos	En pareja
Sol y playa	2,4%	63,1%	10,8%	26,4%
Náutico	-	54,0%	20,0%	28,0%
Golf	5,8%	38,5%	17,3%	42,3%
TOTAL	1,3%	46,0%	14,2%	40,9%

El viaje con la pareja es la opción preferida en **turismo de golf**. Por otro lado, el viaje con amigos es también un hecho habitual en el **turismo náutico**



Número de personas con las que realizó el viaje

El **tamaño medio del grupo** que visita la Costa Cálida se sitúa en **3,1** personas



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

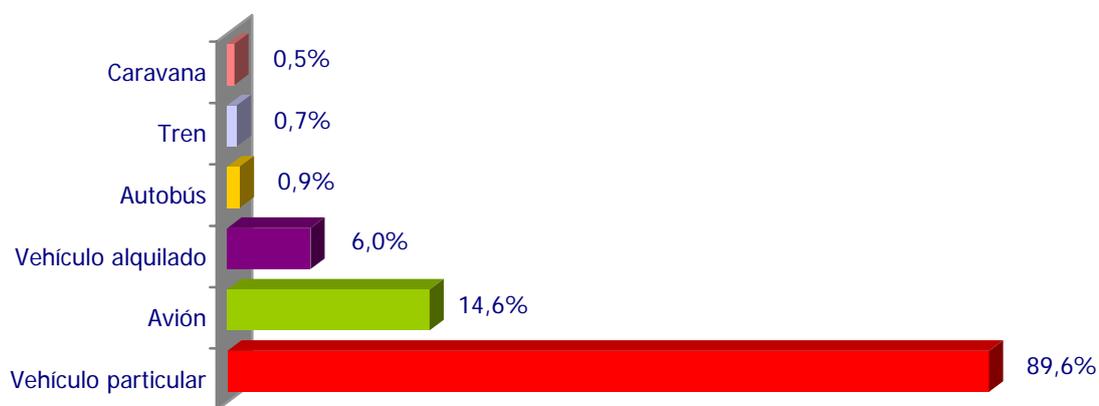
Productos turísticos	Solo	Dos	Tres / cuatro	Cinco / seis	Siete y más
Sol y playa	2,4%	43,7%	42,0%	10,8%	1,0%
Náutico	-	28,4%	59,5%	8,1%	4,1%
Golf	-	58,1%	33,8%	5,4%	2,7%
TOTAL	1,3%	43,5%	44,1%	9,0%	2,1%

En turismo **náutico**, la mayoría de los grupos están compuestos por tres o cuatro personas



3.2. Medio de transporte utilizado

La gran mayoría de turistas opta por el **vehículo particular** para disfrutar de su estancia en la Costa Cálida. No obstante, casi un 15% de los turistas utilizan el **avión** para viajar hasta la Región.



Medio de transporte utilizado, según productos turísticos

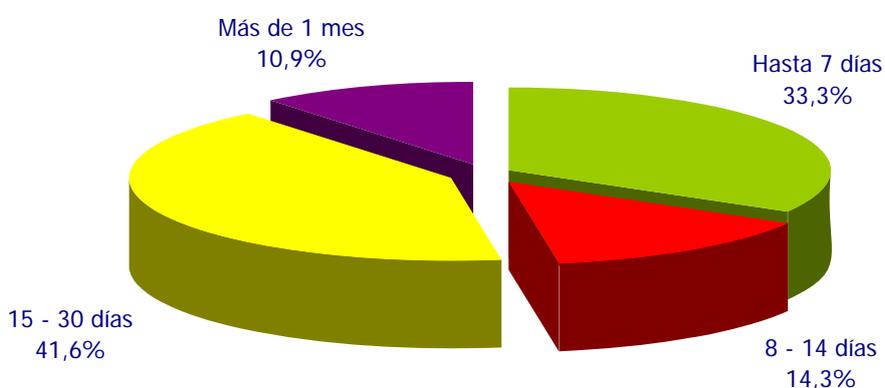
Productos turísticos	Vehículo particular	Avión	Vehículo alquilado	Tren	Autobús
Sol y playa	91,6%	10,9%	3,6%	1,1%	1,3%
Náutico	83,8%	17,6%	9,5%	1,4%	-
Golf	90,5%	20,3%	8,1%	-	-
TOTAL	89,6%	14,6%	6,0%	0,9%	0,7%

En todos los productos turísticos el **vehículo particular** es el medio de transporte principal



3.3. Duración de la estancia

La **duración media de la estancia** de los turistas de la Costa Cálida se ha estimado en **18,6 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	27,1%	9,8%	48,7%	14,4%
Náutico	40,5%	21,6%	33,8%	4,1%
Golf	40,5%	17,6%	32,4%	9,5%
TOTAL	33,3%	14,3%	41,6%	10,9%

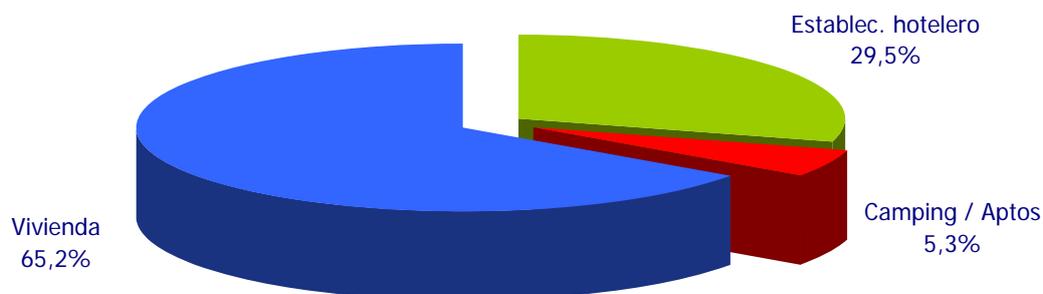
Las estancias más prolongadas corresponden a los turistas de **sol y playa**, mientras que la duración de los viajes de **turismo de golf y náutico** ronda la semana



4. ALOJAMIENTO

4.1. Tipo de alojamiento utilizado

El tipo de alojamiento más utilizado por los turistas que viajan a la Costa Cálida es la **vivienda**, seguido del **establecimiento hotelero** y, en una proporción inferior, de los **campings y apartamentos turísticos**



Tipo de alojamiento utilizado, según productos turísticos

Productos turísticos	Vivienda	Establecimiento hotelero	Camping/Apartamentos
Sol y playa	78,2%	20,1%	1,7%
Náutico	48,6%	31,4%	20,0%
Golf	50,0%	50,0%	-
TOTAL	65,2%	29,5%	5,3%

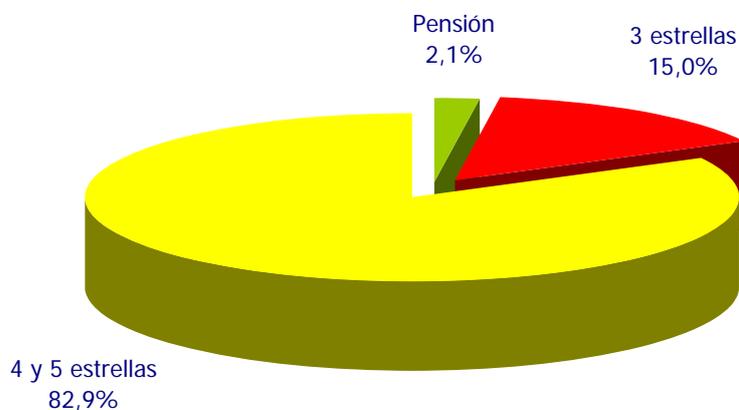
La mitad de los turistas **de golf** utilizaron el alojamiento hotelero



4.2. Categoría del alojamiento

Establecimientos hoteleros

Ocho de cada diez turistas hospedados en un alojamiento hotelero de la costa eligieron 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	82,5%	17,5%	-	-
Náutico	68,2%	22,7%	-	9,1%
Golf	91,9%	8,1%	-	-
TOTAL	82,9%	15,0%	-	2,1%

Los **turistas de golf** son los que se alojan en los hoteles de las categorías más altas



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	38,9%	38,6%	22,5%
Náutico	38,2%	32,4%	29,4%
Golf	45,9%	35,1%	18,9%
TOTAL	40,0%	37,0%	23,0%

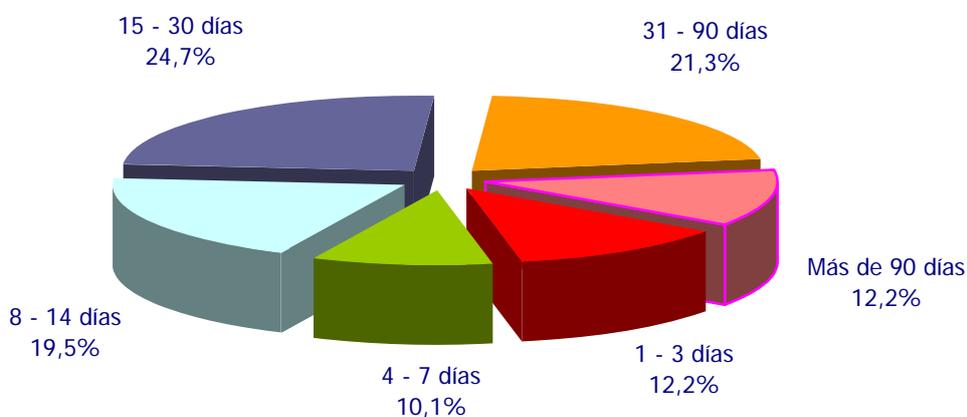
El alojamiento no hotelero más utilizado por los turistas de **golf** fue la vivienda **propia**



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

5.1. Tiempo de antelación en la planificación del viaje

Con **menos de un mes** de antelación planificaron su viaje casi siete de cada diez turistas que disfrutaron de sus vacaciones en la Costa Cálida



Tiempo de antelación en la planificación del viaje, según productos turísticos

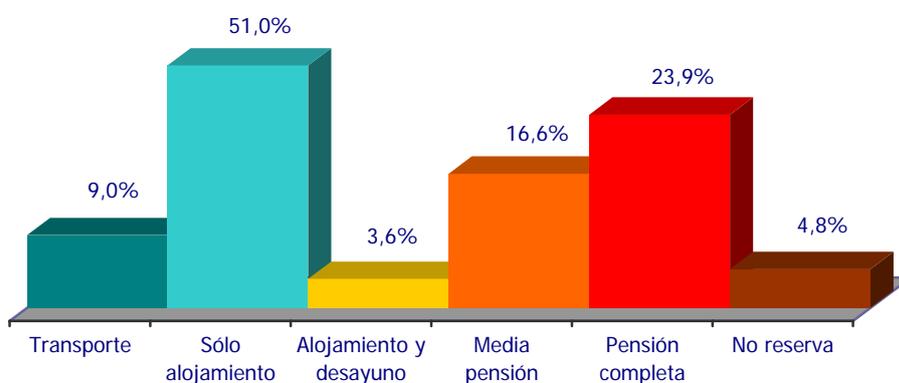
Productos turísticos	1 - 3 días	4 - 7 días	8 - 14 días	15 - 30 días	31 - 90 días	Más de 90 días
Sol y playa	14,9%	10,1%	17,8%	25,0%	18,3%	13,9%
Náutico	8,1%	14,9%	20,3%	17,6%	29,7%	9,5%
Golf	9,5%	5,4%	23,0%	31,1%	20,3%	10,8%
TOTAL	12,2%	10,1%	19,5%	24,7%	21,3%	12,2%

Quienes viajaron hasta la Región para practicar **turismo náutico** fueron los que con más antelación planificaron su viaje



5.2. Conceptos del viaje reservados en origen

Casi la mitad de los turistas reservaron con algún tipo de **pensión alimenticia**, siendo la más habitual la **pensión completa**



Conceptos del viaje reservados en el lugar de origen, según productos turísticos

Productos turísticos	Transporte	Sólo alojamiento	Alojamiento y desayuno	Media pensión	Pensión completa	No reserva
Sol y playa	9,2%	58,2%	3,3%	9,8%	26,2%	2,5%
Náutico	7,8%	49,0%	3,9%	21,6%	11,8%	13,7%
Golf	10,0%	40,0%	4,0%	24,0%	32,0%	-
TOTAL	9,0%	51,0%	3,6%	16,6%	23,9%	4,8%

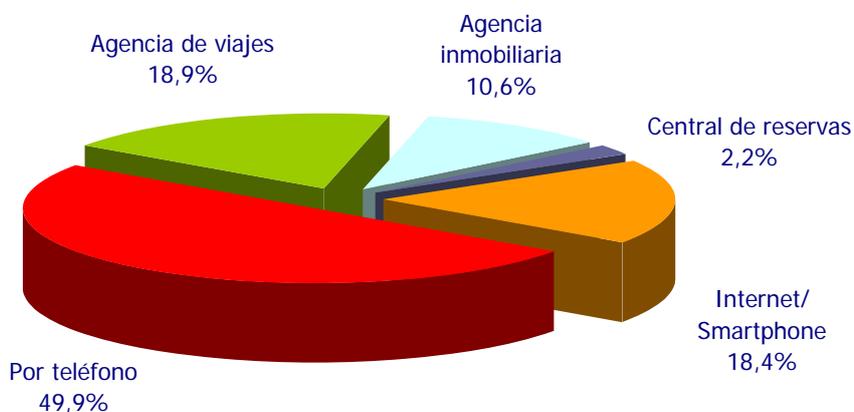
Los **turistas de golf** son los que en mayor proporción reservaron alojamiento con algún tipo de **pensión alimenticia**



5.3. Medio utilizado para la reserva

Reserva del alojamiento

La mitad de las reservas de alojamiento fueron **reservas telefónicas**, realizadas directamente por los turistas. El porcentaje de reservas a través de **internet o smartphone** ha aumentado hasta casi igualar al de las efectuadas con la intermediación de una **agencia de viajes**.



Medio utilizado para la reserva del alojamiento, según productos turísticos

Productos turísticos	Por teléfono	Agencia de viajes	Agencia inmobiliaria	Central de reservas	Internet / Smartphone
Sol y playa	38,5%	18,2%	18,4%	-	25,5%
Náutico	65,9%	20,5%	-	-	13,6%
Golf	56,0%	18,0%	6,0%	8,0%	10,0%
TOTAL	49,9%	18,9%	10,6%	2,2%	18,4%

Aunque en todos los productos turísticos es mayoritaria la reserva telefónica, aumenta significativamente respecto a años anteriores la reserva vía internet/smartphone en los turistas de **sol y la playa**



Reserva del transporte

Las reservas **telefónicas** y las realizadas a través de **agencias de viajes** fueron las más habituales, seguidas muy de cerca por las de **internet y los dispositivos móviles**



Medio utilizado para la reserva del transporte, según productos turísticos

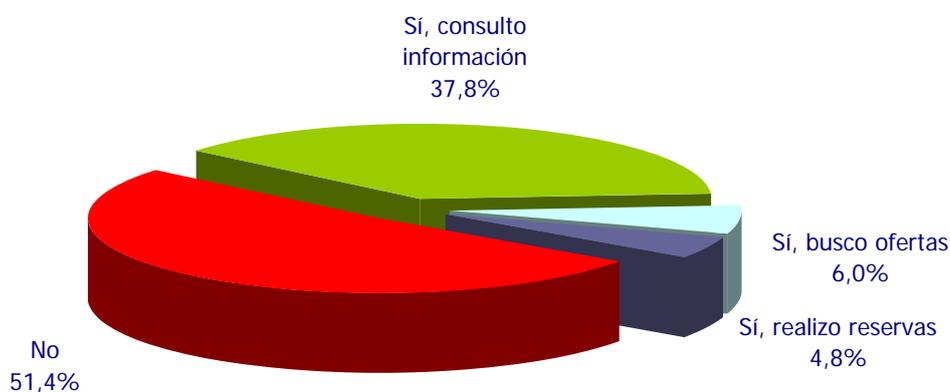
Productos turísticos	Por teléfono	Agencia de viajes	Agencia inmobiliaria	Internet / Smartphone
Sol y playa	32%	35,9%	2,4%	29,7%
Náutico	49%	28%	-	23%
Golf	38%	38%	-	24%
TOTAL	35%	33,8%	1,8%	29,4%

Los turistas de **náutico** y **golf** son los que en mayor proporción realizaron reservas telefónicas de transporte



5.4. Utilización de smartphone en la planificación del viaje

Casi la mitad de los turistas que disponen de smartphone lo utilizan en la planificación del viaje sobre todo para **consultar información**. Aunque con un porcentaje aún modesto, cada vez son más quienes utilizan su smartphone para **hacer reservas**



Si dispone de smartphone, ¿utiliza este dispositivo para planificar su viaje?, según productos turísticos

Productos turísticos	No	Sí, consulto información	Sí, busco ofertas	Sí, realizo reservas
Sol y playa	62,8%	28,5%	2,3%	6,4%
Náutico	25,5%	55,3%	17,0%	2,1%
Golf	55,3%	38,3%	2,1%	4,3%
TOTAL	51,4%	37,8%	6,0%	4,8%

Los **turistas de sol y playa** que disponen de smartphone son los que más lo utilizan para efectuar reservas

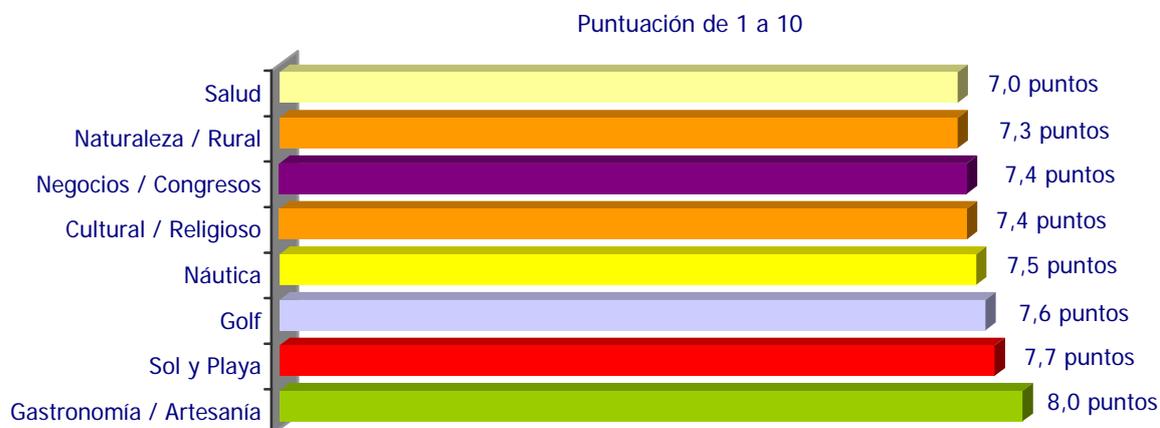


6. VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

6.1. Valoración de los productos turísticos

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

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



Los productos turísticos mejor valorados son:
 el **gastronómico** con 8 puntos; el de **sol y playa**, con 7,7 puntos;
 el turismo de **golf**, con 7,6 puntos y el **náutico** con 7,5 puntos



6.2. Valoración de los servicios y actividades

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	La Manga	Mar Menor	Mazarrón	Águilas	Total Costa
Hospitalidad / trato	8,2	8,5	7,5	8,4	8,2
Confort del alojamiento	7,5	8,2	7,3	7,8	7,6
Relación calidad / precio del alojamiento	7,6	7,9	7,0	7,4	7,5
Información turística	7,0	7,8	7,0	7,7	7,4
Oferta gastronómica	7,0	7,4	7,2	7,1	7,2
Ruidos, contaminación	6,4	7,7	6,0	7,6	6,8
Limpieza de playas	7,4	7,0	5,8	6,2	6,7
Oferta comercial y de ocio	6,7	6,0	6,4	6,4	6,4
Limpieza de calles	6,8	6,2	5,6	5,9	6,2
Plazas de aparcamiento	5,4	5,7	4,7	7,2	5,6
Equipamientos / servicios en playas	5,6	5,7	5,2	5,5	5,5
Oferta de actividades culturales y deportivas	5,4	4,5	5,7	5,6	5,4
Espacios verdes	5,3	5,3	4,7	5,8	5,2
Accesos y señalización en zonas de playa	4,6	5,1	6,0	5,9	5,2
Accesos y señalización para llegar	4,0	4,9	6,2	5,6	4,9

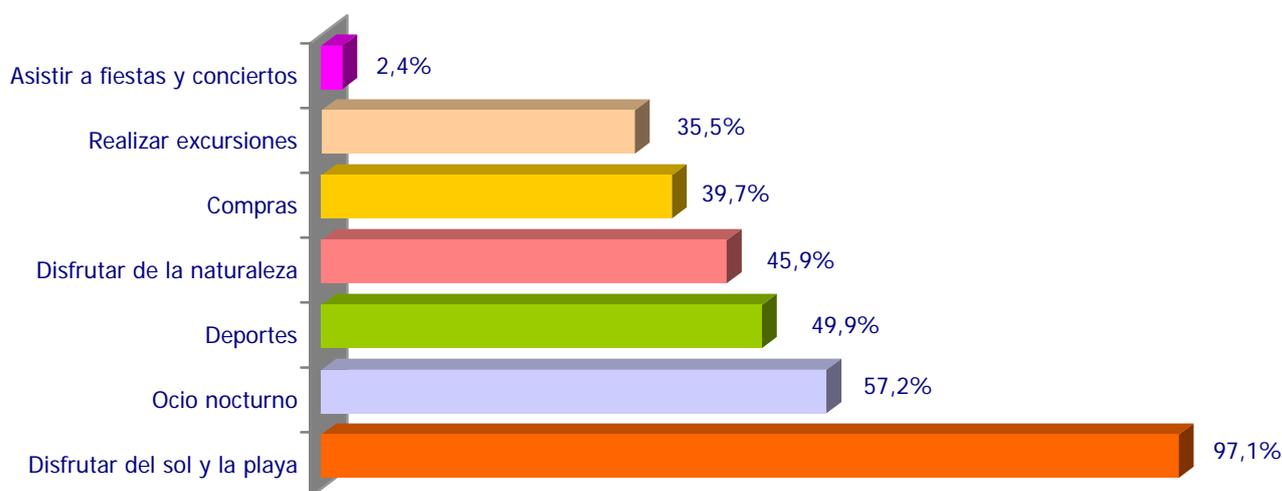
La **hospitalidad y el trato, el confort y la relación calidad / precio del alojamiento** son los aspectos mejor valorados



7. ACTIVIDADES REALIZADAS

7.1. Actividades realizadas durante la estancia

Disfrutar del **sol y la playa**, el **ocio nocturno** y los **deportes** constituyen las actividades más frecuentemente realizadas por los turistas de la Costa Cálida



Actividades realizadas durante la estancia, según productos turísticos

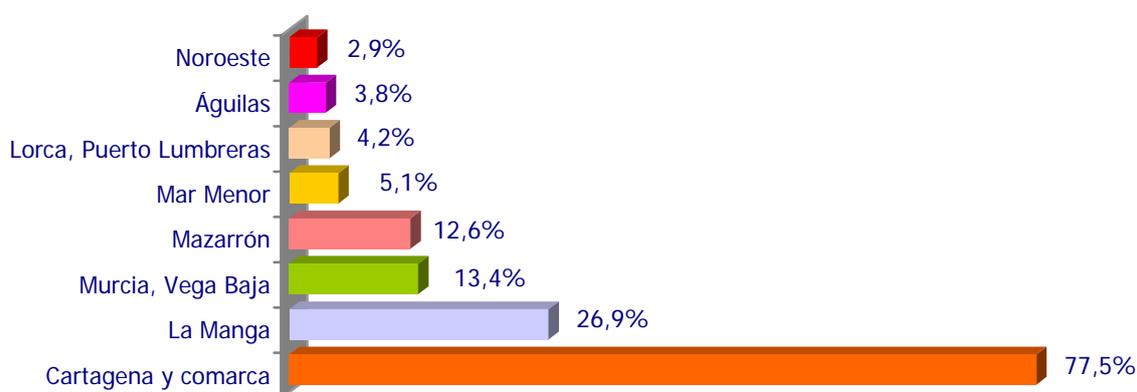
Productos turísticos	Sol y playa	Ocio nocturno	Deportes	Naturaleza	Compras	Excursiones	Fiestas/Conciertos
Sol y playa	100%	47,9%	9,3%	59,0%	36,8%	39,3%	2,7%
Náutico	98,6%	66,2%	98,7%	31,1%	36,5%	25,7%	2,7%
Golf	89,2%	70,3%	97,3%	29,7%	50,0%	36,5%	1,4%
TOTAL	97,1%	57,2%	49,9%	45,9%	39,7%	35,5%	2,4%

Las actividades realizadas dependen directamente de la motivación del viaje a la Costa Cálida, si bien todos tienen en común el **disfrute del sol y la playa**



7.2. Visitas a otras zonas de la Región

Un 40% de los 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	La Manga	Murcia, Vega Baja	Mazarrón	Mar Menor	Lorca / Puerto Lumbreras	Águilas	Noroeste
Sol y playa	78,2%	31,3%	15,6%	8,4%	3,4%	5,5%	3,8%	3,4%
Náutico	59,1%	22,7%	9,1%	36,4%	13,6%	4,5%	4,5%	-
Golf	89,7%	17,2%	10,3%	6,9%	3,4%	-	3,4%	3,4%
TOTAL	77,5%	26,9%	13,4%	12,6%	5,1%	4,2%	3,8%	2,9%

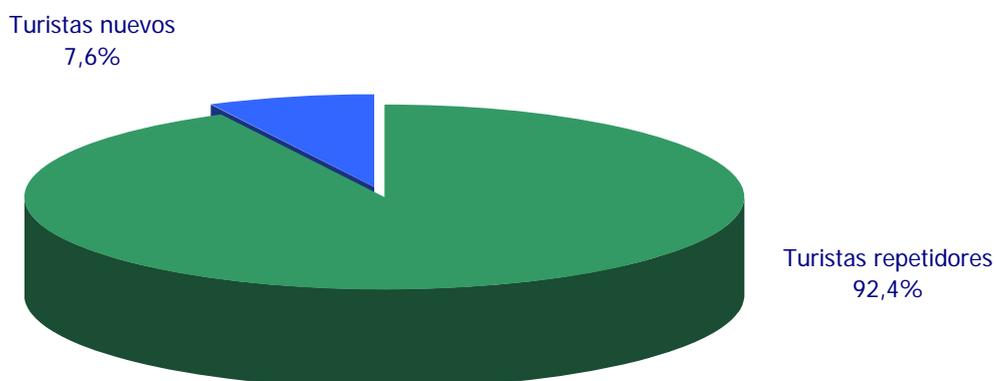
Mazarrón es una de las zonas más visitadas en el segmento de **turismo náutico**



8. FIDELIDAD DEL TURISTA

8.1. Primera estancia en la Región

Cabe destacar la gran **fidelidad** de los turistas a la Región como destino de sus vacaciones. El 94,3% de los turistas residentes en otras comunidades y el 88,5% de los extranjeros habían visitado ya la Región con anterioridad



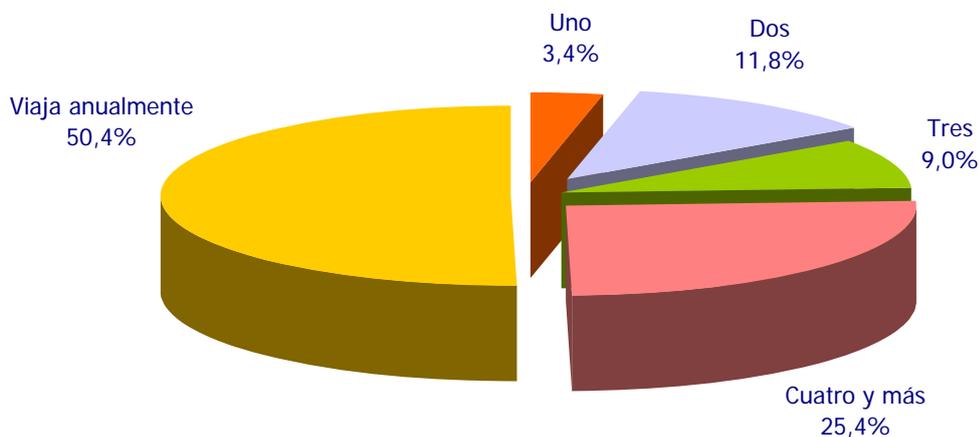
Primera estancia en la Región, según productos turísticos

Productos turísticos	Turistas nuevos	Turistas repetidores
Sol y playa	10,1%	89,9%
Náutico	3,2%	96,8%
Golf	6,2%	93,8%
TOTAL	7,6%	92,4%

El **turismo náutico** presenta el índice de fidelidad más elevado



Número de viajes realizados anteriormente por los turistas repetidores



Número de viajes realizados anteriormente, según productos turísticos

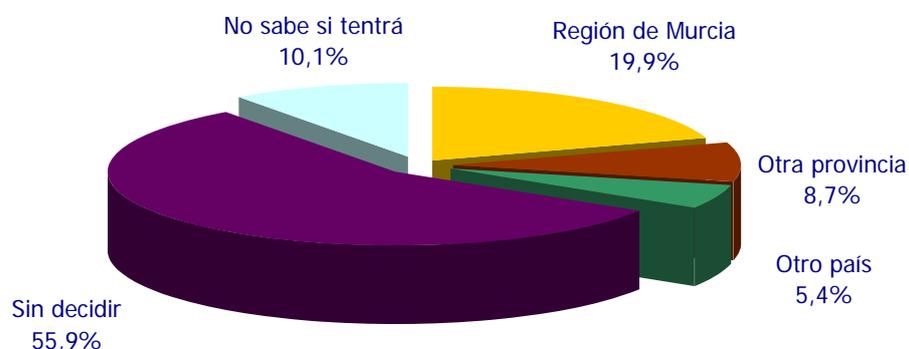
Productos turísticos	Uno	Dos	Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
Sol y playa	4,3%	12,7%	10,4%	23,6%	49,0%
Náutico	3,3%	11,7%	5,0%	30,0%	50,0%
Golf	1,6%	9,8%	9,8%	24,6%	54,2%
TOTAL	3,4%	11,8%	9,0%	25,4%	50,4%

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



8.2. Próximas vacaciones de verano

Entre los turistas que ya conocen el destino de sus próximas vacaciones de verano, cuatro de cada diez ya tiene decidido que **repetirá sus vacaciones en la Región**



Próximas vacaciones de verano, según productos turísticos

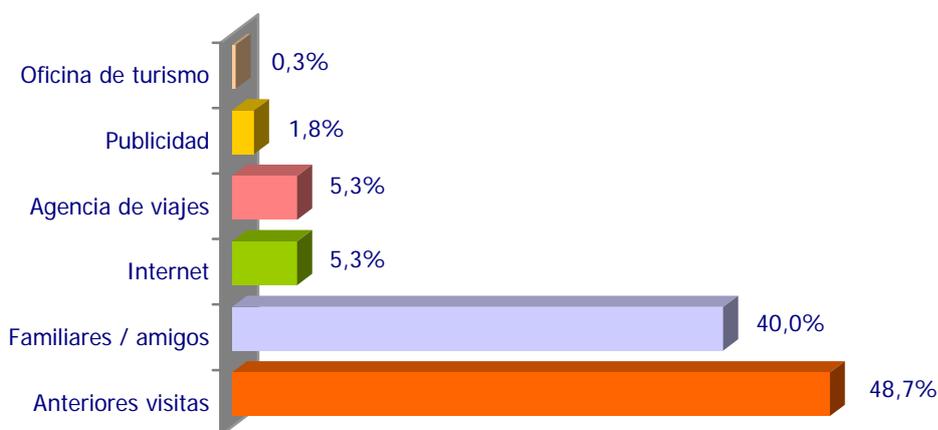
Productos turísticos	Región de Murcia	Otra provincia	Otro país	No sabe si tendrá	Sin decidir
Sol y playa	24,8%	6,0%	1,0%	9,9%	58,3%
Náutico	11,5%	11,5%	14,8%	9,8%	52,5%
Golf	16,9%	12,3%	6,2%	10,8%	53,8%
TOTAL	19,9%	8,7%	5,4%	10,1%	55,9%

Los turistas de **sol y playa** son los que en mayor proporción tienen intención de volver a la Región en verano de 2014



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

Los principales medios por los que turista ha accedido a información sobre la oferta turística de la Región de Murcia son sus **anteriores visitas** y el **consejo de familiares o amigos**



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

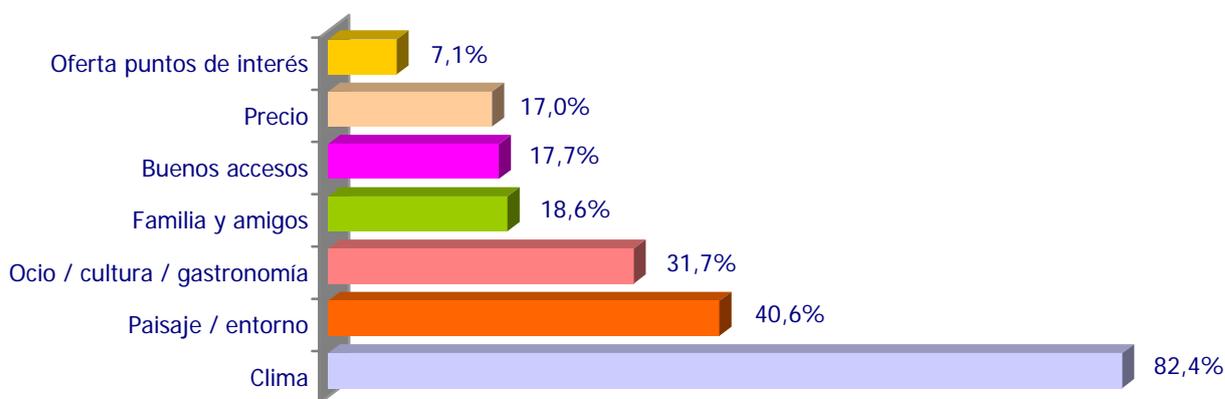
Productos turísticos	Anteriores visitas	Familiares / amigos	Internet	Agencias de viajes	Publicidad	Oficinas de turismo
Sol y playa	51,6%	33,2%	4,6%	5,3%	1,0%	-
Náutico	41,9%	54,1%	5,4%	6,8%	2,7%	-
Golf	48,6%	41,9%	6,8%	4,1%	2,7%	1,4%
TOTAL	48,7%	40,0%	5,3%	5,3%	1,8%	0,3%

Otros medios, como Internet y las agencias de viajes, contribuyen también a acercar el conocimiento de la oferta turística regional al turista



10. PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

El clima, el paisaje y la oferta de ocio, cultura y gastronomía han sido los tres atractivos de la Región más valorados por el turista



Principales atractivos de la Región de Murcia, según productos turísticos

Productos turísticos	Clima	Ocio / cultura / gastronomía	Paisaje / entorno	Familia y amigos	Buenos accesos	Precio	Oferta puntos de interés
Sol y playa	89,2%	28,7%	32,2%	22,4%	17,3%	21,0%	2,9%
Náutico	73,0%	45,9%	17,6%	17,6%	24,3%	5,4%	21,6%
Golf	75,7%	63,5%	44,6%	10,8%	12,2%	18,9%	2,7%
TOTAL	82,4%	40,6%	31,7%	18,6%	17,7%	17,0%	7,1%

Los turistas de golf encuentran tan interesantes el ocio, la cultura y la gastronomía como el clima



11. GASTO MEDIO REALIZADO EN LA COSTA CÁLIDA

Gasto total por persona y día. Costa Cálida*

Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
60,01€	55,87€	69,15€	32,32€

(*) Incluye los productos turísticos en la Costa Cálida: sol y playa, golf y náutico

Gasto total por persona y día según producto turístico

	Total	Otras CCAA	Extranjeros
Sol y playa	44,55€	40,03€	53,21€
Turismo náutico	66,69€	60,79€	80,05€
Turismo de golf	107,23€	108,04€	104,89€
TOTAL Costa Cálida	60,01€	55,87€	69,15€

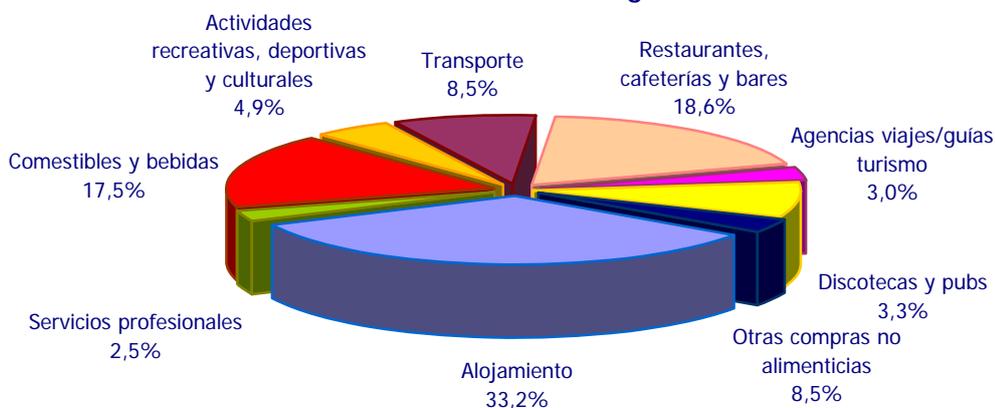
Gasto total por persona y día. Costa Cálida



Gasto total por persona y día según producto turístico



Distribución del gasto



El gasto medio diario realizado en la Costa Cálida en verano de 2013 alcanza los **60,01€**, siendo el gasto de los turistas extranjeros más elevado que el de los turistas nacionales de otras comunidades, **69,15€** frente a **55,87€**

