

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
1. Perfil del turista de negocios	4
2. Características sociodemográficas del turista	6
3. Características del viaje	9
4. Alojamiento	12
5. Planificación del viaje	13
6. Actividades realizadas	21
7. Fidelidad del turista	16
8. Valoración del evento / congreso	21
9. Gasto medio realizado	22

1. PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS

El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2022-2032 establece como una de las principales vías de mejora de la competitividad del sector turístico regional la reestructuración del portafolio de productos. Una reestructuración basada en la diversificación, la especialización y la transversalidad. Pero en esta renovación no solo se trata de generar nuevos productos, sino que también es preciso reorientar los productos ya consolidados, como es el caso del turismo de congresos y negocios, para adaptarlos a los nuevos requerimientos de la demanda postCovid-19.

Aunque el turismo de congresos y negocios ha sido uno de los grandes afectados por la crisis sanitaria, a día de hoy se postula como un factor clave para la reactivación completa del sector turístico. Antes de la pandemia, este producto aportaba una gran actividad y ocupación durante buena parte del año a un número importante de establecimientos hoteleros en los destinos asociados. De hecho, los viajes de trabajo/negocios/reuniones supusieron 425.000 turistas en 2019 en la Región de Murcia, el 8,2% de los viajes turísticos, y unos ingresos de 263 millones de euros, el 9,4% del gasto turístico.

Al hablar de turismo de congresos y negocios hay que hablar de ciudades, siendo Murcia y Cartagena los destinos donde mayor presencia tiene este segmento turístico, contando a su favor la mayor madurez del destino, un desarrollo turístico que ha ido paralelo al desarrollo de la oferta de infraestructuras y servicios y un mayor reconocimiento de su oferta.

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 2022, 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 principalmente.

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 visitante de negocios y congresos es **mayoritariamente nacional**. Los turistas con pernoctación y origen en **otras comunidades autónomas** suponen el 25% y los procedentes del **extranjero** un 15%.

Un 23,7% 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. La gran mayoría de visitantes ha utilizado un establecimiento de **4 estrellas**, en concreto, un 86% de ellos.

A la hora de elegir **compañía para el viaje** este turista opta por los compañeros de trabajo o amigos (57,4%), aunque un 34,4% viaja solo.

El **medio de transporte** principalmente utilizado es el vehículo particular (63,3%), seguido del avión (26,7%), el vehículo alquilado (13,3%) y el tren (11,7%).

Sus **estancias son cortas** y en muchos casos no prolonga su visita en más de un día. El porcentaje de visitantes que no pernoctan ronda el 40%. No obstante, uno de cada tres visitantes de esta tipología disfruta de estancias de tres 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 la gastronomía (93,4%), la visita a monumentos y museos (52,5%), los paseos y el disfrute de la naturaleza (33%), las compras (32,8%), disfrutar del sol y la playa (27,9%) y los deportes (23%).

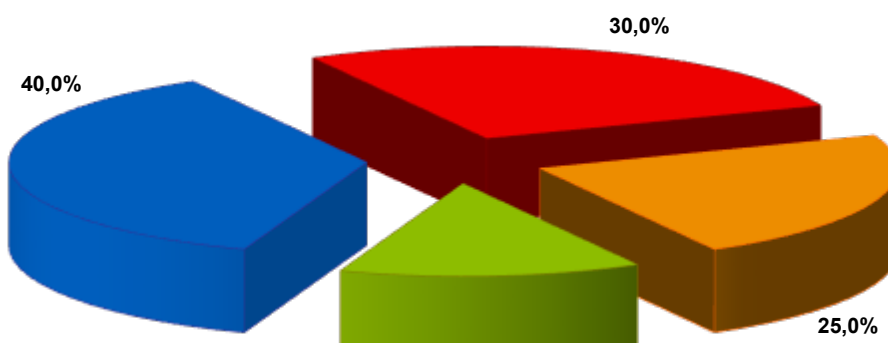
El **gasto medio diario** del turista de negocios en la Región de Murcia alcanza los 200 euros, siendo uno de los segmentos turísticos con un gasto diario más alto. Supone más del doble del gasto de otro turista habitual del ámbito urbano, el turista cultural con 96,43 €.

La **valoración media** por parte de los asistentes a reuniones y congresos de las instalaciones y los servicios recibidos es muy alta, siendo los conceptos mejor valorados el lugar elegido para la reunión y sus infraestructuras con 9,5 puntos y la organización con 9,3 puntos. Del mismo modo, la valoración general del desarrollo del congreso o evento obtiene una calificación de sobresaliente con 9,3 puntos en una escala del 1 al 10.

Perfil del turista de negocios. Otoño 2022	
Procedencia de los turistas de otras CCAA	Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid y Cataluña
Edad	No destaca ningún intervalo de edad en concreto
Con quién viaja	Con compañeros o amigos y, en menor medida, solo
Medio de transporte	Vehículo particular, seguido del avión
Duración de la estancia	2,7 días
Tipo de alojamiento	Establecimientos hoteleros
Actividades realizadas	Gastronomía, visita a monumentos y museos, paseos y naturaleza, compras
Satisfacción general	9,3 puntos
Gasto realizado	200 € por persona y día

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

2.1. Procedencia de los visitantes

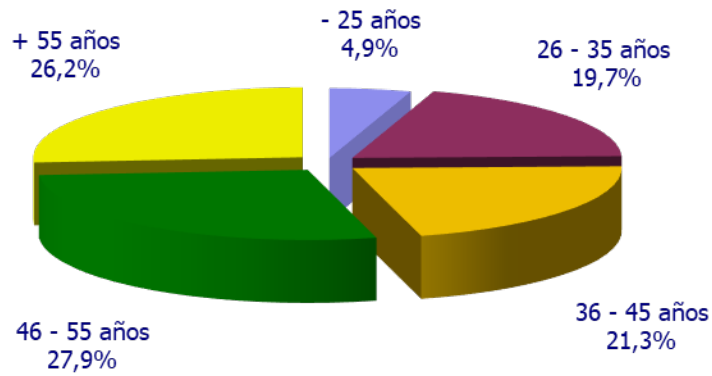


Procedencia de los turistas españoles				
Andalucía	Comunidad Valenciana	Madrid	Cataluña	Resto
24,4%	22%	19,5%	17,1%	17%

El 40% de los visitantes que viajan hasta la Región de Murcia por negocios o congresos son excursionistas. El restante 60% pernoctan en la Región y se consideran, por tanto, turistas. Entre estos, el porcentaje de visitantes nacionales supera al de extranjeros. Entre los turistas nacionales las principales procedencias son Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid y Cataluña.



2.2. Edad

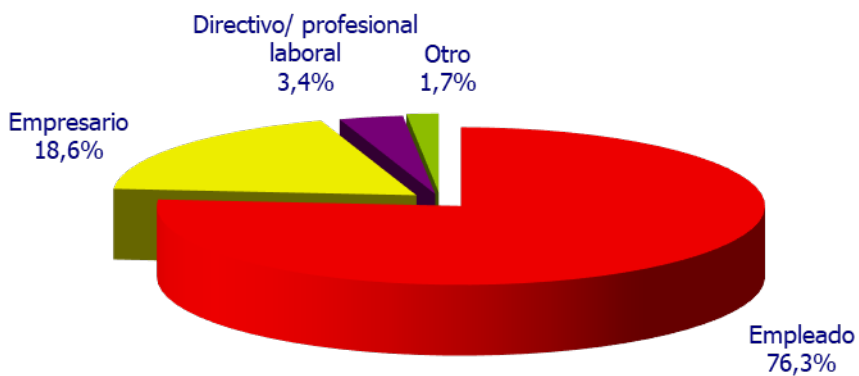


Intervalos de edades				
Hasta 25 años	26-35 años	36-45 años	46-55 años	Más de 55 años
4,9%	19,7%	21,3%	27,9%	26,2%

En este segmento de turismo de negocios y congresos no destaca ningún intervalo de edad en concreto, si bien la franja que mayor cuota presenta es la que va de los 46 a los 55 años, con el 27,9%.



2.3. Profesión y situación laboral



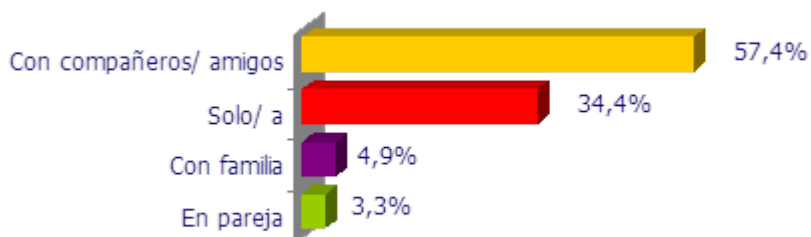
Empleado	Empresario	Directivo / profesional liberal	Otro
76,3%	18,6%	3,4%	1,7%

La profesión mayoritaria entre los visitantes de negocios y congresos analizados ha sido la de empleado. La segunda categoría más frecuente ha sido la de empresarios.



3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Con quién realizó el viaje

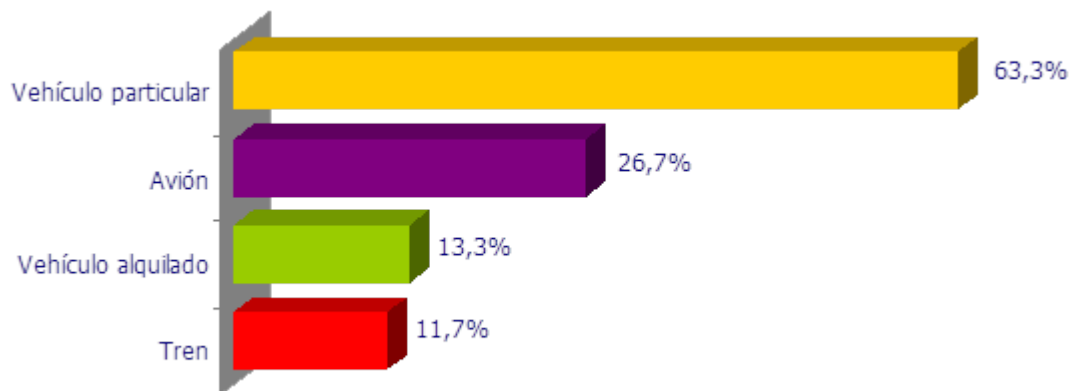


Con quién realizó el viaje			
Con compañeros o amigos	Solo/a	Con familia	En pareja
57,4%	34,4%	4,9%	3,3%

El visitante que viaja a la Región de Murcia por negocios o congresos lo hace solo (34,4%) o llega principalmente en grupo con otros compañeros o amigos (57,4%).



3.2. Medio de transporte utilizado

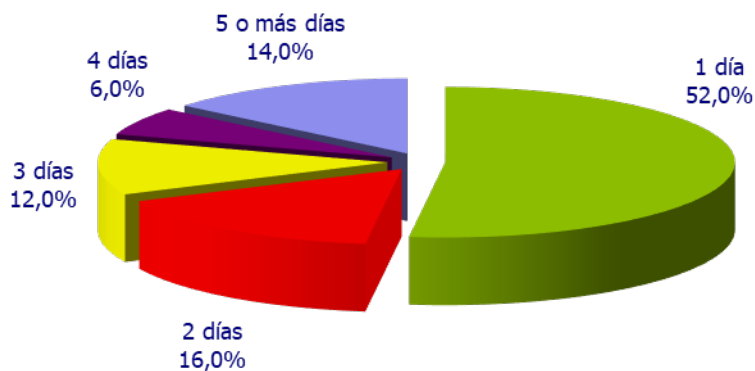


Vehículo particular	Avión	Vehículo alquilado	Tren
63,3%	26,7%	13,3%	11,7%

El vehículo particular (63,3%) es el transporte principal en este segmento turístico, seguido, a bastante distancia, por el avión (26,7%). Del resto de medios de transporte, el vehículo alquilado (13,3%) y el tren (11,7%) alcanzan una cierta presencia.



3.3. Duración de la estancia de los visitantes



Duración de la estancia				
Un día	Dos días	Tres	Cuatro	Cinco o más días
52,0%	16,0%	12,0%	6,0%	14,0%

En este segmento turístico, la mayor parte de los visitantes registra estancias no superiores a los tres días. Un 52% de ellos no permanece más de un día en el destino.

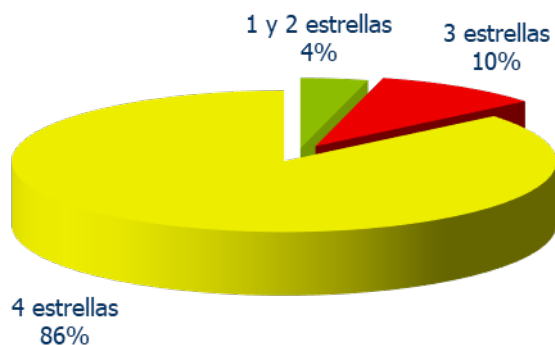


4. ALOJAMIENTO

4.1. Tipo de alojamiento utilizado por los turistas

Tipo de alojamiento utilizado
Establecimiento hotelero
100%

4.2. Categoría del establecimiento hotelero



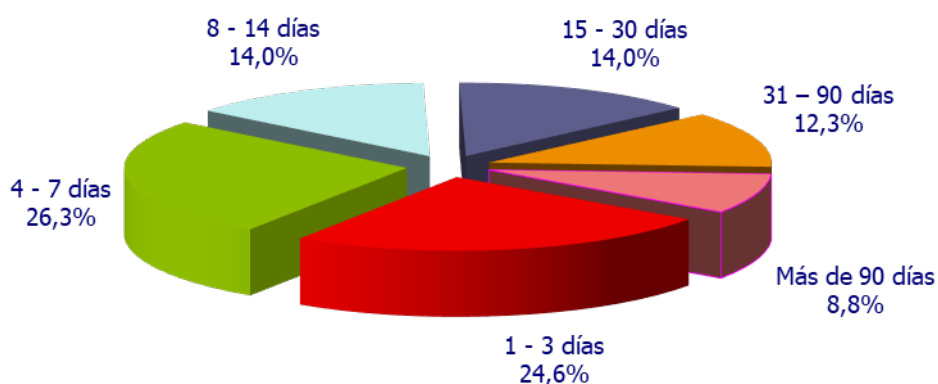
Categoría del establecimiento hotelero		
4 estrellas	3 estrellas	1 y 2 estrellas
86,0%	10,0%	4,0%

La gran mayoría de visitantes ha utilizado un establecimiento de 4 estrellas, en concreto, un 86% de ellos.



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

5.1. Tiempo de antelación en la planificación del viaje

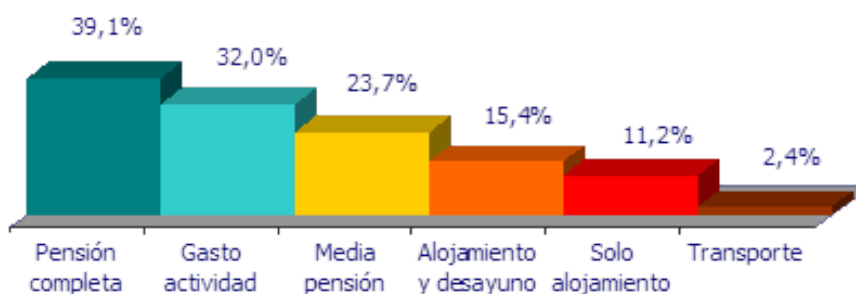


Tiempo de antelación en la planificación del viaje					
1-3 días	4-7 días	8-14 días	15-30 días	31-90 días	+ 90 días
24,6%	26,3%	14,0%	14,0%	12,3%	8,8%

El tiempo de antelación en la planificación del viaje es inferior en este segmento al de los segmentos vinculados al ocio. La mitad de los turistas (50,9%) planifican su viaje con una antelación inferior a una semana (23% en 'sol y playa').



5.2. Conceptos del viaje reservados en origen



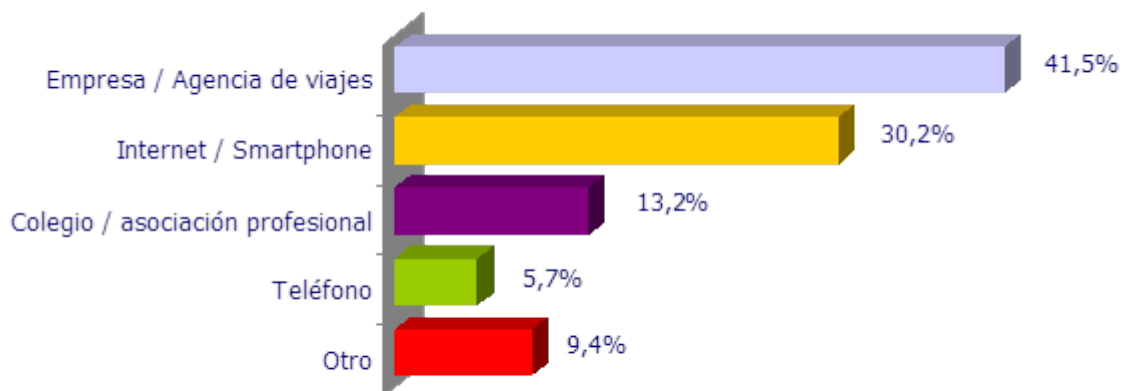
Conceptos del viaje reservados en el lugar de origen					
Pensión Completa	Gasto actividad	Media Pensión	Alojamiento y desayuno	Solo alojamiento	Transporte
39,1%	32,0%	23,7%	15,4%	11,2%	2,4%

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

Es mayoritaria la opción de haber reservado pensión completa o media pensión en su lugar de origen.



5.3. Medio utilizado para la reserva

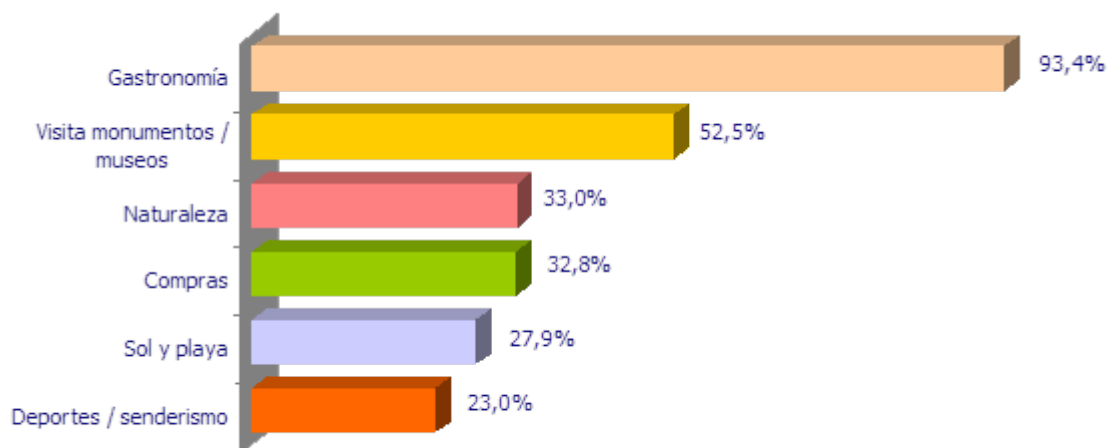


Medio utilizado para la reserva (respuesta múltiple)				
Empresa /Agencia de viajes	Internet / Smartphone	Colegio / asociación profesional	Por teléfono	Otro
41,5%	30,2%	13,2%	5,7%	9,4%

Si bien una gran parte de las reservas se realizan a través de las empresas (41,5%) y los colegios o asociaciones profesionales (13,2%), entre las realizadas directamente por el turista el medio más utilizado es Internet (30,2%).



6. ACTIVIDADES REALIZADAS



Actividades realizadas durante la estancia (respuesta múltiple)					
Gastronomía	Visita monumentos / museos	Pasear / Disfrutar naturaleza	Compras / servicios personales	Disfrutar del sol y playa	Deportes y/o senderismo
93,4%	52,5%	33,0%	32,8%	27,9%	23,0%

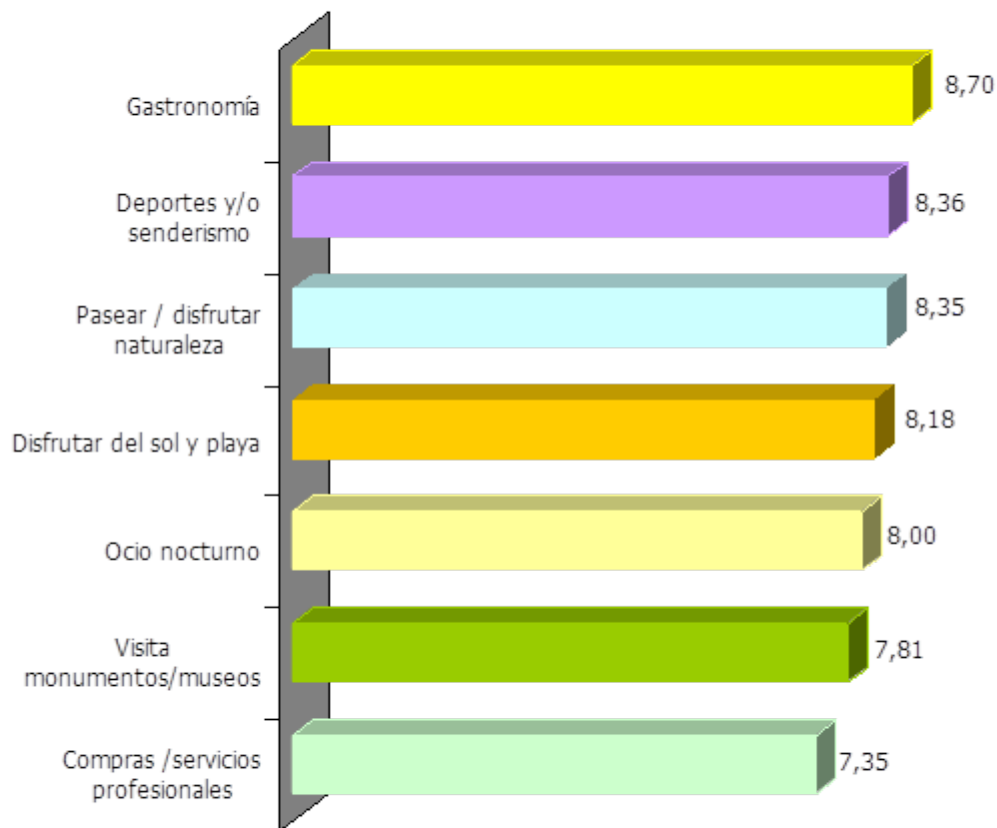
Los turistas de negocios y congresos realizan actividades complementarias durante su estancia. Las principales son la gastronomía (93,4%), la visita a monumentos y museos (52,5%), los paseos y el disfrute de la naturaleza (33%), las compras (32,8%), disfrutar del sol y la playa (27,9%) y los deportes (23%).



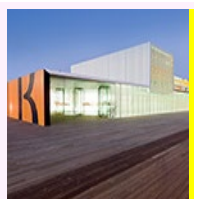
6.1. Satisfacción general y valoración de las actividades realizadas durante la estancia

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

Satisfacción general con el destino
8,02

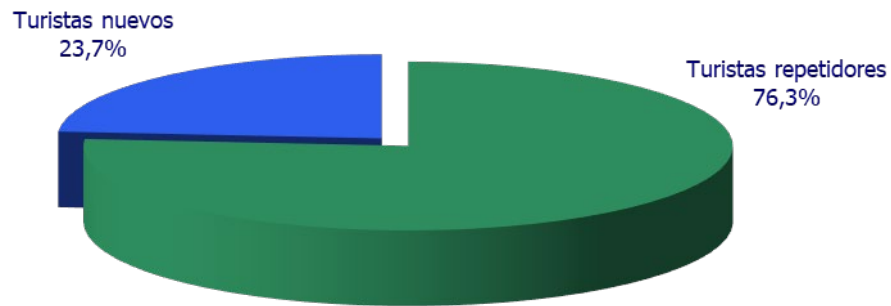


La satisfacción general del turista de negocios y congresos en su visita a la Región de Murcia es elevada: 8 puntos sobre 10.
Al valorar las actividades realizadas, las que obtuvieron mejor puntuación fueron la gastronomía con 8,7 puntos; practicar deporte y/o pasear por la naturaleza con 8,4 puntos; escapadas de sol y playa con 8,2 puntos y ocio nocturno con 8 puntos.



7. FIDELIDAD DEL TURISTA

7.1. Primera estancia en la Región

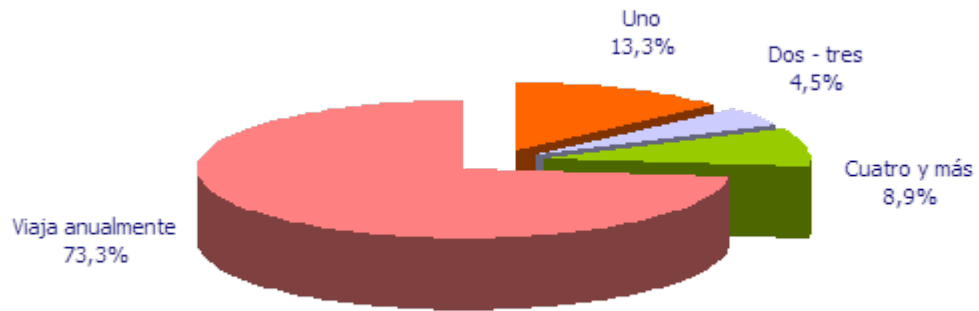


Primera estancia en la Región	
Turistas nuevos	Turistas repetidores
23,7%	76,3%

El porcentaje de nuevos turistas (23,7%), entendidos como los que han visitado la Región de Murcia por vez primera, resulta en este estudio superior al del estudio anterior de 2016 (18%).



Número de viajes realizados anteriormente por los turistas repetidores

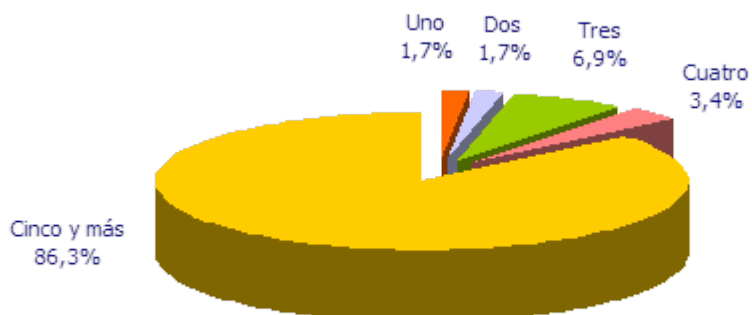


Número de viajes realizados anteriormente a la Región				
Uno	Dos	Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
13,3%	2,2%	2,2%	8,9%	73,3%

Casi tres de cada cuatro turistas repetidores se desplazan todos los años a la Región de Murcia en viajes de turismo.



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
1,7%	1,7%	6,9%	3,4%	86,3%

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
53,6%	7,1%	10,7%	28,6%

Casi cuatro de cada diez turistas de negocios entrevistados realizan más de 30 viajes al año específicos de esta tipología turística.



8. VALORACIÓN DEL EVENTO / CONGRESO

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

Valoración del evento / congreso (Puntuación de 1 a 10)	
	Puntuación
Contenidos	9,23
Organización	9,31
Infraestructuras / lugar	9,54
Cumplimiento de expectativas	9,31
VALORACIÓN GLOBAL DEL EVENTO / CONGRESO	9,31



La valoración media por parte de los asistentes a reuniones y congresos de las instalaciones y los servicios recibidos es muy alta, siendo los conceptos mejor valorados el lugar elegido para la reunión y sus infraestructuras con 9,5 puntos y la organización con 9,3 puntos.

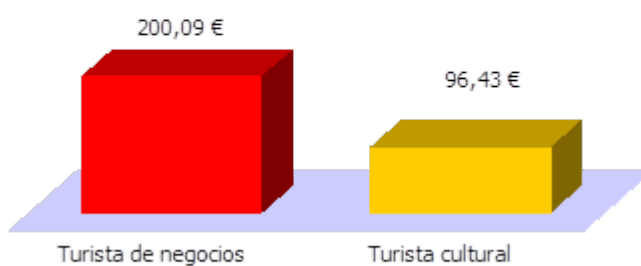
Del mismo modo, la valoración general del desarrollo del congreso o evento obtiene una calificación de sobresaliente con 9,3 puntos en una escala del 1 al 10.



9. GASTO MEDIO REALIZADO

Gasto total por persona y día en la Región de Murcia
Total (sin residentes en la Región)
200,09 €

Gasto total por persona y día.
Turismo de negocios y cultural



El gasto medio diario del turista de negocios en la Región de Murcia alcanza los 200 euros, siendo uno de los segmentos turísticos con un gasto diario más alto. Supone más del doble del gasto de otro turista habitual del ámbito urbano, el turista cultural con 96,43 €.

