

ESTUDIO DE PRODUCTOS

TURISMO DE GOLF - VERANO  
2016





# LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA REGIÓN DE MURCIA. TURISMO DE GOLF. VERANO 2016



**Consejería de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo**

**Elaboración:**

Unidad de Estadística

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

**Fecha de edición:**

Octubre de 2016

## INDICE

	<u>Pág.</u>
<b>1. Perfil del turista</b>	<b>4</b>
<b>2. Características sociodemográficas del turista</b>	<b>7</b>
<b>3. Características del viaje</b>	<b>8</b>
<b>4. Alojamiento</b>	<b>9</b>
<b>5. Planificación del viaje</b>	<b>9</b>
<b>6. Valoración de la oferta turística, instalaciones y práctica del golf</b>	<b>10</b>
<b>7. Actividades realizadas</b>	<b>13</b>
<b>8. Fidelidad del turista</b>	<b>14</b>
<b>9. Modo de conocimiento de la oferta turística de la Región</b>	<b>14</b>
<b>10. Principales atractivos de la Región de Murcia</b>	<b>15</b>
<b>11. Gasto medio realizado</b>	<b>15</b>

## 1. PERFIL DEL TURISTA

### 1.1. El turismo de golf en la Región de Murcia

Uno de los principales retos a los que se enfrenta el sector turístico para continuar impulsando su crecimiento es la acusada estacionalidad de la demanda. Para combatirla y adaptar de una manera eficiente la oferta a esta demanda cambiante, la Región de Murcia cuenta con un portafolio de productos turísticos desestacionalizadores con ventajas en términos de rentabilidad o diversificación de mercados.

La industria del golf asentada desde hace años en la Región de Murcia y con una importante red de infraestructuras de todo tipo (deportivas, hoteleras, restauración, vivienda, etc.) está contribuyendo decisivamente con su desarrollo a romper esa barrera. Prueba de ello es que este segmento turístico concentra el 70% de las pernoctaciones entre los meses de octubre y mayo, 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.

Por otra parte, cabe destacar que el turismo de golf ha jugado un papel relevante en la internacionalización de la demanda turística en la Región de Murcia, contribuyendo a incrementar su importancia relativa como receptora de turistas extranjeros en el contexto nacional.

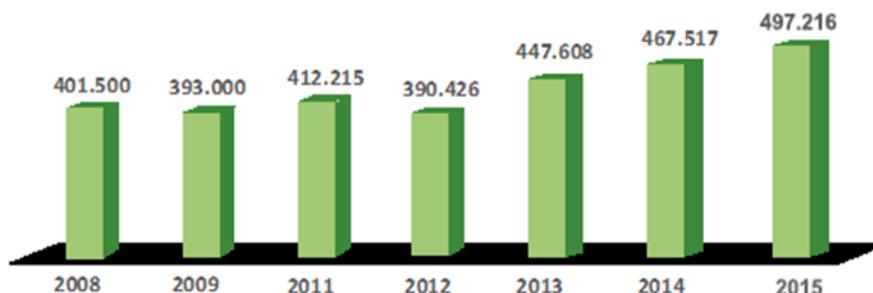
Desde la perspectiva de la oferta, los 18 campos de golf de 18 hoyos existentes en la Región de Murcia y sus servicios turísticos complementarios constituyen un fuerte potencial de equipamiento y uso turístico reglado. Las instalaciones de golf son un núcleo de atracción de oferta tanto alojativa como de restauración, recreativa y de ocio (balneario, spa) o deportiva (tenis, pádel, fútbol).

Los complejos de golf de la Región de Murcia están generando atracción de deportistas de élite, con alto poder adquisitivo, y un elevado gasto turístico. Además, la celebración de campeonatos nacionales e internacionales (golf y deportes), conlleva una gran repercusión para la economía local y regional. Todo ello supone la generación de puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, con una evolución creciente incluso durante los años de crisis económica.

El fuerte crecimiento del turismo internacional en la Región de Murcia en los últimos años va ligado a una mayor afluencia de turistas 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 2015 un total de 138.000 turistas de golf, que originaron en torno a 1.800.000 pernoctaciones.

La mayor parte de los campos de golf de la Región de Murcia se distribuyen en un radio de 50 kilómetros, lo que ofrece al turista la posibilidad de combinar diferentes terrenos de juego en desplazamientos cortos, algo muy valorado. 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 últimos años. Durante el año 2015 se vendieron 497.216 green fees, casi 30.000 más que en 2014.

### Green fees vendidos en la Región de Murcia · Años 2008-2015



## 1.2. Perfil general del turista de golf

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 verano de 2016 en las zonas receptoras más relevantes del litoral de la Región de Murcia: La Manga del Mar Menor y el 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 Castilla La Mancha**.

La demanda extranjera de turismo de golf proviene, fundamentalmente, del mercado del **Reino Unido**, que consume el 48,7% 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% en cuanto a los green fees, mientras que en tercera posición se sitúa **Alemania**, que representa el 6%.

El **grado de fidelidad** de los turistas a la Región de Murcia como destino de golf es notablemente alto, ya que un 89,2% de los turistas ya habían visitado la Región en ocasiones anteriores.

El **acompañamiento** preferido para el viaje es la pareja (64,0%) y la familia (28,0%) y el **intervalo de edad** más frecuente es el comprendido entre los 46 y los 55 años.

Debido al peso del turismo internacional en este segmento, el **medio de transporte** principal es el avión (57,4%), una proporción mucho más elevada que en otras tipologías turísticas. El vehículo particular es utilizado por el 46,3% 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 60,7% de los casos. No obstante, los turistas de golf optan en mayor proporción por el **establecimiento hotelero**, 39,3%, 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 más de la mitad de estos turistas realizan cinco 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 de la gastronomía, del sol, la playa, ir de compras, disfrutar de la naturaleza y el ocio nocturno.

En cuanto al **medio de conocimiento de la oferta turística** de la Región de Murcia, un 57,3% de los turistas la ha conocido gracias al consejo de familiares y amigos, un 44% por visitas anteriores a la Región de Murcia.

El **gasto medio diario** realizado en la Región en el periodo analizado, verano de 2016, se eleva a 133,90€, siendo el gasto de los turistas extranjeros, 139,95€, más elevado que el de los turistas españoles de otras comunidades, 111,65€. Estos datos avalan al turista de golf como el que mayor gasto dedica a sus vacaciones de entre todas las tipologías turísticas en la Costa Cálida.

El **nivel de satisfacción general** de los turistas puede considerarse bastante elevado, 8,4 puntos sobre 10. Los aspectos mejor valorados son los relativos al personal, la calidad del club social, la tranquilidad y el entorno. Asimismo, los precios también obtienen una buena calificación.

### Perfil general del turista de golf. Verano 2016

<b>Procedencia de los turistas españoles</b>	Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha
<b>Procedencia de los turistas extranjeros</b>	Reino Unido, Países Nórdicos, Alemania
<b>Edad</b>	46-55 años
<b>Con quién viaja</b>	En pareja, con familia
<b>Medio de transporte</b>	Avión, vehículo particular
<b>Duración de la estancia</b>	13 días
<b>Tipo de alojamiento</b>	Vivienda, establecimiento hotelero
<b>Actividades realizadas</b>	Gastronomía, sol y playa, compras, naturaleza, ocio nocturno
<b>Satisfacción general</b>	8,4 puntos (sobre 10)
<b>Gasto realizado</b>	133,90€ 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	Comunidad Valenciana	Castilla – La Mancha	Resto
40,0%	33,3%	6,7%	20,0%

#### 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
1,3%	4,0%	22,7%	29,3%	26,7%	16%

### 2.3. Profesión y situación laboral

Profesión y situación laboral				
Empleado/a	Funcionario/a	Jubilado/a	Directivo/ Profesional	Empresario
36,0%	22,7%	16,0%	13,3%	12,0%

### 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
-	28,0%	22,7%	64,0%

#### 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
-	49,3%	44,0%	6,7%

#### 3.2. Medio de transporte utilizado

Medio de transporte utilizado (respuesta múltiple)		
Vehículo particular	Avión	Vehículo alquilado
46,3%	57,4%	19,4%

#### 3.3. Duración de la estancia

Duración de la estancia			
Hasta 7 días	8 – 14 días	15 – 30 días	Más de 1 mes
40,0%	22,7%	36,0%	1,3%

## 4. ALOJAMIENTO

### 4.1. Tipo de alojamiento utilizado

Tipo de alojamiento utilizado	
Vivienda/apartamentos	Establecimiento hotelero
60,7%	39,3%

### 4.2. Categoría del alojamiento

#### Establecimientos hoteleros

Categoría del alojamiento	
4 y 5 estrellas	3 estrellas
86,4%	13,6%

#### Modalidad de vivienda utilizada

Modalidad de vivienda utilizada		
Propia	Prestada por familia / amigos	Alquilada
35,8%	35,8%	28,3%

## 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
4,0%	9,3%	25,3%	28,0%	24,0%	9,3%

## 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
37,8%	<b>43,2%</b>	13,5%	27,0%	10,8%

## 5.3. Medio utilizado para la reserva

Medio utilizado para la reserva del alojamiento (respuesta múltiple)			
Por teléfono	Internet / Smartphone	Agencia inmobiliaria	Agencia de viajes
<b>54,1%</b>	32,4%	10,8%	10,8%

## 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
<b>45,9%</b>	43,2%	8,1%	2,7%

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

### 6.1. Valoración de las actividades realizadas

Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien
<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>10</b>



## 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
Trato del personal	9,2
Calidad del club social	8,8
Tranquilidad	8,7
Entorno / Medio ambiente	8,7
Aparcamiento del campo	8,7
Estado de las calles	8,2
Estado del campo	8,1
Caddie Master	8,1
Estado de los greens	8,0
Acceso al campo	7,9
Estado de los buggies	7,9
Oferta gastronómica	7,8
Oferta del pro-shop	7,7
Zona del putting-green	7,7
Zona de pitch & bunker	7,6
Zona del driving-range	7,5

CARACTERÍSTICAS DEL JUEGO		Valoración
Juego lento / rápido		8,3
Marshall		8,1
PRECIOS		Valoración
Precios green-fee		8,0
Relación calidad-precio		8,0
Precios buggies		7,9
Precios pro-shop		7,8
Precios restaurante-bar		7,7

### 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
2,7%	12,0%	13,3%	17,3%	<b>53,3%</b>	1,3%

### 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
28,0%	<b>72,0%</b>

### 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
<b>32,0%</b>	17,3%	24,0%	1,3%	10,7%	14,7%

## 6.6. Número de viajes realizados

### Viajes de golf realizados anualmente

Viajes de golf realizados anualmente			
Uno	Dos	Tres	Cuatro
57,3%	26,7%	5,3%	10,6%

### Viajes totales realizados anualmente

Viajes totales realizados anualmente				
Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco a diez
10,7%	26,7%	22,7%	18,7%	21,3%

## 7. ACTIVIDADES REALIZADAS

### 7.1. Actividades realizadas durante la estancia

Actividades realizadas durante la estancia						
Gastronomía	Sol y playa	Compras	Naturaleza	Ocio nocturno	Excursiones	Visitar monumentos y museos
98,7%	88,0%	68,0%	60,0%	54,7%	52,0%	38,7%

### 7.2. Visitas a otras zonas de la Región

Visitas a otras zonas de la Región	
Cartagena y comarca	Murcia, Vega Baja
81,5%	18,5%

## 8. FIDELIDAD DEL TURISTA

### 8.1. Primera estancia en la Región

Primera estancia en la Región	
Turistas nuevos	Turistas repetidores
10,8%	89,2%

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

Número de viajes realizados anteriormente			
Uno	Dos / Tres	Cuatro y más	Viaja todos los años
1,5%	34,9%	21,2%	42,4%

### 8.2. Próximas vacaciones de verano

Próximas vacaciones de verano				
Región de Murcia	Otra provincia	Otro país	No sabe si tendrá	Sin decidir
30,4%	5,8%	1,4%	1,4%	60,9%

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

Modo de conocimiento de la oferta turística regional (respuesta múltiple)		
Familiares / amigos	Anteriores visitas	Agencias de viajes
57,3%	44,0%	8,7%

## 10. PRINCIPALES ATRACTIVOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

### Principales atractivos de la Región de Murcia

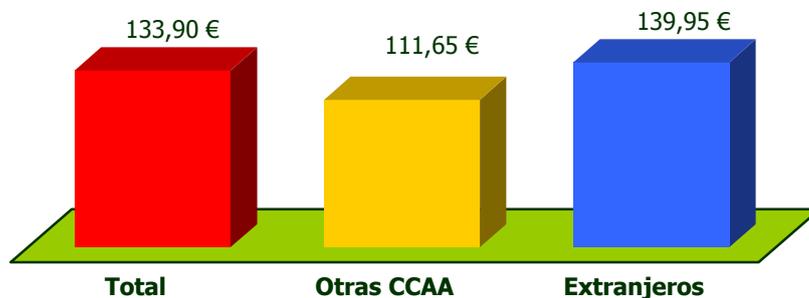
Clima	Ocio / cultura / gastronomía	Precio	Paisaje / entorno	Familia/amigos
78,7%	58,7%	44,0%	25,3%	13,3%

## 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
133,90€	111,65€	139,95€	82,69€

### Gasto total por persona y día. Turismo de golf



### Distribución del gasto

