

ESTUDIOS DE PRODUCTOS

TURISMO DE GOLF - VERANO 2014





LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA REGIÓN DE MURCIA. TURISMO DE GOLF. VERANO 2014



Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación

Elaboración:

Unidad de Estadística

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Fecha de edición:

Mayo de 2015

INDICE

	<u>Pág.</u>
1. Perfil del turista	4
2. Características sociodemográficas del turista	7
3. Características del viaje	8
4. Alojamiento	9
5. Planificación del viaje	10
6. Valoración de la oferta turística, instalaciones y práctica del golf	11
7. Actividades realizadas	14
8. Fidelidad del turista	14
9. Modo de conocimiento de la oferta turística de la Región	15
10. Principales atractivos de la Región de Murcia	15
11. Gasto medio realizado	16

1. PERFIL DEL TURISTA

1.1. Perfil general del turista de golf

La solvencia externa del sector turístico de la Región de Murcia viene avalada por el importante incremento del turismo internacional y de su gasto durante 2014. Según los datos de la encuesta Frontur del Instituto de Turismo de España, el turismo extranjero acabó el año en cifras récord de llegadas de turistas extranjeros a la Región, con 805.658 turistas, un 29,6% más que en 2013. Del mismo modo, el gasto turístico marcó su mejor dato en 2014 con 875 millones de euros generados por el turismo internacional, un 43,8% más que en 2013. En ambos indicadores, afluencia y gasto, la Región de Murcia fue la comunidad autónoma que presentó unas mayores tasas de crecimiento interanual.

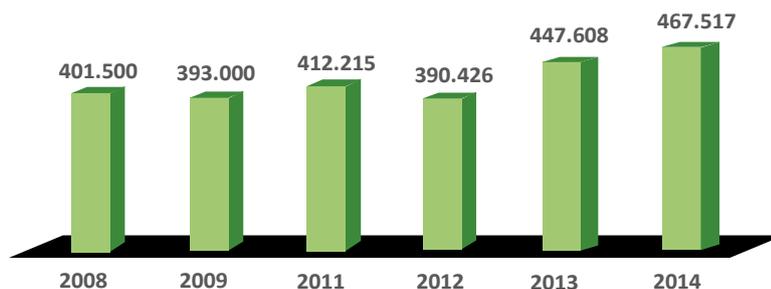
Este crecimiento del turismo internacional se ha traducido en una mayor afluencia de turistas que viajaron hasta la Región de Murcia con la motivación de jugar al golf. Según las estimaciones derivadas de las encuestas específicas a los productos turísticos realizadas por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, la comunidad recibió durante 2014 un total de 130.000 turistas de golf.

El segmento de golf en la Región de Murcia se caracteriza por una baja estacionalidad, hecho este motivado fundamentalmente por las condiciones climáticas excepcionales que permiten la práctica de este deporte durante todo el año, lo que favorece un comportamiento regular de la demanda extranjera.

La Región de Murcia cuenta con 17 campos de golf, la mayor parte de ellos en un radio de 50 kilómetros, que ofrecen al turista la posibilidad de combinar diferentes terrenos de juego en desplazamientos cortos, algo muy valorado. Se ofrece asimismo un alto nivel de infraestructuras paralelas, con alojamientos hoteleros de cuatro y cinco estrellas, así como apartamentos y villas.

El total de salidas vendidas en los campos de golf de la Región no solo se ha consolidado sino que ha aumentado de manera significativa en los dos últimos años. Durante el año 2014 se vendieron 467.517 green fees, casi 20.000 más que en 2013.

Green fees vendidos en la Región de Murcia · Años 2008-2014



El presente estudio tiene como objetivo el análisis de la demanda de turismo de golf, de manera que constituya un instrumento para el desarrollo de estrategias y la toma de decisiones dentro del sector tanto en el ámbito público como privado.

Las labores de encuestación previas que dan soporte a este estudio han sido llevadas a cabo durante los meses de julio y agosto de 2014 en las zonas receptoras más relevantes del litoral de la Región de Murcia:

- La Manga del Mar Menor
- Mar Menor

De este modo, se obtienen datos sobre las principales características sociodemográficas de los turistas así como los detalles de su viaje, motivo, duración, alojamiento, acompañamiento, actividades realizadas, gasto, valoración de los servicios e instalaciones relacionadas con este deporte...

Entre los resultados más destacados cabe reseñar:

El turista de golf nacional procede principalmente de **Madrid, Comunidad Valenciana y Cataluña**.

La demanda extranjera de turismo de golf proviene, fundamentalmente, del mercado del **Reino Unido**, que consume el 48,7 por ciento del total de green fees vendidos a no residentes. El segundo mercado en importancia es el de los **Países Nórdicos**, que absorbe una cuota de mercado del 38,4 por ciento en cuanto a los green fees, mientras que en tercera posición se sitúa **Alemania**, que representa el 6 por ciento.

El **grado de fidelidad** de los turistas a la Región de Murcia como destino de golf es notablemente alto, ya que un 78,8% de los turistas ya habían visitado la Región en ocasiones anteriores.

El **acompañamiento** preferido para el viaje es la pareja (49,5%) y la familia (29,7%) y el **intervalo de edad** más frecuente es el comprendido entre los 36 y los 45 años.

El **medio de transporte** principal es el avión (63,6%), una proporción mucho más elevada que en otras tipologías turísticas. El vehículo particular es utilizado por el 47,5% de los turistas.

La **duración media de la estancia** es de 13 días.

La vivienda, sobre todo la alquilada, es el **medio de alojamiento** más utilizado, en un 56,8% de los casos. No obstante, los turistas de golf optan en mayor proporción por el **establecimiento hotelero**, 42,3%, que los turistas de sol y playa.

De media, estos turistas realizan **uno o dos viajes de golf**, de un total de tres viajes vacacionales al año. Y casi la mitad de estos turistas realizan cuatro o más **salidas a los campos de golf** en su visita a la Región.

Entre las principales **actividades realizadas** por los turistas durante su viaje, además de la práctica del golf, se encuentran disfrutar del sol, la playa y la naturaleza, realizar excursiones, el ocio nocturno e ir de compras.

En cuanto al **medio de conocimiento de la oferta turística** de la Región de Murcia, un 50,6% de los turistas la ha conocido gracias al consejo de familiares y amigos, un 41,8% por visitas anteriores a la Región de Murcia y un 18,5% a través de Internet.

El **gasto medio diario** realizado en la Región en el periodo analizado, verano de 2014, se eleva a 124,82€, siendo el gasto de los turistas extranjeros, 129,60€, más elevado que el de los turistas españoles de otras comunidades, 123,13€. Estos datos avalan al turista de golf como el que mayor gasto dedica a sus vacaciones de entre el conjunto de tipologías turísticas analizadas en la Costa Cálida.

El **nivel de satisfacción general** de los turistas puede considerarse bastante elevado, 7,8 puntos sobre 10. Los aspectos mejor valorados son los relativos a las instalaciones, al personal y al entorno. Asimismo, los precios también obtienen una buena calificación.

Perfil general del turista de golf. Verano 2014	
Procedencia de los turistas españoles	Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Castilla y León
Procedencia de los turistas extranjeros	Reino Unido, Países Nórdicos, Alemania
Edad	36-45 años
Con quién viaja	En pareja, con familia
Medio de transporte	Avión, vehículo particular
Duración de la estancia	13 días
Tipo de alojamiento	Vivienda, establecimiento hotelero
Actividades realizadas	Deportes, sol y playa, ocio nocturno, excursiones, compras, naturaleza
Satisfacción general	7,8 puntos (sobre 10)
Gasto realizado	124,82€ por persona y día

2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL TURISTA

2.1. Procedencia de los turistas

Procedencia de los turistas españoles

Procedencia de los turistas españoles				
Madrid	Castilla – La Mancha	Castilla y León	Comunidad Valenciana	Resto
48,3%	13,3%	13,3%	13,3%	11,8%

Procedencia de los turistas extranjeros

Procedencia de los turistas extranjeros				
Reino Unido	Países Nórdicos	Alemania	Francia	Resto
48,7%	38,4%	6%	2,7%	4,2%

2.2. Edad

Edad					
- 25 años	26 - 35 años	36 - 45 años	46 - 55 años	56 - 65 años	+ 65 años
14,3%	6,1%	42,1%	31,5%	4,9%	1%

2.3. Profesión y situación laboral

Profesión y situación laboral							
Empleado/a	Empresario/a	Funcionario/a	Tareas domésticas	Estudiante	Jubilado/a	Directivo/ Profesional	Obrero
55,2%	11,0%	9,4%	9%	8,5%	3,5%	1,9%	1,5%

3. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

3.1. Con quién realizó el viaje

Con quién realizó el viaje (respuesta múltiple)			
Solo	Con familia	Con amigos	En pareja
3,6%	29,7%	22,5%	49,5%

Número de personas con las que realizó el viaje

Número de personas con las que realizó el viaje			
Solo	Dos	Tres / cuatro	Cinco y más
3,7%	46,8%	45,0%	4,5%

3.2. Medio de transporte utilizado

Medio de transporte utilizado (respuesta múltiple)			
Vehículo particular	Avión	Vehículo alquilado	Caravana
47,5%	63,6%	5,5%	2,8%

3.3. Duración de la estancia

Duración de la estancia			
Hasta 7 días	8 – 14 días	15 – 30 días	Más de 1 mes
74,8%	9,9%	12,6%	2,7%

4. ALOJAMIENTO

4.1. Tipo de alojamiento utilizado

Tipo de alojamiento utilizado		
Vivienda	Establecimiento hotelero	Camping/Apartamentos
56,8%	42,3%	0,9%

4.2. Categoría del alojamiento

Establecimientos hoteleros

Categoría del alojamiento		
4 y 5 estrellas	3 estrellas	1 y 2 estrellas
93,3%	5,4%	1,3%

Modalidad de vivienda utilizada

Modalidad de vivienda utilizada		
Propia	Prestada por familia / amigos	Alquilada
27%	30,4%	42,6%

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	Más de 90 días
12,6%	18,9%	31,5%	19,8%	12,6%	4,5%

5.2. Conceptos del viaje reservados en origen

Conceptos del viaje reservados en el lugar de origen (respuesta múltiple)					
Transporte	Sólo alojamiento	Alojamiento y desayuno	Media pensión	Pensión completa	No reserva
72,1%	45,4%	6,5%	23,6%	23,8%	0,7%

5.3. Medio utilizado para la reserva

Medio utilizado para la reserva del alojamiento (respuesta múltiple)			
Por teléfono	Agencia de viajes	Agencia inmobiliaria	Internet / Smartphone
27,5%	25,8%	8,5%	54,1%

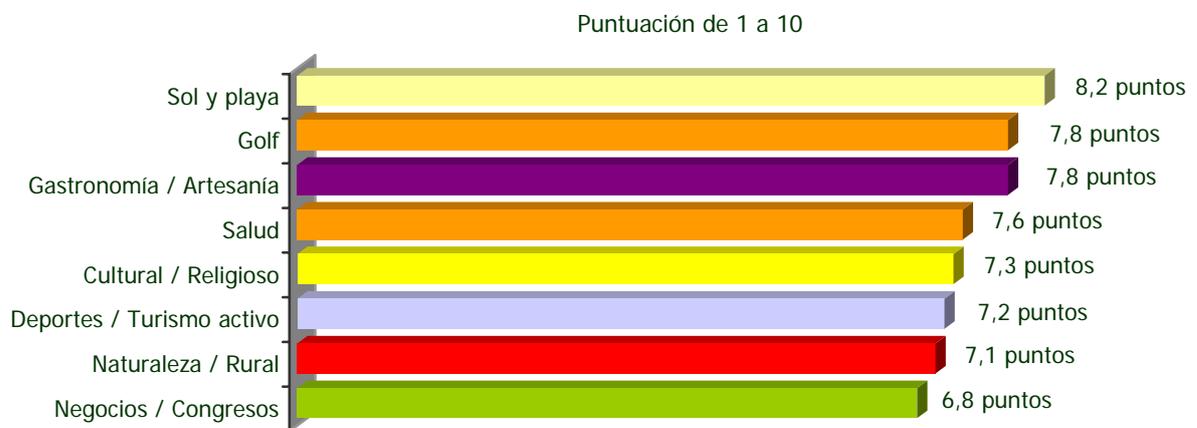
5.4. Utilización de smartphone en la planificación del viaje

Si dispone de smartphone, ¿utiliza este dispositivo para planificar su viaje?			
No	Sí, consulto información	Sí, busco ofertas	Sí, realizo reservas
23,4%	40,5%	20,7%	15,3%

6. VALORACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA, INSTALACIONES Y PRÁCTICA DEL GOLF

6.1. Valoración de los productos turísticos

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



6.2. Valoración de las instalaciones, características del juego y precios

Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien
1	3	5	7	10

INSTALACIONES	Valoración
Tranquilidad	8,5
Entorno / Medio ambiente	8,4
Trato del personal	8,3
Aparcamiento del campo	8,1
Calidad del club social	8,1
Estado de las calles	8,0
Caddie Master	7,9
Acceso al campo	7,8
Estado del campo	7,8
Estado de los buggies	7,4
Zona del pitch & bunker	7,4
Estado de los greens	7,3
Zona del driving-range	7,3
Oferta del pro-shop	7,2
Zona del putting-green	7,2
CARACTERÍSTICAS DEL JUEGO	Valoración
Juego lento / rápido	7,7
Marshall	7,7
PRECIOS	Valoración
Precios green-fee	7,3
Relación calidad-precio	7,2
Precios buggies	7,1
Precios restaurante-bar	6,9
Precios pro-shop	6,9
SATISFACCIÓN GENERAL	7,8

6.3. Frecuencia de juego: número de salidas en su visita a la Región

Número de salidas en su visita a la Región					
Una	Dos	Tres	Cuatro	Cinco a diez	Más de diez
19,4%	23,6%	9,5%	23,5%	9,9%	14,1%

6.4. ¿Es usted socio o miembro de un club?

Asociados a un club	
Sí es socio de un club	No es socio de un club
52,3%	47,7%

6.5. Frecuencia de juego en su lugar de origen: número de días al mes

Frecuencia de juego en su lugar de origen. Número de días al mes					
Ninguno	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Más de cuatro
29,7%	28,8%	21,6%	10,8%	6,3%	2,7%

6.6. Número de viajes realizados

Viajes de golf realizados anualmente

Viajes de golf realizados anualmente			
Uno	Dos	Tres	Cuatro
51,4%	34,2%	8,1%	6,3%

Viajes totales realizados anualmente

Viajes totales realizados anualmente				
Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco a diez
8,1%	43,2%	25,2%	11,7%	11,7%

7. ACTIVIDADES REALIZADAS

7.1. Actividades realizadas durante la estancia

Actividades realizadas durante la estancia						
Sol y playa	Deportes	Ocio nocturno	Excursiones	Naturaleza	Compras	Visitar monumentos y museos
94,0%	70,3%	61,1%	50,4%	39,0%	33,4%	17,3%

7.2. Visitas a otras zonas de la Región

Visitas a otras zonas de la Región					
Cartagena y comarca	Murcia, Vega Baja	La Manga	Mar Menor	Mazarrón	Noroeste
62,9%	34,3%	11,4%	14,3%	5,7%	2,9%

8. FIDELIDAD DEL TURISTA

8.1. Primera estancia en la Región

Primera estancia en la Región	
Turistas nuevos	Turistas repetidores
21,2%	78,8%

Número de viajes realizados anteriormente por los turistas repetidores

Número de viajes realizados anteriormente			
Uno	Dos / Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
19,2%	17,1%	35,0%	28,7%

8.2. Próximas vacaciones de verano

Próximas vacaciones de verano				
Región de Murcia	Otra provincia	Otro país	No sabe si tendrá	Sin decidir
16,9%	4,5%	10,1%	11,2%	57,3%

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

Modo de conocimiento de la oferta turística regional				
Familiares / amigos	Anteriores visitas	Internet	Agencias de viajes	Oficinas de turismo
50,6%	41,8%	18,5%	8,8%	2,9%

10. PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

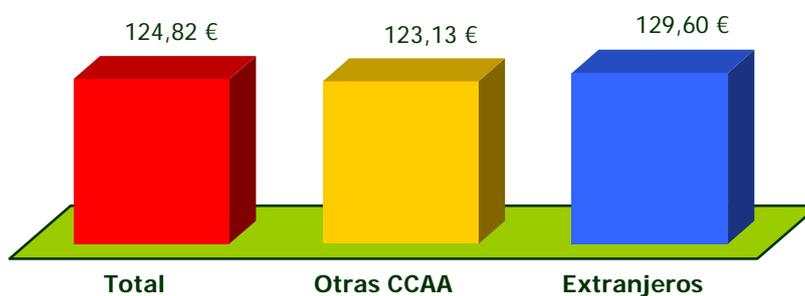
Principales atractivos de la Región de Murcia						
Clima	Paisaje / entorno	Ocio / cultura / gastronomía	Precio	Familia/amigos	Calidad instalaciones y servicios	Buenos accesos
95,5%	37,0%	28,2%	26,2%	18,9%	10,5%	5,8%

11. GASTO MEDIO REALIZADO

Gasto total por persona y día. Turismo de golf

Total (sin residentes en la Región)	Otras CCAA	Extranjeros	Residentes en la Región
124,82€	123,13€	129,60€	82,69€

Gasto total por persona y día. Turismo de golf



Distribución del gasto

