

TURISMO EN LA REGIÓN DE MURCIA
ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS



ESTUDIOS DE PRODUCTOS

TURISMO DE NEGOCIOS OTOÑO 2016





La demanda turística en la Región de Murcia. Turismo de negocios. Otoño 2016



Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo

Elaboración:

Unidad de Estadística

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Fecha de edición:

Diciembre de 2016

INDICE

	<u>Pág.</u>
1. Perfil del turista de negocios	4
2. Características sociodemográficas del turista	6
3. Características del viaje	7
4. Alojamiento	8
5. Planificación del viaje	8
6. Valoración de la oferta turística	10
7. Actividades realizadas	11
8. Fidelidad del turista	11
9. Gasto medio realizado	13

1. PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS

El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2015-2019 ha definido objetivos para catorce segmentos turísticos que destacan bien por estar ya consolidados en el panorama turístico regional como por ofrecer ventajas en términos de desestacionalización, diversificación de mercados o rentabilidad. En este contexto, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia está impulsando la implementación de un sistema de conocimiento e investigación en materia de turismo como herramienta de evaluación y seguimiento de los objetivos marcados en el Plan Estratégico y de apoyo en la toma de decisiones para el sector privado.

Con el objetivo de profundizar en el conocimiento de las características de la demanda específica de cada segmento turístico, la validación del portafolio regional de productos y el mejor diseño de la estrategia de promoción, se vienen realizando estudios anuales sobre el comportamiento de la demanda para los principales productos.

El presente estudio sobre el segmento de negocios ofrece información, desde la óptica de la demanda, sobre el perfil sociodemográfico y vacacional de los turistas y de la cuantía y composición del gasto efectuado en la Región.

El estudio está basado en los resultados de una encuesta previa realizada durante los meses de noviembre y diciembre de 2016, entrevistando tanto a turistas residentes como no residentes en la Región de Murcia. El marco de la investigación se ajustó a viajes de negocios y a reuniones celebradas en centros de eventos u hoteles de las ciudades de Murcia y Cartagena.

A continuación se presentan resumidos los resultados de la investigación sobre el perfil de este turista, que difiere del turista tradicional en sus hábitos de viaje, actividades complementarias, servicios solicitados o la cuantía y desglose del gasto efectuado durante su estancia:

El turista de negocios es relativamente joven, ya que la **edad** de seis de cada diez turistas de negocios no sobrepasa los 45 años. El porcentaje de **visitantes nacionales**, 92,5%, es muy superior al de visitantes de origen **extranjero**, un 7,5%.

Un 18,1% de los turistas de negocios **visitaban por primera vez** la Región de Murcia. Los **establecimientos hoteleros** constituyen la fórmula de alojamiento característica de este segmento turístico. El 96,2% de los turistas elige esta tipología, frente a un 3,8% que opta por una vivienda alquilada o cedida por algún amigo o familiar.

Aunque, en general, el turista de negocios viaja solo (57,0%), a la hora de elegir **compañía para el viaje** opta por los compañeros de trabajo o amigos (34,0%).

El **medio de transporte** principalmente utilizado es el vehículo particular (66,4%), seguido del avión (17,0%) y el vehículo alquilado (16,2%).

Sus estancias son cortas, con una **duración media** de 2,68 días, de manera que solo un 6,8% de ellos disfrutaban de estancias de cinco o más días.

A diferencia del turista tradicional, el turista de negocios no tiene en cuenta al planificar su viaje motivaciones secundarias diferentes a la de los negocios o gestiones a realizar en el destino. No obstante, una vez en el destino uno de cada cuatro visitantes por este motivo realiza algunas **actividades complementarias**, relacionadas sobre todo con el descubrimiento del entorno (54,5%), la visita a monumentos y museos (39,4%), las compras (36,4%), el ocio nocturno (30,3%) y las excursiones (18,2%). Incluso un 8,3% de los turistas de negocios alargan su estancia y aprovechan para realizar más actividades de ocio en el destino.

El **gasto medio diario** del turista de negocios en la Región de Murcia alcanza los 122,62 euros, siendo este uno de los segmentos turísticos con un gasto medio diario más alto. En un análisis comparativo con el turista tradicional, se observa que el gasto realizado por el turista de negocios multiplica por 2,7 el gasto del turista de sol y playa, que ronda los 45 euros, lo que supone 78 euros más por turista y día, si bien su estancia media es muy inferior. Por otra parte, apenas existen diferencias entre el gasto diario realizado por los turistas españoles de otras comunidades, 122,56 euros, y el efectuado por los turistas extranjeros, 123,25 euros.

Considerando todas las **partidas de gasto** que tienen impacto en la economía regional, ya sean gestionadas directamente por el turista o por la empresa para la que trabaja, las que tienen un mayor peso en el presupuesto final son el gasto en alojamiento (49%); en restaurantes, cafeterías y bares (33,5%); y en compras (9,4%).

La **valoración media de las instalaciones y los servicios** recibidos es alta, **7,9 puntos** en una escala del 1 al 10, siendo los conceptos mejor valorados la hospitalidad y el trato con 8,8 puntos, la oferta gastronómica con 8,6 puntos, el confort del alojamiento con 8,4 puntos, la relación calidad / precio con 8,1 puntos y la oferta comercial con 7,9 puntos y la oferta de actividades culturales/deportivas con 7,8 puntos.

Perfil del turista de negocios. Otoño 2016	
Procedencia de los turistas españoles de otras CCAA	Madrid, Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía, Castilla-La Mancha
Edad	Relativamente joven, no sobrepasa los 45 años
Con quién viaja	Solo y, en menor medida, con compañeros o amigos
Medio de transporte	Vehículo particular, seguido del avión
Duración de la estancia	2,7 días
Tipo de alojamiento	Establecimientos hoteleros
Actividades realizadas	Pasear, visitar monumentos y museos, compras, ocio nocturno y excursiones
Satisfacción general	7,9 puntos
Gasto realizado	122,62€ por persona y día

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

2.1. Procedencia de los turistas

Lugar de residencia habitual (muestra encuestada)	
Resto de España	Extranjero
92,5%	7,5%

Procedencia de los turistas españoles (excepto Región de Murcia)

Madrid	Comunidad Valenciana	Cataluña	Andalucía	Castilla- La Mancha	Castilla y León	Resto
24,5%	24,0%	12,9%	11,6%	5,2%	2,1%	19,7%

2.2. Edad

Intervalos de edades				
Hasta 25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	Más de 55 años
2,6%	18,9%	39,2%	29,4%	9,9%

2.3. Profesión y situación laboral

Profesión y situación laboral				
Empleado	Empresario	Directivo / profesional liberal	Funcionario	Otros
61,5%	16,2%	13,2%	4,2%	4,9%

El porcentaje de visitantes nacionales, 92,5%, es muy superior al de visitantes de origen extranjero, un 7,5%.
El turista de negocios es relativamente joven. El 60,7% tiene menos de 46 años.



3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Con quién realizó el viaje

Con quién realizó el viaje			
Solo/a	Con familia	Con compañeros o amigos	En pareja
57,0%	5,7%	34,0%	3,8%

Número de personas con las que realizó el viaje				
Solo/a	Dos	Tres / cuatro	Cinco / seis	Siete y más
57,0%	23,4%	12,5%	2,3%	4,8%

3.2. Medio de transporte utilizado

Medios de transporte utilizados (respuesta múltiple)			
Vehículo particular	Avión	Vehículo alquilado	Tren
66,4%	17,0%	16,2%	5,3%

3.3. Duración de la estancia

Duración de la estancia				
Un día	Dos días	Tres	Cuatro	Cinco o más días
36,6%	30,6%	14,7%	11,3%	6,8%

Aunque, en general, el turista de negocios viaja solo (57,0%), a la hora de elegir compañía para el viaje opta por compañeros de trabajo o amigos (34,0%).

El medio de transporte más utilizado es el vehículo particular (66,4%), seguido del avión (17,0%) y la duración de la estancia ronda los tres (2,7) días.



4. ALOJAMIENTO

4.1. Tipo de alojamiento utilizado

Tipo de alojamiento utilizado	
Establecimiento hotelero	Vivienda
96,2%	3,8%

4.2. Categoría del establecimiento hotelero

Categoría del establecimiento hotelero			
4 y 5 estrellas	3 estrellas	1 y 2 estrellas	Pensión
69,3%	28,3%	2,0%	0,4%

5. PLANIFICACIÓN DEL VIAJE (turistas alojados en alojamientos colectivos 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
22,3%	25,0%	20,1%	15,2%	12,1%	5,3%

El 96,2% de los turistas se aloja en establecimientos hoteleros, frente a un 3,8% que opta por una vivienda alquilada o cedida por algún amigo o familiar.

Casi la mitad de los turistas (47,3%) planifican su viaje con una antelación inferior a una semana.



5.2. Conceptos del viaje reservados en origen

Conceptos del viaje reservados en el lugar de origen						
Solo alojamiento	Alojamiento y desayuno	Media Pensión	Pensión Completa	Transporte	Alquiler de vehículos	Inscripción congreso
24,2%	50,2%	7,9%	5,7%	17,7%	7,9%	7,2%

5.3. Medio utilizado para la reserva

Medio utilizado para la reserva (respuesta múltiple)				
Empresa / Agencia de viajes	Por teléfono	Internet / Smartphone	Colegio / asociación profesional	Otro
35,5%	25,7%	20,0%	8,3%	10,5%

5.4. Utilización de smartphone en la planificación del viaje

Si dispone de <i>smartphone</i> , ¿utiliza este dispositivo para planificar su viaje?			
No	Sí, consulto información	Sí, busco ofertas	Sí, realizo reservas
21,3%	51,6%	23,7%	3,4%

Casi nueve de cada diez turistas viaja con reserva previa de alojamiento realizada en el lugar de origen.

Si bien una gran parte de las reservas se realizan a través de las empresas (35,5%), entre las realizadas directamente por el turista los medios más utilizados son la reserva telefónica (25,7%) e Internet (20%).

La mayoría de los turistas usa el smartphone para planificar su viaje (78,7%)



6. VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

6.1. Valoración de los servicios e instalaciones

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

Valoración de las instalaciones y servicios turísticos (Puntuación de 1 a 10)	
INSTALACIONES Y SERVICIOS	Puntuación
Hospitalidad / trato	8,8
Oferta gastronómica	8,6
Confort del alojamiento	8,4
Relación calidad / precio del alojamiento	8,1
Oferta comercial	7,9
Oferta actividades culturales/deportivas	7,8
Accesos y señalización	7,8
Información turística	7,7
Equipamientos / servicios transporte	7,6
Limpieza de calles	7,5
Oferta de ocio	7,3
Ruidos, contaminación	6,8
Plazas de aparcamiento	6,0
Espacios verdes	6,0
SATISFACCIÓN GENERAL DE SU ESTANCIA	7,9

La valoración media de las instalaciones y los servicios recibidos es alta, 7,9 puntos en una escala del 1 al 10, siendo los conceptos mejor valorados la hospitalidad y el trato con 8,8 puntos, la oferta gastronómica con 8,6 puntos, el confort del alojamiento con 8,4 puntos, la relación calidad/precio del alojamiento con 8,1 puntos y la oferta comercial con 7,9 puntos y la oferta de actividades culturales/deportivas con 7,8 puntos.



7. ACTIVIDADES REALIZADAS

7.1. Actividades realizadas durante la estancia

Actividades realizadas (respuesta múltiple)					
Pasear/ Naturaleza	Monumentos/ museos	Compras/ servicios	Ocio nocturno	Excursiones	Deportes
54,5%	39,4%	36,4%	30,3%	18,2%	13,6%

8. FIDELIDAD DEL TURISTA

8.1. Primera estancia en la Región

Primera estancia en la Región	
Turistas nuevos	Turistas repetidores
18,1%	81,9%

Número de viajes realizados anteriormente por los turistas repetidores

Número de viajes realizados anteriormente a la Región				
Uno	Dos	Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
3,5%	10,3%	10,8%	21,7%	53,7%

Aproximadamente una cuarta parte de los turistas de negocios realizan actividades complementarias, relacionadas sobre todo con el descubrimiento del entorno (54,5%), la visita a monumentos y museos (39,4%), las compras (36,4%), el ocio nocturno (30,3%) y las excursiones (18,2%). Un 18,1% de los turistas de negocios visitaban por primera vez la Región de Murcia.



Número de viajes totales de ocio

Número de viajes totales de ocio / descanso que realiza al año (a cualquier destino)				
Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco y más
10,2%	26,0%	21,7%	13,6%	28,5%

Número de viajes totales de turismo de negocios

Número de viajes de turismo de negocios que realiza al año (a cualquier destino)			
1-15	16-30	31-45	Más de 45
36,3%	24,8%	12%	26,9%

¿Permanece algún día adicional por motivos de ocio?

Número de viajes realizados anteriormente a la Región	
Sí	No
8,3%	91,7%

8.2. Próximas vacaciones de verano

Próximas vacaciones de verano				
Región de Murcia	Otra provincia	Otro país	No sabe si tendrá	Sin decidir
6,1%	30,2%	16%	6,9%	40,8%

Más de la mitad de los turistas (63,8%) realiza más de dos viajes de ocio o descanso al año. La mayoría (63,7%) viaja por motivo de negocios más de 15 veces al año.

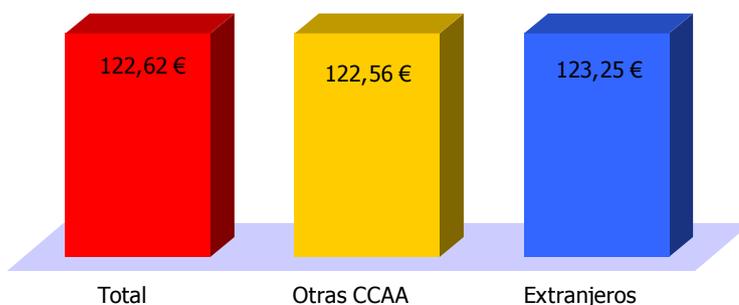
Un 8,3% de estos turistas alargan su estancia y aprovechan para realizar alguna actividad de ocio en el destino.



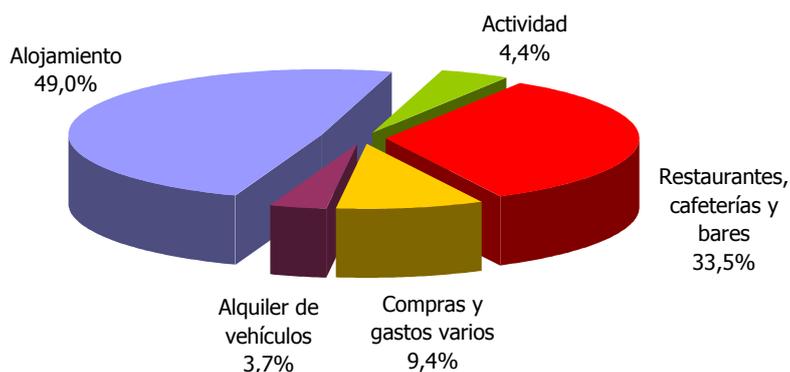
9. GASTO MEDIO REALIZADO

Gasto total por persona y día en la Región de Murcia		
Total (sin residentes en la Región)	Residentes en España	Residentes en el extranjero
122,62 €	122,56 €	123,25 €

Gasto total por persona y día.
Turismo de negocios



Distribución del gasto



El gasto medio diario del turista de negocios en la Región de Murcia alcanza los 122,62 euros, siendo uno de los segmentos turísticos con un gasto diario más alto. El gasto diario realizado por los turistas españoles de otras comunidades, 122,56 euros es prácticamente igual que el realizado por los turistas extranjeros, 123,25 euros. Los componentes del gasto que tienen un mayor peso en el presupuesto final son el gasto en alojamiento (49%); en restaurantes, cafeterías y bares (33,5%); y en compras (9,4%).

