

# ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA SOBRE EL DESTINO REGIÓN DE MURCIA

Junio 2020



REGIÓN  
MURCIA

UNIVERSIDAD DE  
MURCIA



Estudio de la percepción del turista sobre el destino Región de Murcia

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Universidad de Murcia

2020

## Índice

1. Justificación, objetivos y equipo investigador.....	4
2. Ficha técnica y estructura de la muestra .....	6
3. Síntesis de resultados.....	8
4. Identificación de la Región de Murcia .....	11
5. Posicionamiento de la Región de Murcia .....	17
6. Comportamiento turístico de los residentes en la Comunidad de Madrid en el marco de la Covid-19, en relación al destino Región de Murcia .....	24
7. Características de la muestra. ....	34
8. Recomendaciones estratégicas para el turismo de la Región de Murcia, basadas en la percepción de los turistas .....	38

### 1. Justificación, objetivos y equipo investigador

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia, de cara al cumplimiento de sus fines de planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de turismo y, con el fin de cubrir las necesidades de información básica para el análisis y la toma de decisiones para la promoción y comercialización turística, está impulsando la implementación de un sistema de conocimiento e investigación en materia de turismo para el que precisa establecer un diagnóstico de la percepción de la Región de Murcia como destino y la imagen de sus productos turísticos en el ámbito internacional.

Además, en el marco de la actual crisis sanitaria, económica y social provocada por el coronavirus Covid-19, es interés del ITREM conocer el impacto de la misma en el destino turístico Región de Murcia y, específicamente, en la campaña turística del año 2020.

#### Objetivos del estudio

Entre los objetivos generales a alcanzar con la realización y difusión del estudio están los siguientes:

1. Determinar la identificación que realizan los residentes en la Comunidad de Madrid del destino turístico Región de Murcia y de sus principales componentes.
2. Analizar la percepción de la Región de Murcia como destino turístico que tienen los residentes en la Comunidad de Madrid y su grado de sensibilización con los *inputs* y *outputs* de la actividad turística.
3. Conocer el comportamiento turístico de los madrileños ante la emergencia sanitaria provocada por el coronavirus COVID-19.
4. Formular recomendaciones para el diseño de programas de actuación y seguimiento de las líneas estratégicas del ITREM.

**Director del estudio**

Ismael Crespo Martínez. Catedrático de Ciencia Política, Universidad de Murcia.

**Responsable de datos**

Alberto Mora Rodríguez. Profesor de Ciencia Política, Universidad de Murcia.

**Equipo redactor del informe**

F. Ramón Villaplana Jiménez. Profesor de Ciencia Política, Universidad de Murcia.

Inmaculada Melero López. Doctora en Ciencia Política, Universidad de Murcia.

Salvador Moreno Moreno. Máster en Análisis Político Aplicado, Universidad de Murcia

Alejandro Soler Contreras. Máster en Análisis Político Aplicado, Universidad de Murcia

**Responsable de los trabajos de campo**

Rocío Rubio Pérez. Máster en Análisis Político Aplicado, Universidad de Murcia.

**Equipo de campo**

Antonio Coronado Arnaldos

Antonio Carrillo García

Elena Baños Muñoz

Silvia Román Martínez

Diego Beltrán Altable Torres

Germán Hernández Rodríguez

Laura Libertad Fernández Ortiz

Dominique Araez Ballesteros

Ana Cobo Velez

Victor Alejandro Cuevas Soria

Andrea Elizabeth Nazate Moyón

Carolina Lopez Vega

## 2. Ficha técnica y estructura de la muestra

### FICHA TÉCNICA

- **Tipo de encuesta:** Telefónica. Control de campo realizado al 10% de la muestra total.
- **Ámbito:** Comunidad de Madrid.
- **Universo:** Personas de 18 y más años, empadronadas en el ámbito de estudio.
- **Muestra diseñada:** 700 casos.
- **Tamaño de la muestra realizada:** 700 casos.
- **Error muestral:** El error estadístico máximo de los datos totales obtenidos con esta muestra, asumiendo los estándares del muestreo aleatorio simple, es el  $\pm 3.8\%$ , con una probabilidad del 95.5% (2 sigmas) y  $P=Q$ .
- **Sistema de selección de entrevistados:** Polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (hogares) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por cuotas de sexo y edad, según la estructura de distribución de los datos consolidados del Padrón de población (INE).
- Los municipios se han organizado para la selección muestral en torno a tres estratos: Madrid capital, Madrid metropolitana y resto.
- **Puntos de muestreo:** 29.
- **Cuestionario:** de tipo estructurado y cerrado.
- **Fecha de realización:** 19 a 28 de mayo de 2020.
- **Realización del campo:** Nexo.

Estructura de la muestra por zonas

	Entrevistas realizadas	Porcentaje
Madrid centro	344	49,1
Madrid metropolitana	216	30,9
Resto Madrid	140	20,0
<i>Total</i>	<i>700</i>	<i>100,0</i>

Estructura de la muestra por tamaño de municipio

	Entrevistas realizadas	Porcentaje
hasta 50.000 habitantes	39	5,1
50.001 a 100.000 habitantes	73	10,4
100.001 a 400.000 habitantes	244	34,9
Más de 1.000.000 habitantes	344	49,1
<i>Total</i>	<i>700</i>	<i>100,0</i>

Estructura de la muestra por sexo y edad

		EDAD				Total
		18-30	31-44	45-64	65 o más	
SEXO	HOMBRE	32	95	129	73	329
	MUJER	61	100	130	80	371
<i>Total</i>		93	195	259	153	700

### 3. Síntesis de resultados

#### Identificación de la Región de Murcia

- Casi la mitad de los madrileños conoce o ha oído hablar del destino turístico Costa Cálida, aunque es una marca prácticamente desconocida entre los menores de 30 años.
- La marca Costa Cálida tiene un nivel bajo de identificación con la Región de Murcia, dado que la mayoría de los encuestados la ubica en otras zonas geográficas de España.
- Por el contrario, el Mar Menor es fácilmente identificado con destino turístico Región de Murcia, aunque también es desconocido por la gran mayoría de los menores de 30 años.
- Casi el 60% de las personas residentes en Madrid ha visitado alguna vez la Región de Murcia para hacer turismo, convirtiéndola en un destino ampliamente conocido, aunque solo lo ha hecho uno de cada cuatro jóvenes menores de 30 años.
- Los residentes en Madrid centro han visitado en mayor proporción la Región de Murcia y, en consecuencia, conocen mejor la ubicación del Mar Menor, aunque desconocen la marca Costa Cálida igual que el resto de los madrileños.
- Los destinos más populares de la Región de Murcia, entre aquellos madrileños que la visitaron, son La Manga y el Mar Menor. Les siguen las ciudades de Murcia y Cartagena, y, en menor medida, los municipios costeros más al sur, Águilas y Mazarrón.
- El nivel de satisfacción con la Región de Murcia como destino turístico es muy elevado, la gran mayoría de los turistas quedaron más que satisfechos con su visita.
- Dos de cada tres madrileños que visitaron la Región recomendaron a sus conocidos que también hicieran turismo en la Región de Murcia, siendo los propios turistas una de las principales fuentes de promoción del destino turístico Región de Murcia.



### Posicionamiento de la Región de Murcia

- Los residentes en la Comunidad de Madrid identifican inexorablemente el destino Región de Murcia con el turismo de sol y playa. Pero también, en menor medida, el destino se asocia al turismo gastronómico y al turismo rural y en la naturaleza.
- Los principales elementos que componen la identidad del destino Región de Murcia para los encuestados son: playas, buen clima, gastronomía, vida cultural y ocio.
- Cuatro de cada diez encuestados recuerda haber recibido, por algún medio, información o publicidad turística de la Región de Murcia, pero solo uno de cada cinco, entre los más jóvenes.
- Se comprueba una relación positiva entre recibir información y publicidad turísticas oficiales de la Región de Murcia y visitar la Región de Murcia.
- Los madrileños coinciden con los murcianos en el uso de la televisión como principal medio para recibir información y publicidad sobre el turismo en la Región de Murcia, en cambio, apenas la han recibido por radio, mientras que los murcianos sí.
- La prensa escrita se muestra eficaz para transmitir información y publicidad turística oficial a las personas de mayor edad y, por el contrario, las redes sociales se demuestran más eficaces para llegar a la gente más joven.
- Casi la mitad de los madrileños considera que la Región de Murcia es un destino turístico que merece la pena visitarse durante todo el año. No obstante, otro 45% considera que es, principalmente, un destino de verano.
- Las personas de entre 18 y 44 años son las que en mayor medida consideran la Región de Murcia como un destino únicamente de verano, a diferencia del público mayor de 45 años que lo considera mayoritariamente un destino visitable durante todo el año.

## Comportamiento turístico de los residentes en la Comunidad de Madrid en el marco de la Covid-19, en relación al destino Región de Murcia

- Casi el 60% de las personas encuestadas responden que sí planifican viajar este año, mientras que otro 9% todavía no lo saben. Los perfiles más dispuestos a viajar son: personas con estudios universitarios, empresarios y funcionarios.
- Casi el 90% de los potenciales turistas realizaría un viaje durante este verano. Tan solo el 8% piensa que lo haría en otro momento.
- También cerca del 90% de los madrileños que viajarían este año lo harían dentro de España, a otra comunidad autónoma distinta a la que residen.
- Los habitantes de Madrid perciben que la Región de Murcia es un destino tanto o más seguro frente al coronavirus Covid-19 que el resto de destinos nacionales.
- Casi el 50% de los madrileños que viajara a la Región lo haría a la costa, siendo La Manga la playa preferida por los madrileños, seguida de las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón, y de las playas del Mar Menor, en tercer lugar.
- Los jóvenes son los que más dudas expresan sobre los lugares que visitarían si decidieran realizar turismo en la Región de Murcia, debido al desconocimiento que tienen sobre el destino turístico en su conjunto.
- Quienes ya han visitado la Región, desean volver a la Manga: el 26,5% de los madrileños que ya han visitado la Región visitarían La Manga frente a solo 9,1% entre quienes no lo han hecho.
- Los madrileños se plantean estancias en la Región de Murcia de una duración similar a las que se plantean los propios murcianos, predominando la media y, especialmente, la corta duración.
- La Región de Murcia engancha más al público maduro: conforme aumenta la edad de los turistas, estos están más dispuestos a alargar la duración de sus estancias en la Región de Murcia.
- Los turistas procedentes de Madrid prefieren, fundamentalmente, las opciones hoteleras para alojarse. También los apartamentos turísticos o viviendas alquiladas, pero apenas escogen otras opciones de alojamiento.
- Los madrileños perciben como altamente seguros los paseos por la naturaleza. También perciben como seguras las actividades náuticas, el golf, tomar el sol y bañarse en la playa y, en menor medida, la visita de museos y monumentos, las visitas a bodegas y catas de vinos, y las actividades y visitas gastronómicas.

#### 4. Identificación de la Región de Murcia

Las personas entrevistadas residentes en la Comunidad de Madrid han respondido a una serie de cuestiones destinadas a conocer **el nivel de conocimiento del destino turístico Región de Murcia y la identificación que realizan del mismo.**

A continuación, en este primer epígrafe de análisis, se presentan y comentan los principales resultados que ofrece el estudio sobre una serie de preguntas relativas al conocimiento de la marca turística Costa Cálida, el conocimiento de la ubicación geográfica de la Costa Cálida, el conocimiento de la ubicación geográfica del Mar Menor, el recuerdo de haber visitado la Región de Murcia, la satisfacción en la visita a la Región de Murcia y la recomendación de la Región de Murcia como destino turístico.

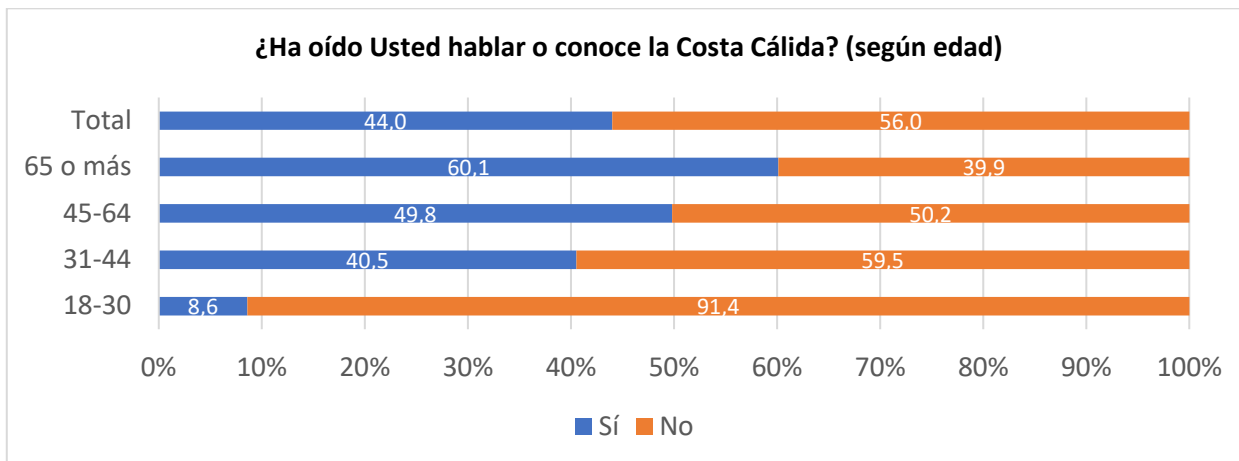
En primer lugar, respecto al nivel de conocimiento de la marca Costa Cálida, que comprende los aproximadamente 250 km. de costa mediterránea perteneciente a la Región de Murcia, debe señalarse que **casi la mitad de los madrileños conoce o ha oído hablar del destino turístico Costa Cálida.**

Gráfico 4.1. Conocimiento de la marca Costa Cálida.



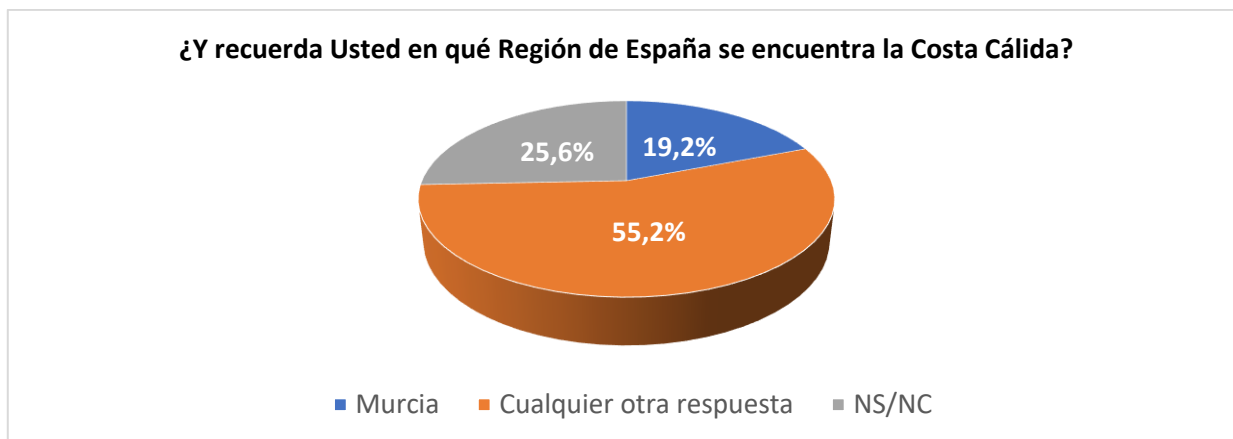
En relación a la edad, es destacable que más del 60% de los entrevistados de 65 años y más, sí que conoce o ha oído hablar de la Costa Cálida. Sin embargo, entre los más jóvenes (18-30 años) solo la conoce uno de cada diez. Podemos concluir que **el reconocimiento de la marca turística Costa Cálida sufre una brecha de edad bastante clara, entre mayores y menores de 30 años.**

Gráfico 4.2. Conocimiento de la marca Costa Cálida según edad



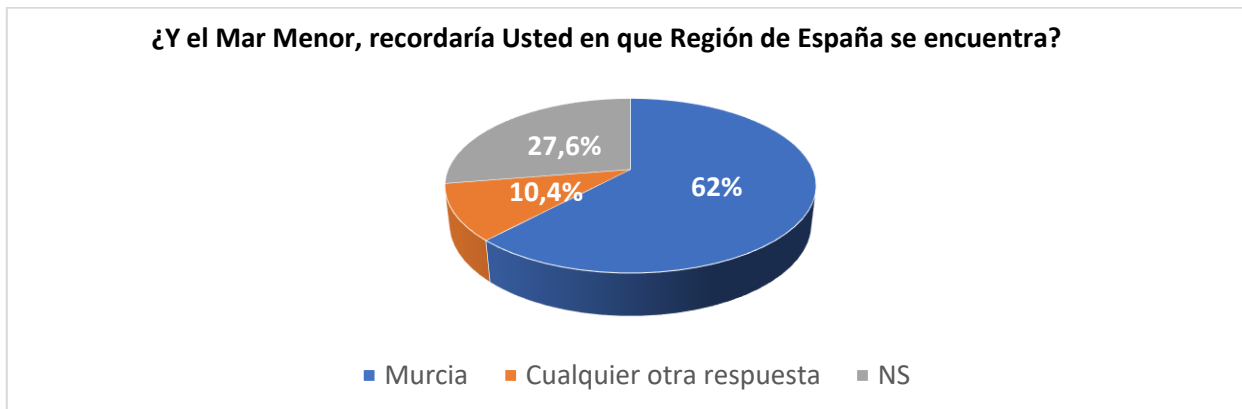
Por otra parte, resulta remarcable la confusión existente entre los madrileños a la hora de situar geográficamente la Costa Cálida. Entre aquellos que afirman conocer o haber oído hablar de la Costa Cálida, la mayoría no acierta al indicar la comunidad autónoma a la que pertenece, señalando otras regiones. Solo uno de cada cinco encuestados ubicó adecuadamente la Costa Cálida en la Región de Murcia. Se puede concluir, por tanto, que **la marca Costa Cálida tiene un nivel bajo de identificación con la Región de Murcia**, dado que el total de personas que conocen la Costa Cálida y la ubican correctamente se sitúa por debajo del 10%.

Gráfico 4.3. Conocimiento de la ubicación de la Costa Cálida



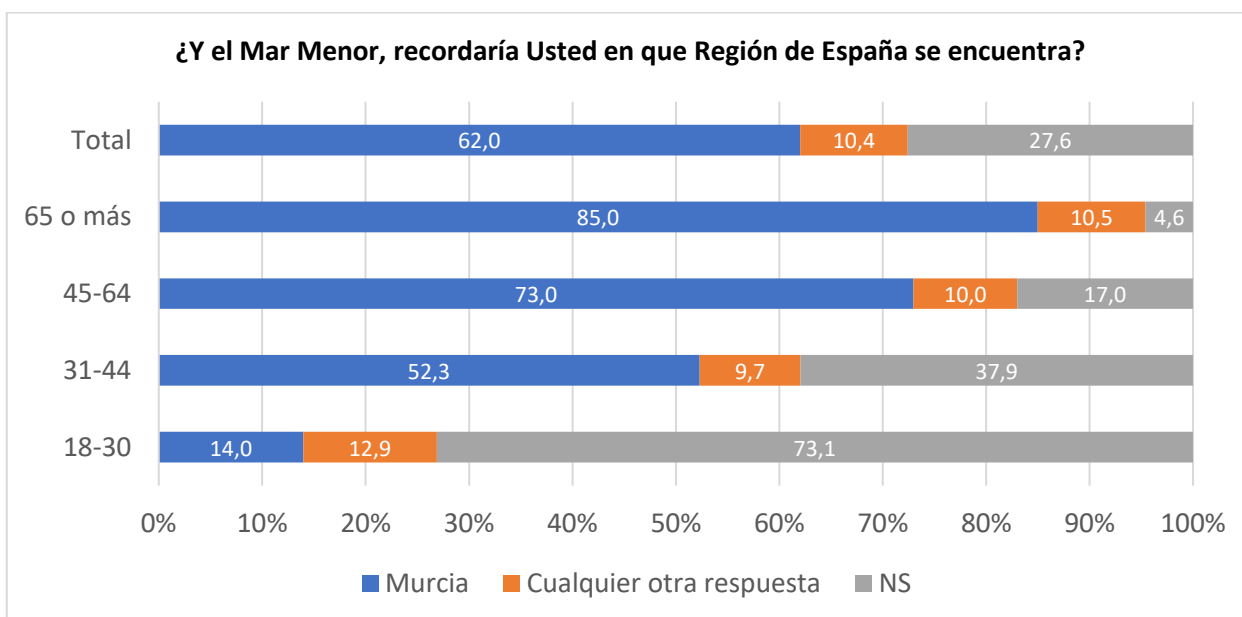
En cambio, cuando se pregunta acerca del Mar Menor al conjunto de los entrevistados, la mayoría sabe contestar que la laguna se encuentra en la Región de Murcia, y solo uno de cada diez la sitúa en otra comunidad autónoma. Por tanto, **el Mar Menor resulta ser un elemento nítido en la identificación del destino turístico Región de Murcia**, muy por encima de la marca Costa Cálida. En detalle, resulta mejor conocida la ubicación del Mar Menor entre los residentes de la zona centro de Madrid (70%), frente a los del área metropolitana (52%) y los residentes en el resto de la comunidad madrileña (57%). Por otra parte, el 85% de quienes ya han visitado la Región supieron ubicar correctamente el Mar Menor.

Gráfico 4.4. Conocimiento de la ubicación del Mar Menor



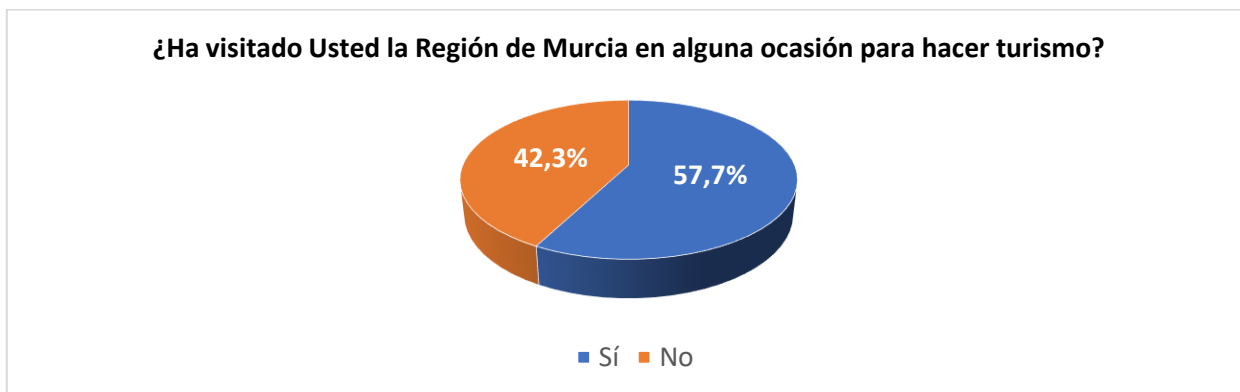
Analizando las respuestas a esa misma pregunta por franjas de edad, vuelve a ser destacado que **el 85% los madrileños de 65 y más años sabe que el Mar Menor está en la Región de Murcia**. La mayoría de los que tienen entre 31 y 64 años también lo sabe. Sin embargo, solo el 14% de los más jóvenes (18-30 años) acierta en su respuesta. Es decir, **para la población joven de fuera de Murcia, tanto la Costa Cálida como el Mar Menor son lugares escasamente identificados con la Región de Murcia**.

Gráfico 4.5. Conocimiento de la ubicación del Mar Menor según edad



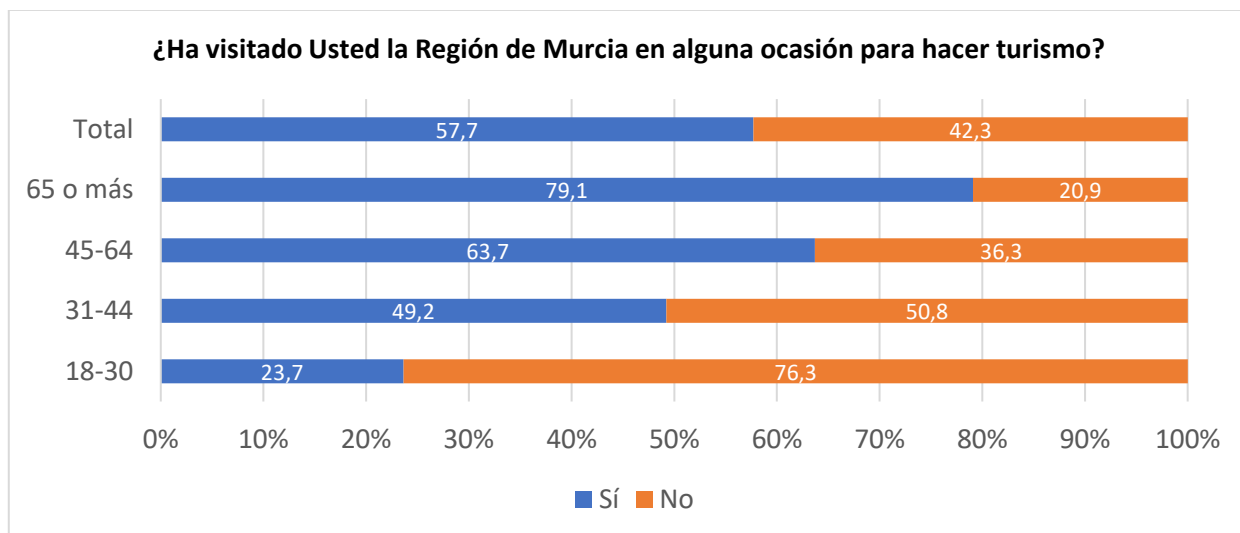
En cuanto a las visitas turísticas recibidas por la Región de Murcia, ha de decirse que la **Región es un destino turístico bien conocido en el resto de España**, como demuestra el hecho de que la mayoría de los residentes en la Comunidad de Madrid han visitado alguna vez la Región de Murcia para hacer turismo. Debe decirse que el destino es más popular entre los residentes de Madrid capital (64%) que entre los residentes en el resto de la comunidad de Madrid (51%).

Gráfico 4.6. Personas de Madrid que han visitado la Región de Murcia para hacer turismo



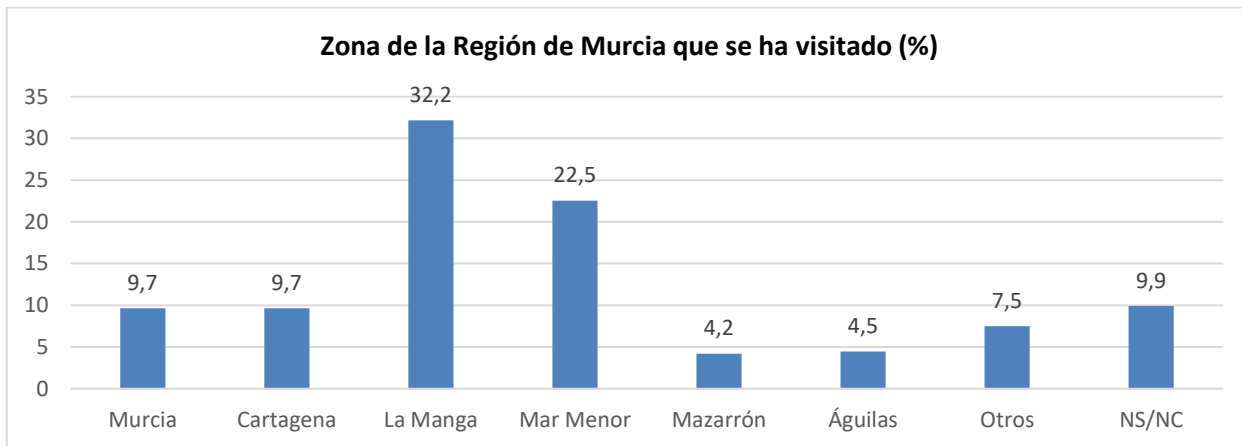
Atendiendo a la distribución por edad, podemos ver que cuatro de cada cinco personas mayores de 65 años ha hecho turismo en la Región de Murcia alguna vez. En cambio, tres de cada cuatro jóvenes madrileños de 18 a 30 años todavía no ha hecho turismo en la Región de Murcia, convirtiendo a la Región de Murcia en un destino turístico que se visita mayoritariamente a partir de los 31 años.

Gráfico 4.7. Personas de Madrid que han visitado la Región de Murcia para hacer turismo según edad



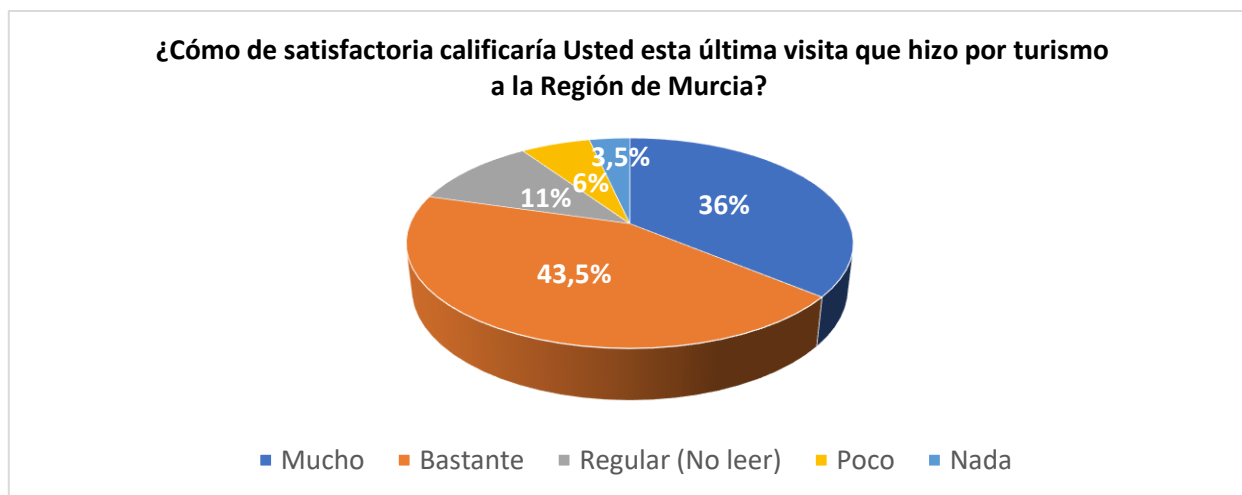
En cuanto a los destinos más populares de la Región de Murcia, **entre aquellos que la visitaron, la mayor parte estuvo en La Manga y en el Mar Menor**. Les siguen las dos principales ciudades, Murcia y Cartagena, y, en menor medida, los municipios costeros más al Sur, Águilas y Mazarrón. Los datos reflejan, por tanto, un predominio de las visitas turísticas a la costa y a las dos principales ciudades de la Región, entre los residentes de fuera de Murcia.

Gráfico 4.8. Zonas más visitadas de la Región de Murcia



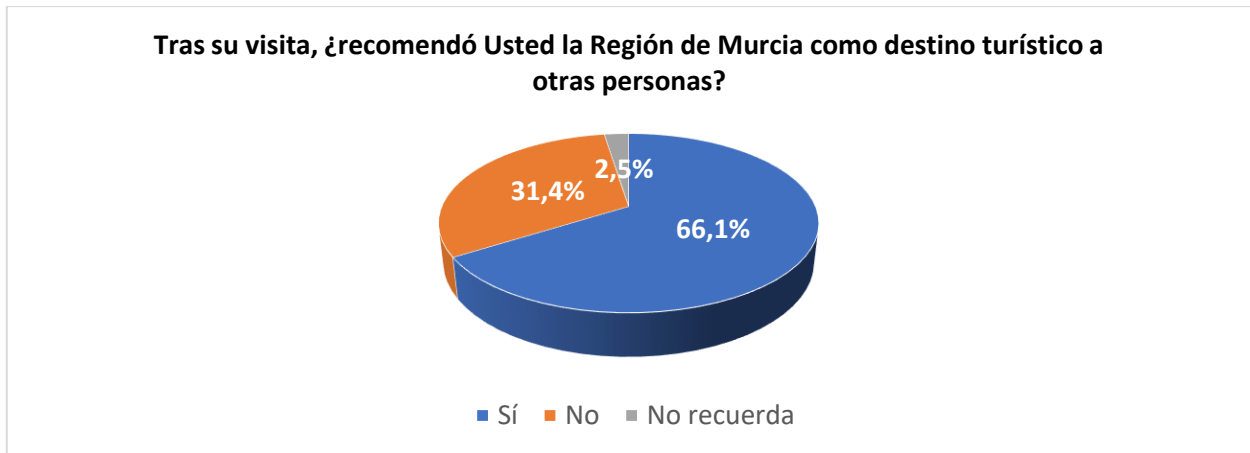
Respecto al nivel de satisfacción de los turistas, **la Región de Murcia es un destino turístico que no decepciona, mostrándose como un valor seguro**. Más de un tercio de quienes la visitaron quedaron muy satisfechos y otro 43% se han mostrado bastante satisfechos con su visita. La proporción de turistas poco o nada satisfechos con su visita a la Región no llega a alcanzar el 8,5% del total.

Gráfico 4.9. Grado de satisfacción de los turistas que han visitado la Región de Murcia



El nivel de satisfacción de los turistas madrileños también se ve reflejado en el alto grado de recomendación del destino: **dos de cada tres** recomendaron a sus conocidos que hicieran turismo en la Región de Murcia. De este modo, los propios visitantes de la Región de Murcia se convierten en una de las principales fuentes de promoción del destino turístico Región de Murcia.

Gráfico 4.10. Recomendación del destino Región de Murcia por sus turistas





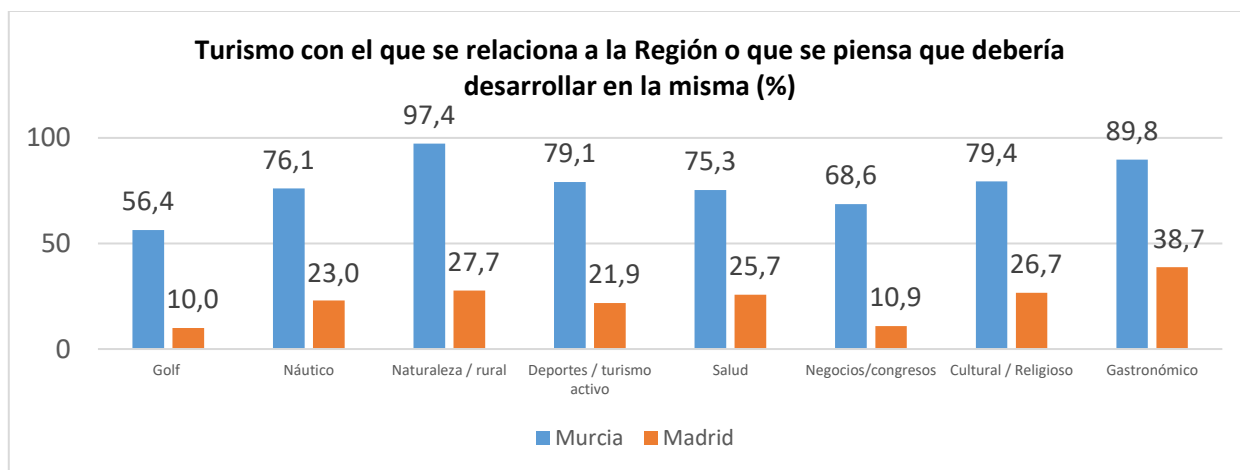
## 5. Posicionamiento de la Región de Murcia

En este apartado se analizan los resultados de las preguntas destinadas a conocer el posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico. En dicho sentido, se comentan los resultados obtenidos sobre los tipos de turismo con los que relaciona la Región de Murcia, los aspectos considerados más relevantes del destino turístico Región de Murcia, el recuerdo de haber visto u oído información o publicidad turística oficial de la Región de Murcia, el medio mediante el cual se ha recibido dicha información o publicidad, el periodo del año asociado al turismo en la Región de Murcia y el interés que despierta el destino turístico Región de Murcia en el entorno cercano de familia y amigos.

Los encuestados relacionan casi de forma unánime el destino Región de Murcia, con el **turismo de sol y playa** (83,9% de respuestas). Otras posibilidades como las del **turismo gastronómico** y el **turismo rural y en la naturaleza** también son relacionadas por los madrileños como propias del destino Región de Murcia y, en menor medida, el turismo cultural, el de salud y bienestar, el náutico y el de actividades físicas y deportivas, por encima de otras opciones turísticas como las relacionadas con la artesanía, el religioso, el golf o el de negocios y congresos. La etiqueta de sol y playa se muestra consolidada entre los turistas del resto de España y, en consecuencia, **existe un gran potencial para promocionar otras características del destino sin perjudicar al turismo de costa**. A destacar, también, que el turismo gastronómico y el turismo rural y en la naturaleza son señalados más intensamente por los residentes en Madrid centro y por los jóvenes de hasta 30 años como propios de la Región.

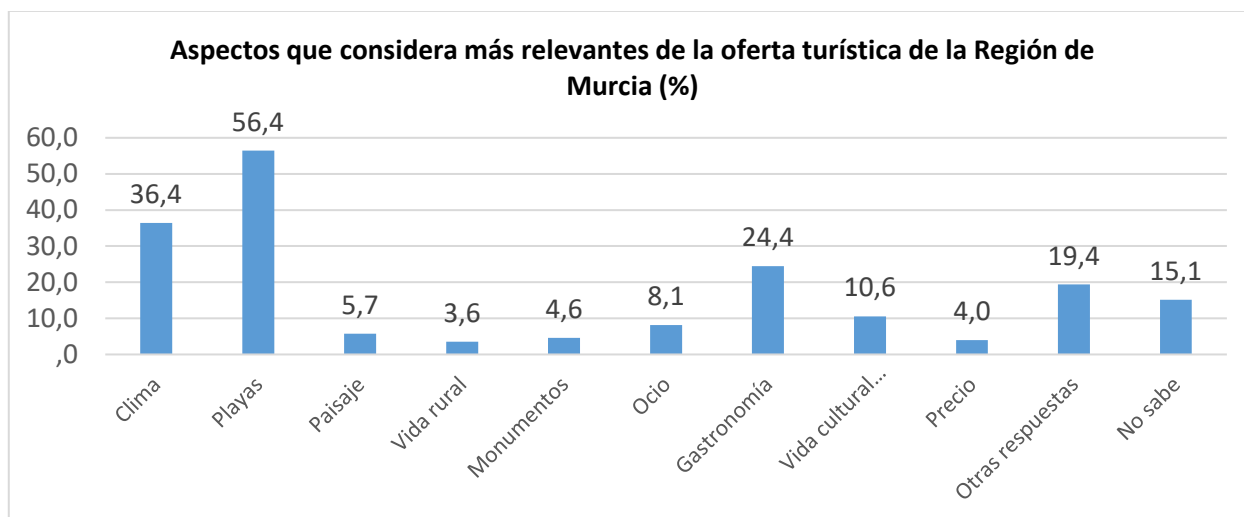
Si se realiza una valoración conjunta de los presentes resultados con los ofrecidos en el estudio realizado a los residentes de la Región de Murcia, los murcianos le otorgan una mayor importancia a los diferentes tipos de turismo posibles en la Región mientras que los madrileños valoran principalmente el turismo de sol y playa. No obstante, **los habitantes de las dos regiones coinciden en señalar el turismo rural y en la naturaleza y el turismo gastronómico como los otros dos puntos fuertes de la oferta turística del destino Región de Murcia**, después del sol y playa.

Gráfico 5.1. Percepción de los tipos de turismos realizables en Región de Murcia, según residentes en la Comunidad de Madrid y según residentes en la Región de Murcia



En relación con la pregunta anterior, los madrileños, tanto por su experiencia personal como por el conocimiento que tienen al respecto, opinan que el aspecto más relevante de la oferta turística de la Región de Murcia son sus **playas**. También señalan, de forma espontánea, el **clima** y la **gastronomía**. Asimismo, la **vida cultural** y el **ocio** forman parte importante de la identidad del destino turístico Región de Murcia, según los turistas de fuera. Resaltemos que, entre los que han visitado Murcia en alguna otra ocasión, los aspectos que más destacan de la Región frente a la media de respuestas son su clima, las playas y la gastronomía.

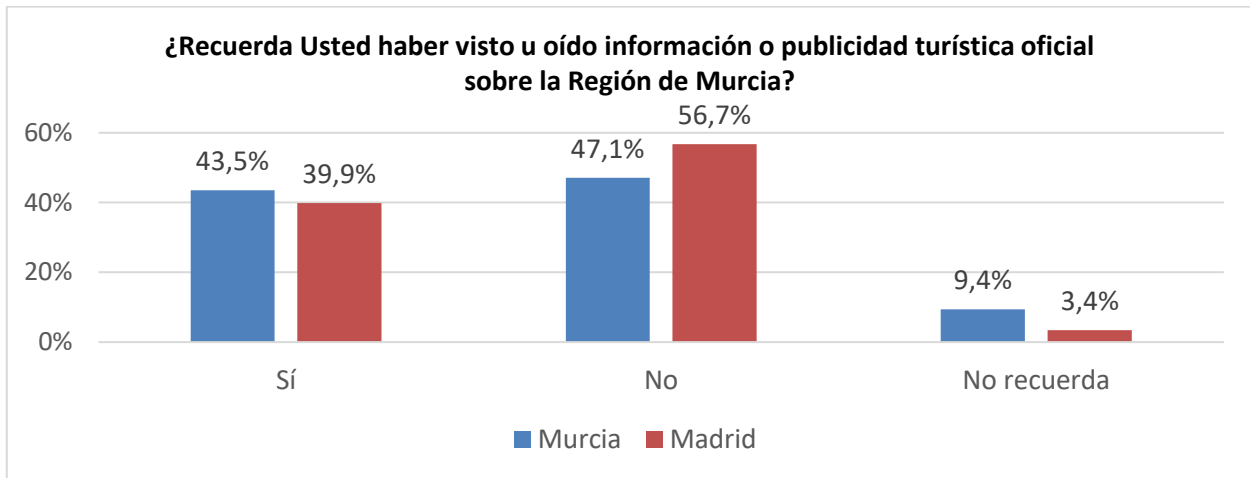
Gráfico 5.2. Aspectos considerados más relevantes de la oferta turística de la Región de Murcia



Un aspecto muy importante para el turismo regional es que las campañas informativas y publicitarias oficiales del destino turístico Región de Murcia tengan un amplio alcance entre la población, tanto interior como exterior. En este sentido, **cuatro de cada diez residentes en Madrid recuerda haber recibido, por algún medio, información o publicidad turística de la Región de Murcia.**

En comparación con los datos del estudio realizado en la Región de Murcia, los madrileños han recibido menos información y publicidad de los destinos turísticos murcianos, como parece razonable; siendo la diferencia, no obstante, de apenas un 4,6%. Por lo tanto, aunque existe una cierta diferencia, se puede concluir que **los madrileños reciben estímulos publicitarios e informativos sobre la oferta turística de la Región de Murcia similares a los de los propios habitantes de la Región.** En ambos casos, existe todavía un amplio margen de mejora para llegar a mayores cantidades de población.

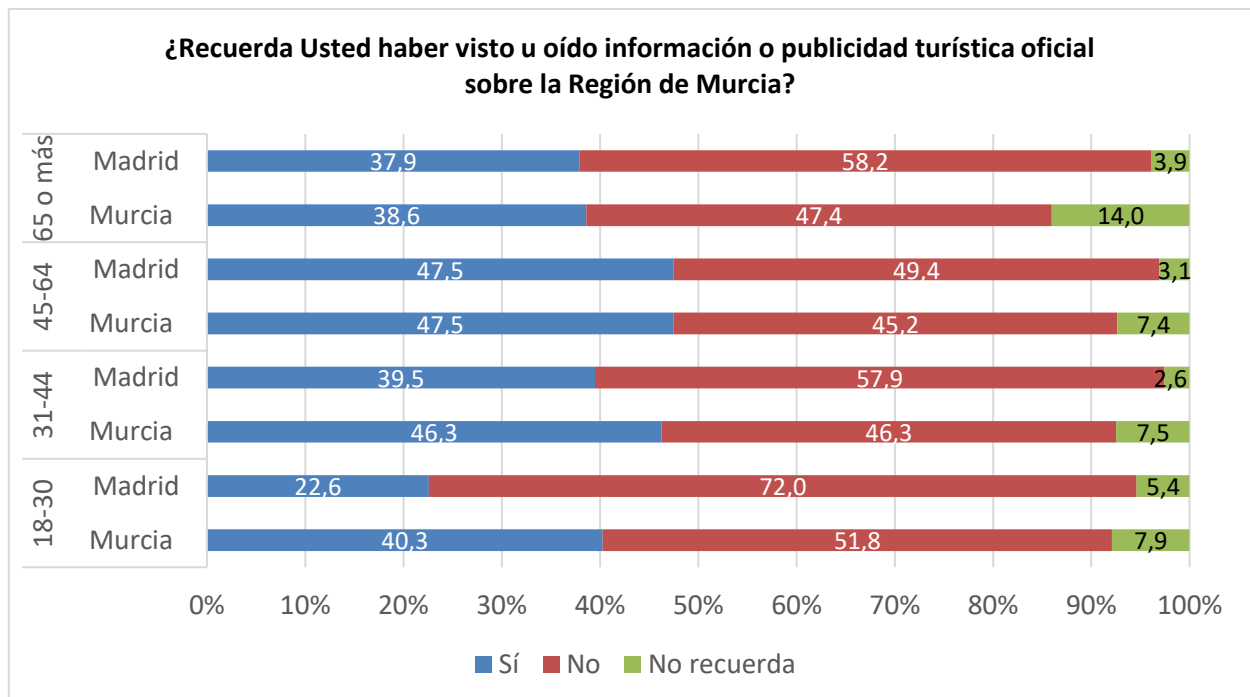
Gráfico 5.3. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, en las comunidades de Madrid y Murcia



Si atendemos a la distribución por edad, resulta reseñable que solo el 22,6% de los madrileños más jóvenes recuerdan haber visto u oído información o publicidad del turismo de la Región de Murcia, encontrándose en un nivel muy inferior al del resto de tramos de edad. Esto no sucedía con los jóvenes murcianos, que muestran niveles cercanos a los del resto de tramos de edad.

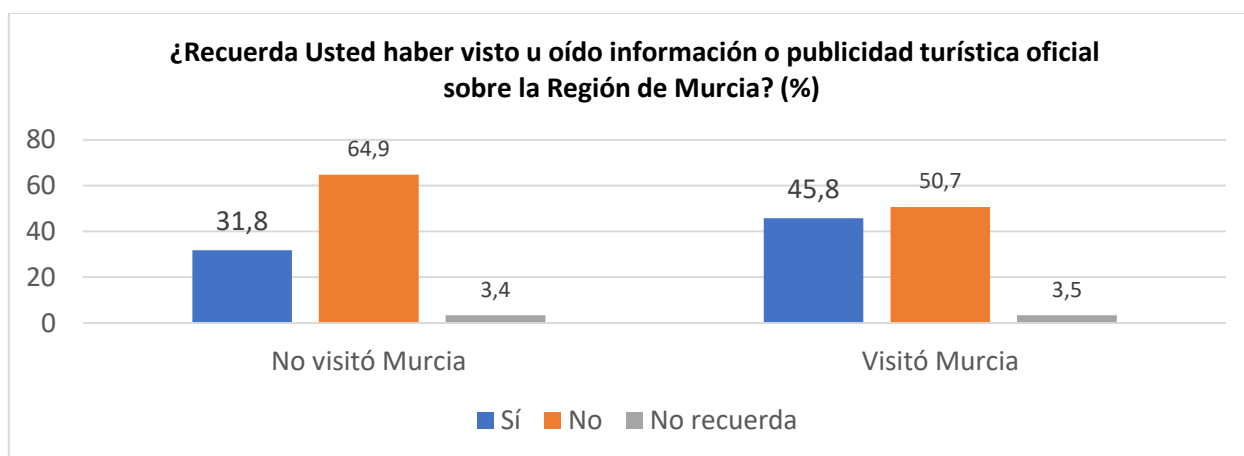
Por lo tanto, un *target* de interés para las campañas publicitarias del destino Región de Murcia serían los jóvenes de otras regiones, concretamente los madrileños, que en su gran mayoría desconocen las características del turismo en la Región de Murcia, en cuanto a la información y publicidad oficial se refiere.

Gráfico 5.4. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, en las comunidades de Madrid y Murcia según edad y procedencia



Por otro lado, tal y como se puede ver en el gráfico siguiente (5.5), **existe una relación positiva entre recibir información y publicidad turísticas oficiales de la Región de Murcia y visitar la Región de Murcia**. No obstante, la mitad de los madrileños que visitaron Murcia no recuerdan haber visto u oído dicha publicidad, por lo que cabe pensar que otros factores como la recomendación de amigos y familiares, la existencia de puntos de interés, la celebración de fiestas y eventos, ofertas de alojamiento y otro tipo de elementos también juegan un papel importante en el turista a la hora de decantarse por el destino Región de Murcia. También, el propio hecho de venir a la Región de Murcia supone una mayor exposición a la información y publicidad turística oficial.

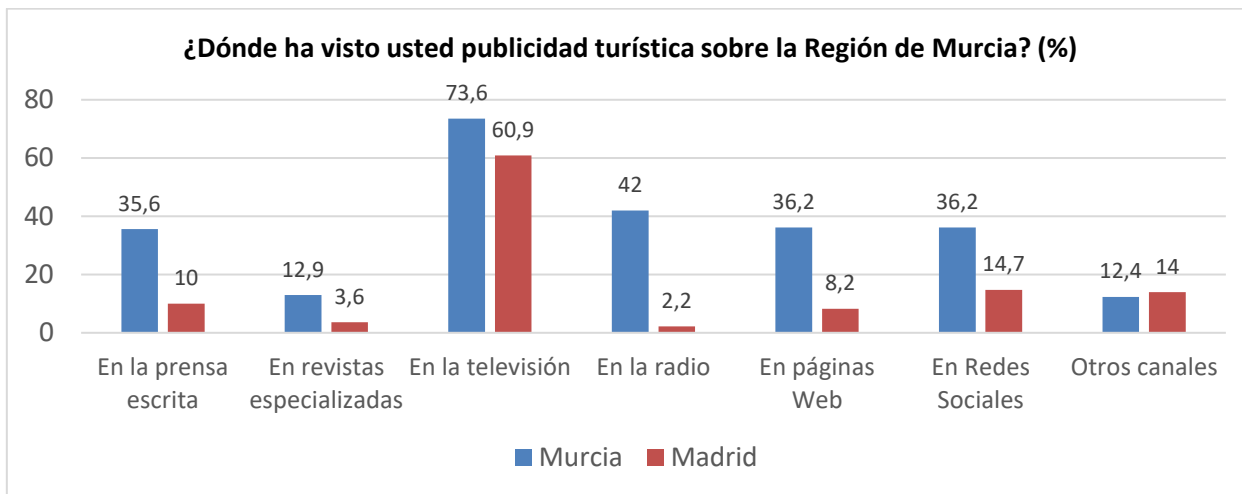
Gráfico 5.5. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, entre quienes visitaron la Región y quienes no



Entre quienes sí que recuerdan haber recibido información o publicidad del turismo en la Región de Murcia, la mayoría de ellos recuerda haberlo hecho por **televisión** (60,9%). Solo un 14,7% recuerda haberla visto en **redes sociales**, un 10% en **prensa escrita** y un 8,2% en **páginas webs**. El menor impacto lo han tenido las revistas especializadas (3,6%) y la radio (2,2%). Por otro lado, un 14% recuerda haber visto la publicidad y la información turística de la Región de Murcia por otros canales (vallas publicitarias, folletos, *merchandising*, etc.).

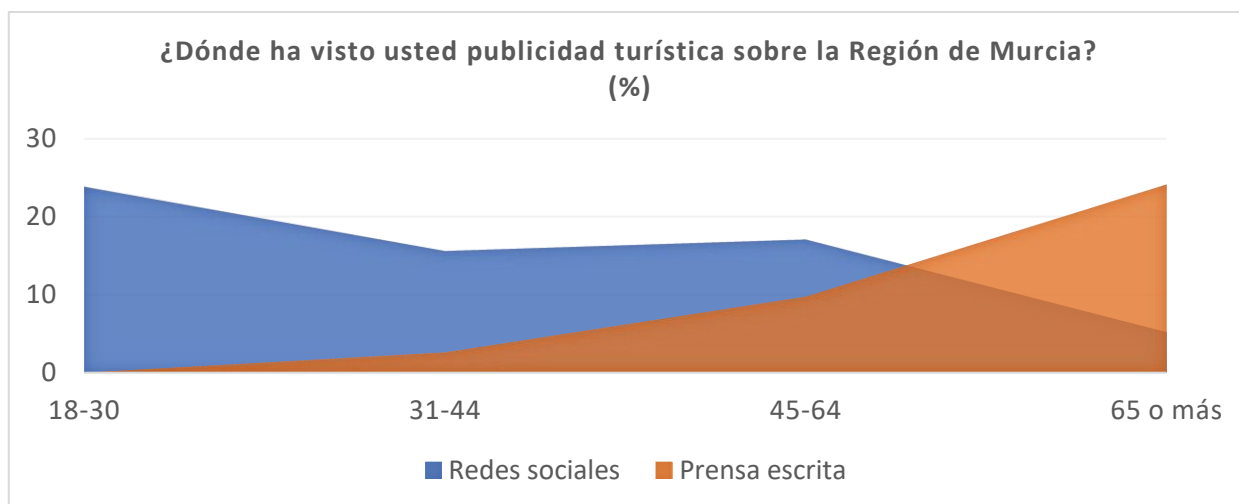
En comparación con los encuestados murcianos, **los madrileños coinciden en el uso de la televisión como principal medio para recibir información y publicidad sobre el turismo en la Región de Murcia**, no obstante, el resto de medios han tenido una menor repercusión hasta la fecha en Madrid que en Murcia, especialmente en lo que a la radio se refiere: un 42% de impacto en Murcia frente a un 2,2% de impacto en Madrid.

Gráfico 5.6. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, según medio y comunidad autónoma



A la hora de elaborar los diferentes mensajes informativos y publicitarios, debe tenerse en cuenta la brecha generacional que afecta al medio que las personas utilizan para informarse o entretenerse. Tal y como muestra el gráfico, hay una relación directa muy marcada entre la edad y el recurso a la prensa escrita, por un lado, y a las redes sociales, por otro. **Los jóvenes apenas usan la prensa escrita, pero reciben mucha información a través de las redes sociales**, mientras que los mayores de 65 apenas usan las redes sociales pero sí que recurren a la prensa escrita para informarse. Entre las personas de mediana edad, se usan más las redes sociales que la prensa escrita, por lo que las redes sociales tienen hasta la fecha un mayor alcance global entre el público madrileño, como se veía anteriormente.

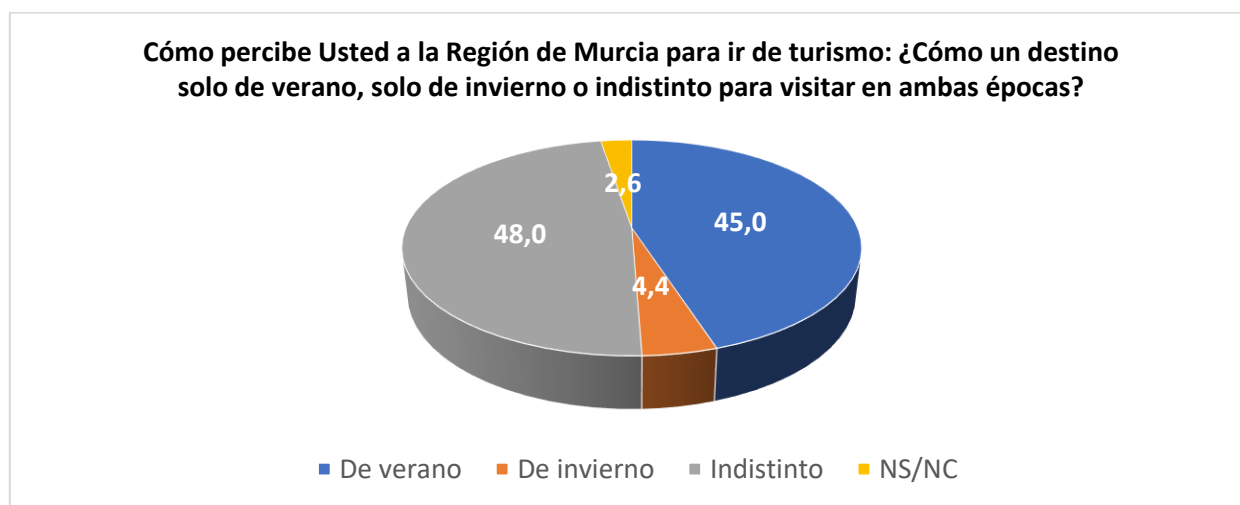
Gráfico 5.7. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia en redes sociales y prensa escrita, según edad



Al ser preguntados sobre la época del año adecuada para visitar la Región, **casi la mitad de los murcileños consideran que la Región de Murcia es un destino turístico que merece la pena visitarse durante todo el año**. No obstante, **otro 45% considera que es principalmente un destino de verano**. Solo un 4,4% la identifica como un destino de invierno.

Aunque no es negativo que se identifique el turismo de la Región de Murcia como una excepcional oferta de «sol y playa», resulta importante promocionar otros aspectos de la zona para que sea considerada un destino atractivo en cualquier época del año por una mayor parte de la población de fuera.

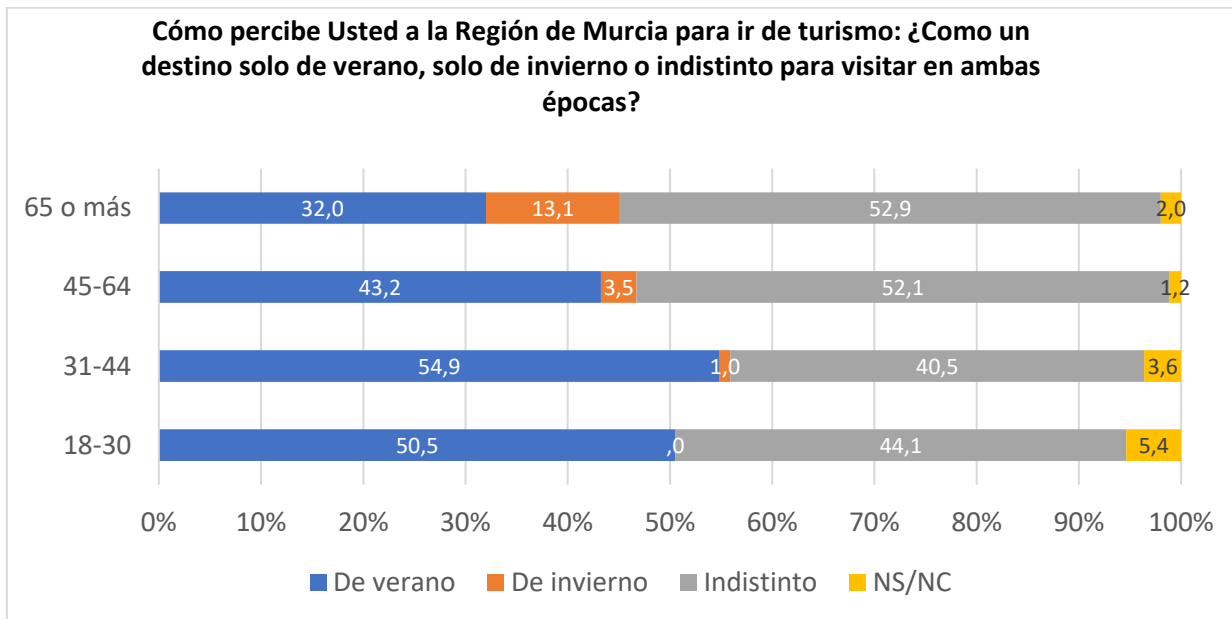
Gráfico 5.8. Periodo del año asociado al destino turístico Región de Murcia



La percepción del destino Región de Murcia varía según la edad de los encuestados. **Más de la mitad de las personas entre 18 y 44 años consideran la Región de Murcia como un destino únicamente de verano**. En cambio, esa opinión solo se da en la tercera parte de los mayores de 65 años, entre los cuales un 13,1% ve a la Región como un destino más adecuado para pasar el invierno. Los mayores de 65 años también son los que más perciben a la Región como un lugar para visitar durante todo el año.

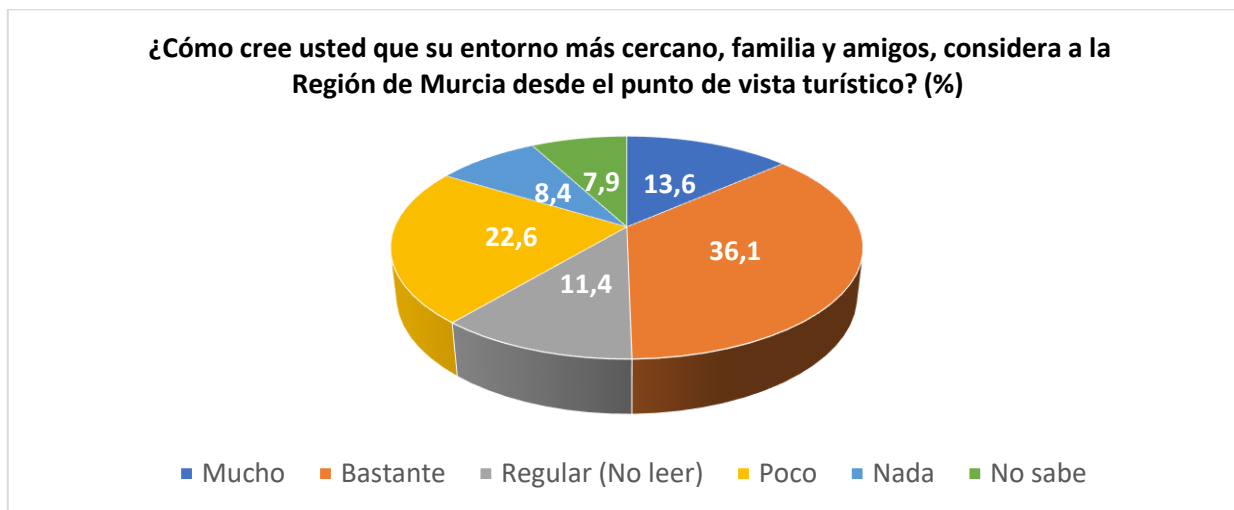
Por tanto, para ampliar la percepción de la Región de Murcia como un destino de turismo atractivo para todas las temporadas es importante que la población entre 18 y 44 años cambie su opinión al respecto, y deje de verlo como un destino solo de verano.

Gráfico 5.9. Periodo del año asociado al destino turístico Región de Murcia según edad



Para finalizar este apartado, destacamos que la mitad de los residentes en Madrid piensan que sus familiares y conocidos consideran a la Región de Murcia como un destino muy o bastante interesante. Un mayor conocimiento del destino, de sus principales puntos turísticos y de la marca Costa Cálida, sin duda ayudarían a despertar todavía un mayor interés.

Gráfico 5.10. Percepción de interés por el destino Región de Murcia en el entorno cercano



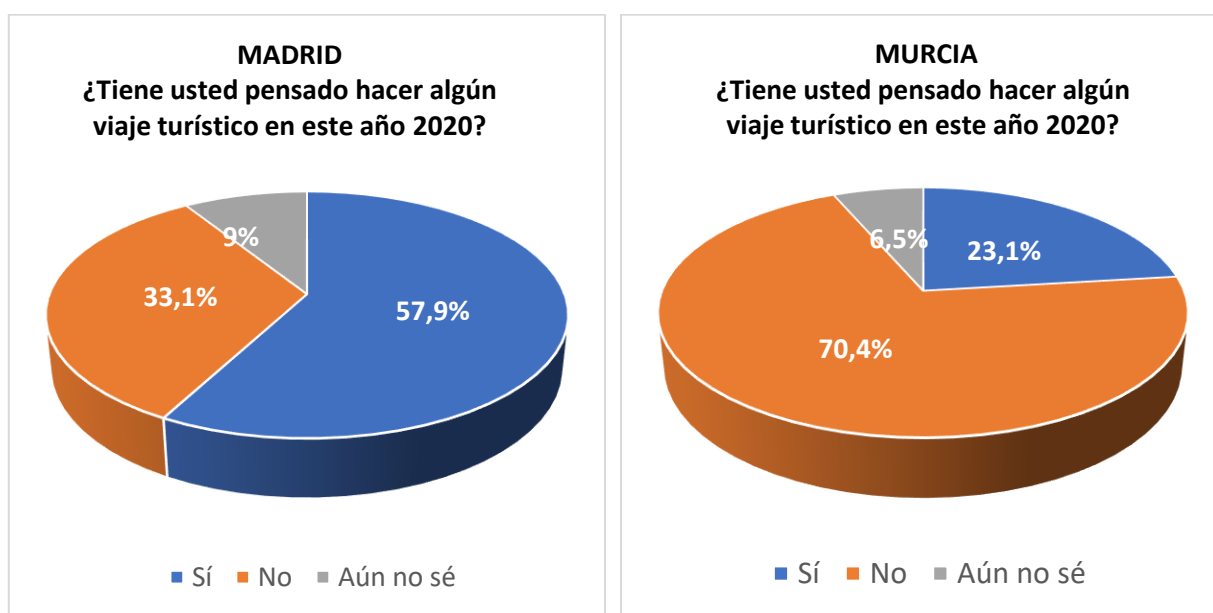
## 6. Comportamiento turístico de los residentes en la Comunidad de Madrid en el marco de la Covid-19, en relación al destino Región de Murcia

Finalmente, en este apartado se toma el pulso al comportamiento previsible de los residentes en la Comunidad de Madrid en la actual campaña turística de 2020, especialmente afectada por el impacto de la crisis sanitaria, la desaceleración económica y las restricciones de movilidad provocadas por el Covid-19. A tal respecto, se analizan las respuestas ofrecidas por los encuestados sobre los temas relativos a la intención de realizar un viaje turístico en lo que resta de 2020, la intención de viajar en verano, el destino preferente para viajar este verano, la percepción de seguridad del destino Región de Murcia frente al coronavirus, los destinos turísticos preferentes en la Región de Murcia, la duración estimada de las vacaciones, la preferencia de alojamiento turístico y, finalmente, la percepción de riesgo frente a contagio por coronavirus de las diferentes actividades turísticas posibles. Todo ello nos da una visión bastante completa del comportamiento de los residentes de Madrid frente a lo que queda de campaña turística en este año 2020.

En primer lugar, ante la pregunta en la que se plantea a los madrileños si tienen pensado realizar algún viaje turístico en el 2020, **el 57,9% de las personas encuestadas responde que sí planifican viajar este año**, mientras que otro 9% todavía no lo sabe. Solo una tercera parte de ellos descarta realizar viaje alguno en lo que resta de año. Los datos de la encuesta también han mostrado una ligera mayor disposición a viajar entre los hombres que entre las mujeres. Los perfiles más dispuestos a viajar son: personas con estudios universitarios (67%), empresarios (81%) y funcionarios (70%).

En comparación con los murcianos, la intención de viajar de los madrileños durante lo que resta de año es mucho mayor, puesto que solo el 23,1% de los residentes en la Región de Murcia piensa hacerlo.

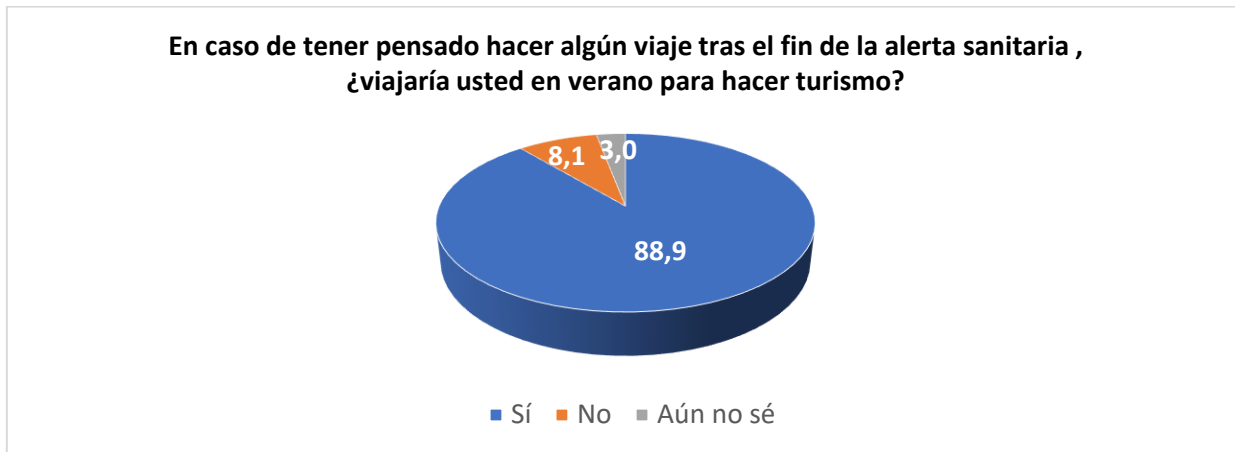
Gráfico 6.1. Intención de realizar un viaje turístico en 2020, comparación entre las comunidades de Madrid y Murcia





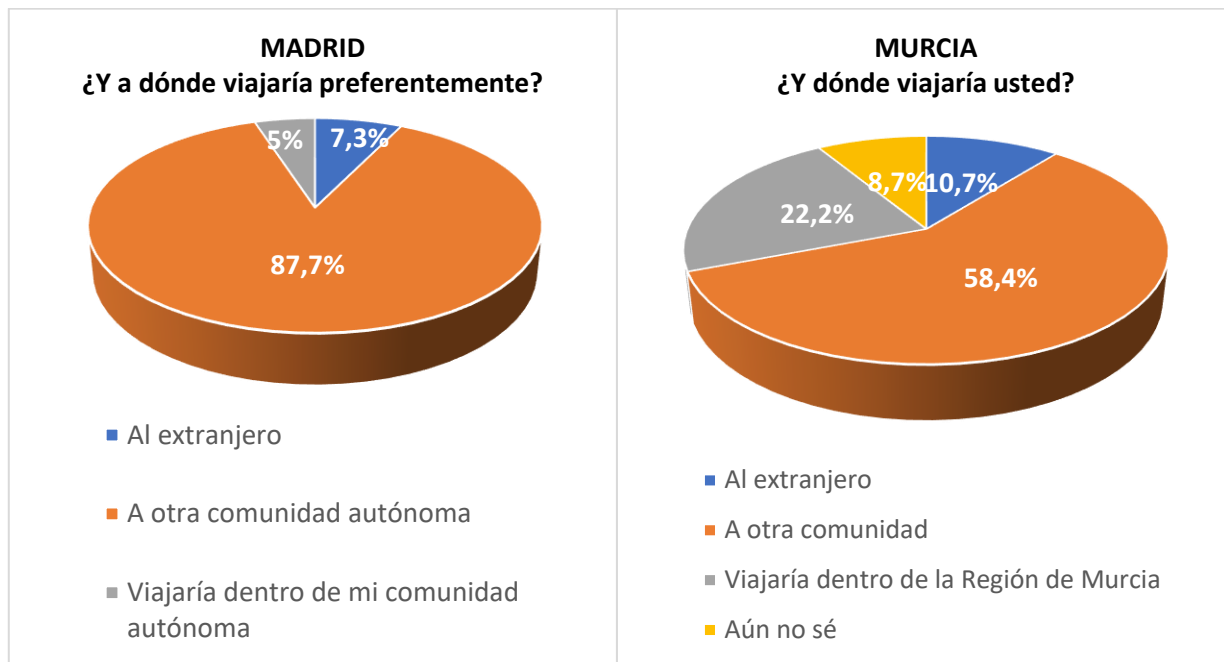
Profundizando en el comportamiento turístico de los madrileños en el actual contexto, entre quienes sí tienen pensado realizar algún viaje, se refleja que **casi el 90% de los potenciales turistas realizaría un viaje durante este verano**. Tan solo el 8% piensa que lo haría en otro momento. La intención de viajar en verano de los madrileños es ligeramente superior a la de los murcianos, que también respondieron afirmativamente en más del 80% de los casos, entre quienes deseaban hacer turismo este año.

Gráfico 6.2. Intención viajar en verano de 2020



A los madrileños que respondieron que viajarían este año, también se les cuestionó sobre dónde lo harían preferentemente. Con un elevado resultado, **el 86,9% de los madrileños que viajarían este año lo harían a otra comunidad autónoma distinta** a la que residen. Apenas el 7,2% lo haría al extranjero y solo el 5% viajaría dentro de su comunidad autónoma. Este comportamiento sí que contrasta con el de los murcianos, un 22,2% de los cuales sí que están dispuestos a hacer turismo en su propia Región. No deja de ser, en cualquier caso, una buena oportunidad para atraer turistas madrileños, dado que casi todos ellos prefieren hacer turismo en el resto de España.

Gráfico 6.3. Destinos turísticos preferentes para el verano de 2020, comparación entre las comunidades de Madrid y Murcia



Para valorar percepción de seguridad sanitaria en la Región de Murcia como destino turístico, se introdujo una pregunta en la que los madrileños debían valorar si la Región es más, igual o menos segura frente al contagio por coronavirus en comparación con otros destinos nacionales. Los resultados señalan que más de la mitad de las personas encuestadas piensan que la Región es igual de segura que otros destinos turísticos nacionales para hacer turismo, mientras que casi una tercera parte cree que es más seguro realizar turismo en la Región de Murcia. Por lo tanto, **la percepción extendida entre los madrileños resulta ser que la Región de Murcia es un destino tanto o más seguro frente al coronavirus Covid-19 que el resto de destinos nacionales**. No es tan buena, no obstante, como la de los propios murcianos, ya que tres de cada cuatro de ellos valoran a la Región de Murcia como un destino turístico más seguro frente al coronavirus que otros destinos nacionales.

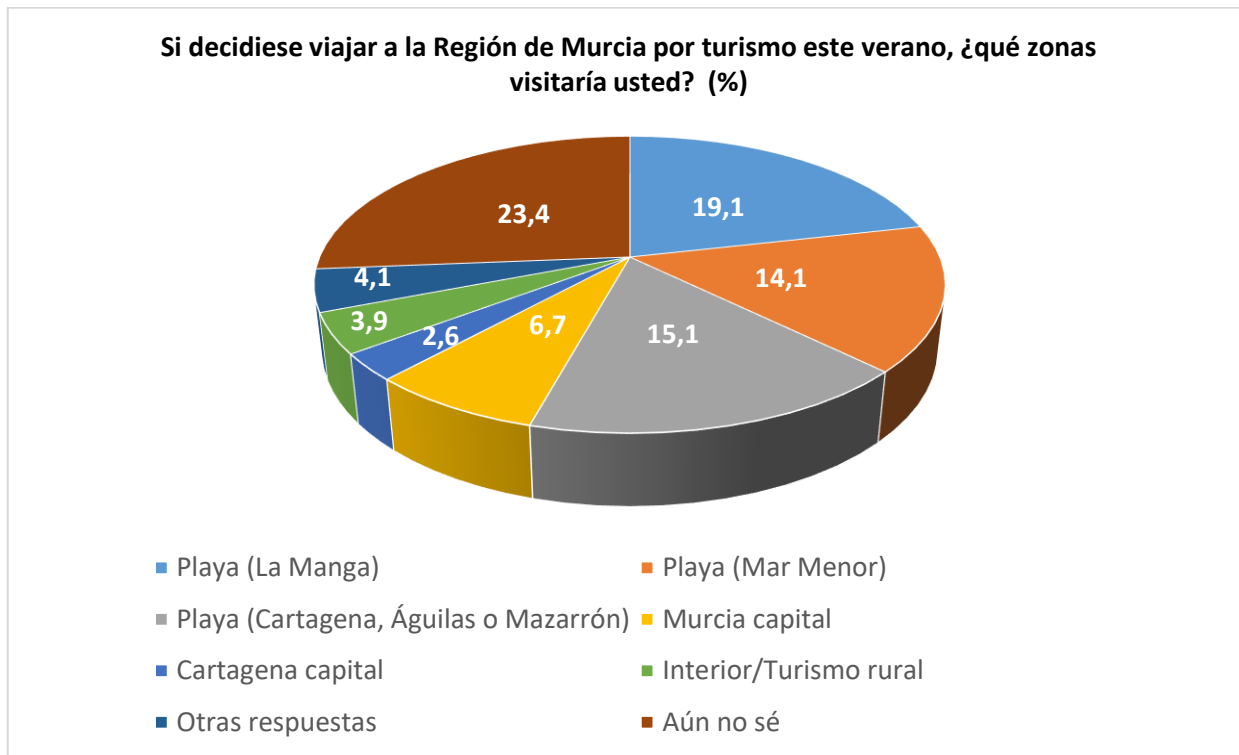
Gráfico 6.4. Valoración de la seguridad frente al coronavirus en la Región de Murcia frente a otros destinos nacionales



Son diversos los lugares en los que se puede realizar turismo en la Región de Murcia, en ese sentido, se les ofreció a los encuestados que mencionaran los lugares que visitarían si decidieran viajar a la Región. **Casi el 50% de los madrileños que viajaría a la Región lo haría a la costa, siendo La Manga la playa preferida por los madrileños:** el 19,1% la visitaría si hiciera turismo en la Región de Murcia. En segundo lugar se encuentran las playas de Cartagena, Águilas o Mazarrón con el 15,1% de intencionalidad y, en tercer lugar, las playas del Mar Menor con el 14,1%. Los encuestados que prefieren realizar turismo en Murcia capital ascienden casi al 7%. No obstante, hay un 23,4% de los madrileños que no sabría donde pasar su estancia en la Región si decidiera viajar a la misma.

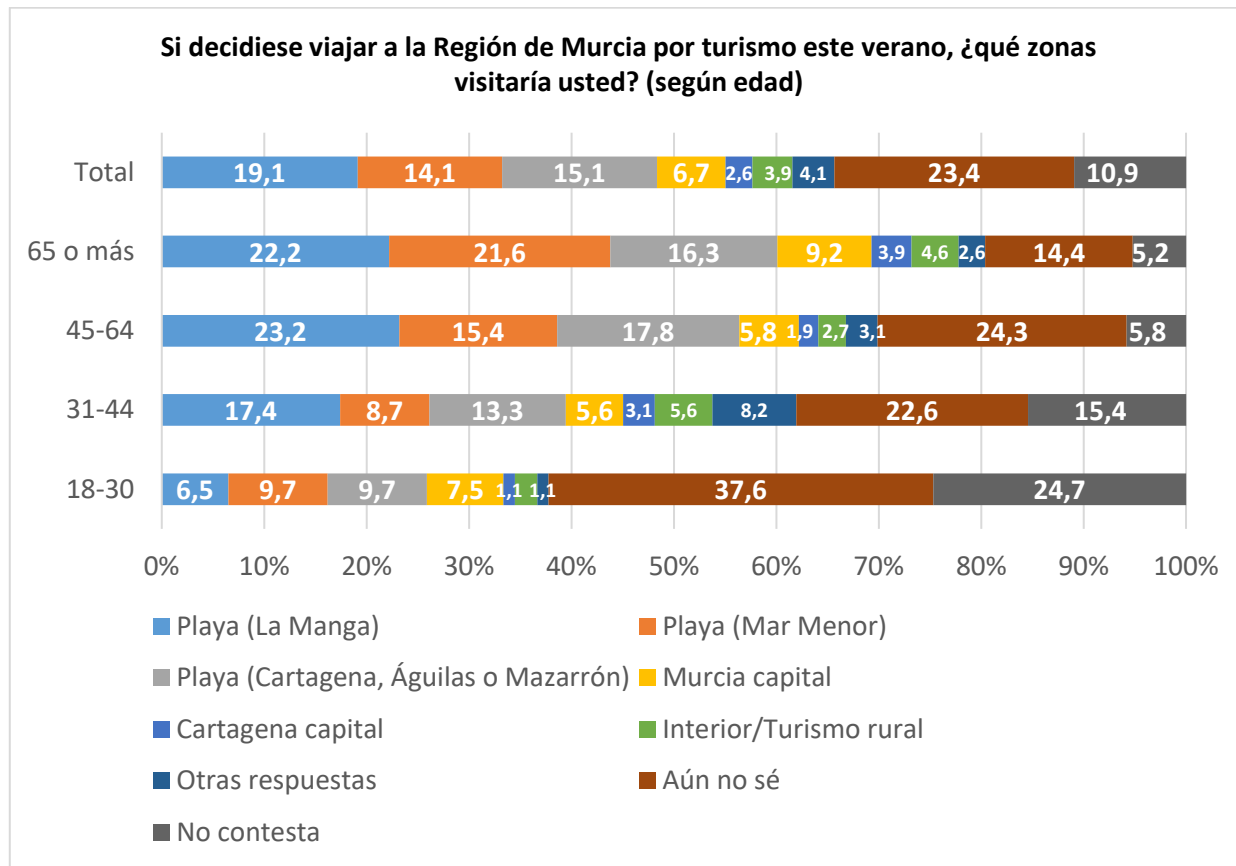
En comparación con los datos del estudio realizado a los residentes en la Región de Murcia, **tanto madrileños como murcianos señalaron La Manga como primer destino preferido, seguido del resto de destinos de costa, de forma similar.** La mayor diferencia es que un 12,1% de los murcianos señalaron su preferencia de pasar las vacaciones en el Noroeste de la Región, opción apenas citada por los madrileños.

Gráfico 6.5. Zonas preferidas para pasar las vacaciones en la Región de Murcia



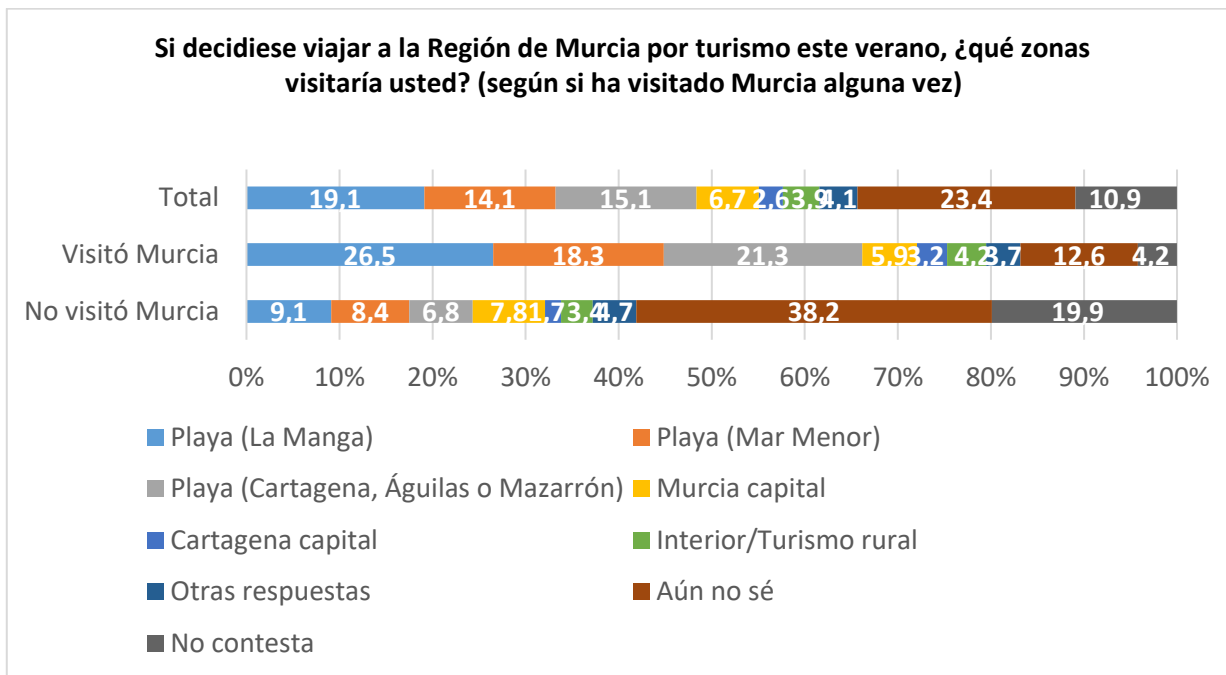
Respecto a la misma cuestión, los tramos de edad señalan que, entre los madrileños más jóvenes, se reduce el interés en el turismo de playa, manteniendo cierta preferencia por el Mar Menor y aumentando su interés por el turismo en Murcia capital. Asimismo, los mayores de 65 años muestran un interés mayor en visitar las ciudades de Murcia y Cartagena en comparación con el resto de rango de edades, aunque con porcentajes muy reducidos. Además, es el sector que menos dudas tiene a la hora de elegir lugares de la Región si la visitara. Sin embargo, **los jóvenes son los que más dudas expresan sobre los lugares que visitarían si decidieran realizar turismo en la Región de Murcia**, debido a que nunca han visitado la Región y, consecuentemente, desconocen los detalles de la oferta turística del destino Región de Murcia.

Gráfico 6.6. Zonas preferidas para pasar las vacaciones en la Región de Murcia según edad



En cuanto a los madrileños encuestados que ya han visitado la Región de Murcia, estos tienen más claro qué lugares visitarían si volvieran a la Región. En ese sentido, **el 26,5% de los madrileños que ya ha visitado la Región visitaría La Manga, frente a solo el 9,1% entre quienes no lo han hecho**. Otro dato relevante lo ofrecen los madrileños que ya han visitado Murcia y que ahora prefieren visitar La Manga y las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón antes que las playas del Mar Menor. En el caso de las personas que no han visitado Murcia, se observa que casi el 50% no sabría qué lugares visitar o no responde a la pregunta. Respecto la intención de realizar turismo en la capital de Murcia, es mayor entre aquellos madrileños que no han visitado la Región, mientras que el turismo en la capital de Cartagena es superior entre aquellos encuestados que sí han venido anteriormente.

Gráfico 6.7. Zonas preferidas para pasar las vacaciones en la Región de Murcia según si ha visitado anteriormente la Región de Murcia o no

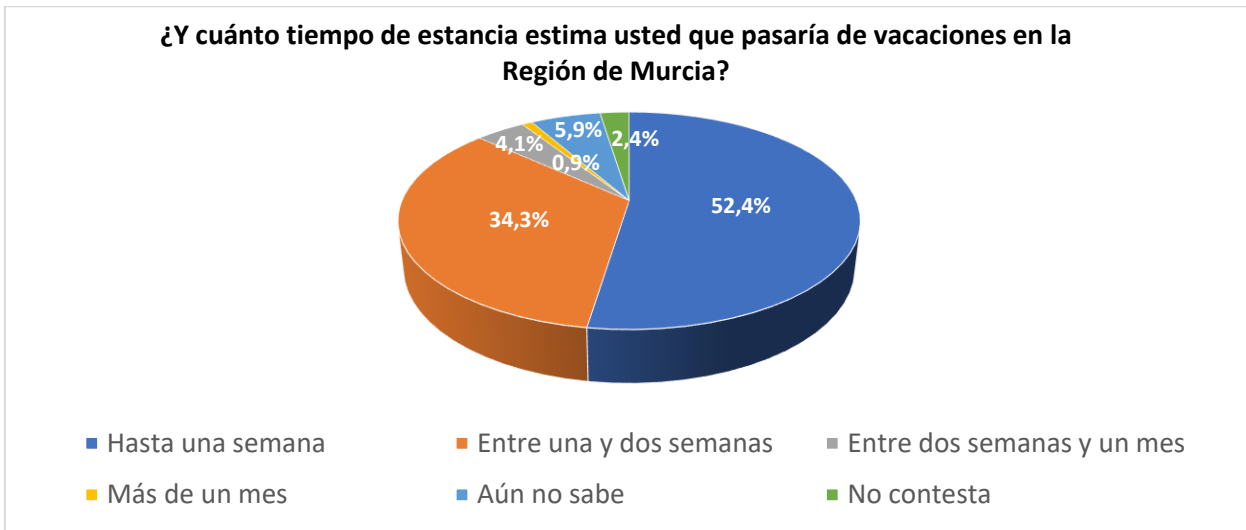


Por otro lado, también es preciso tener en cuenta la duración de las estancias de aquellos turistas que pasarían vacaciones en la Región. **La mayoría de los entrevistados concibe sus vacaciones en la Región de Murcia como una estancia de corta duración, de hasta una semana.** Por otro lado, más de una tercera parte de los turistas procedentes de Madrid se quedaría en la Región entre una y dos semanas.

Resulta interesante señalar que se observa un repunte en alargar su estancia entre una y dos semanas en los madrileños que han visitado Murcia (37,4%) frente a los que no la han visitado hasta el momento (30,1%), lo cual puede indicar que la experiencia de visitar la Región anima a los turistas a prolongar estancias más prolongadas.

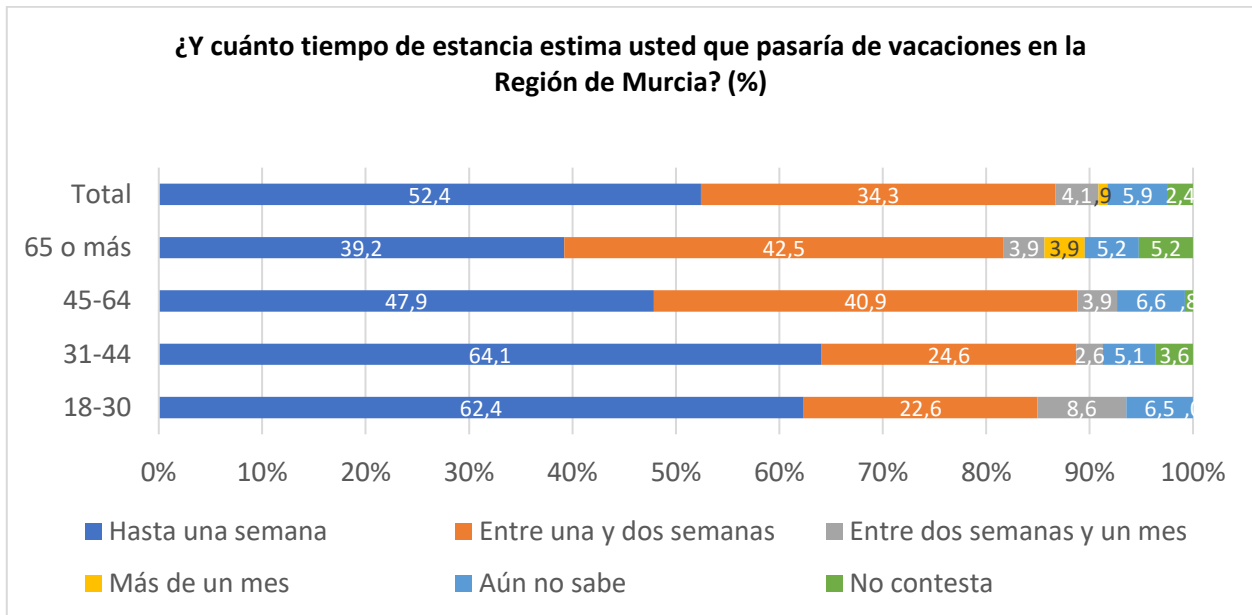
En este sentido, los madrileños se plantean estancias en la Región de Murcia de una duración similar a las que se plantean los propios murcianos, predominando la media y, especialmente, la corta duración.

Gráfico 6.8. Duración estimada de unas vacaciones en la Región de Murcia



Atendiendo a los resultados por tramos de edad, conforme aumenta la edad de los turistas, estos están más dispuestos a alargar la duración de sus estancias en la Región de Murcia. Recordemos, también, que a mayor edad se producían mayores niveles de conocimiento sobre la Región y también mayores niveles de visitas previas.

Gráfico 6.9. Duración estimada de unas vacaciones en la Región de Murcia

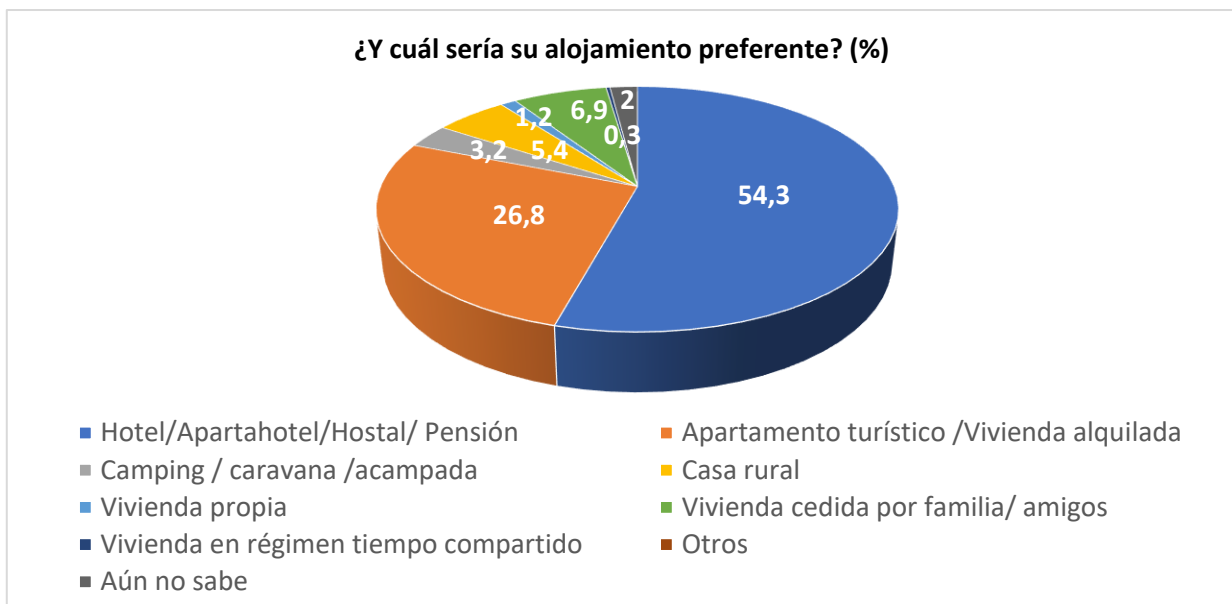


Al ser preguntados sobre el tipo de alojamiento preferido para pasar las vacaciones en la Región de Murcia, los potenciales turistas procedentes de Madrid han señalado mayoritariamente opciones hoteleras para alojarse: hoteles, aparta-hoteles, hostales o pensiones, son las opciones para el 53,6% de los entrevistados. En cambio, más de una cuarta parte de los turistas madrileños optarían por apartamentos turísticos o viviendas alquiladas. El resto de opciones de hospedaje no despiertan excesivo interés para los

encuestados: un 5,3% optaría por casas rurales y un 3,1% por campings, caravanas o acampadas, entre otras opciones que aparecen en el gráfico 6.10.

Este comportamiento es distinto al de los residentes de la Región de Murcia, como resulta natural, dado que casi un 20% de los murcianos pueden alojarse en segundas viviendas propias, opción que solo tienen un 1,2% de los madrileños. Sí que es similar, alrededor del 6% en ambos casos, la proporción de turistas locales y de fuera que aprovecharían viviendas de familiares y amigos. Entre las opciones de pago, los madrileños recurren mucho más al sector hotelero, mientras que los murcianos recurren tanto a hoteles como a viviendas alquiladas prácticamente por igual.

Gráfico 6.10. Alojamiento preferente para estancias turísticas en la Región de Murcia



Según el tipo de hogar, los datos ofrecen información sobre algunos comportamientos diferenciados del resto. En este caso, **las familias con hijos menores de edad están más abiertas al resto de opciones distintas de la hotelera**, por un lado, y, por otro, las familias monoparentales con algún hijo a cargo intentan recurrir en mayor medida que el resto a una vivienda cedida por familiares o amigos. Como parece lógico, las respuestas indican que cada familia busca opciones adaptadas a sus necesidades en relación al coste, espacio, comodidad, servicios, etc.

Se observa una diferencia significativa también entre las personas que aún no han visitado Murcia y las que ya lo han hecho. Aunque en ambos casos la preferencia de pasar las vacaciones en un hotel, aparta-hotel, hostel o pensión es la más elegida, en el caso de **las personas que han visitado Murcia previamente indican mayor preferencia por alojarse en apartamentos turísticos y viviendas alquiladas**. Esto puede deberse a que, en relación con la pregunta anterior, también alargarían más su estancia entre una y dos semanas que las personas que aún no han visitado Murcia.



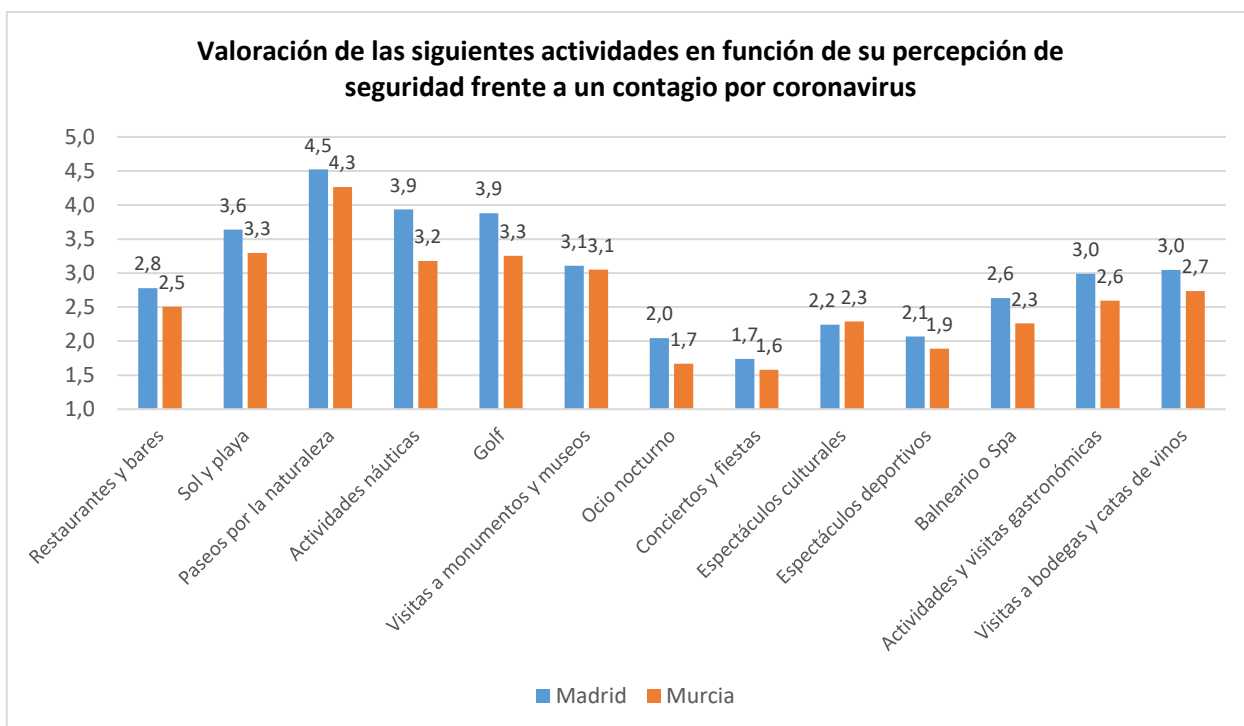
Finalmente, al ser preguntados sobre la percepción de seguridad frente a contagios por coronavirus en una serie de actividades turísticas y de ocio, en una escala de 1 (nada segura) a 5 (muy segura), los madrileños perciben entre «muy segura» y «bastante segura» la opción de realizar **paseos por la naturaleza**. También se perciben como seguras las **actividades náuticas**, el **golf**, **tomar el sol y bañarse en la playa** y, en menor medida, la **visita de museos y monumentos**, las **visitas a bodegas y catas de vinos** y las **actividades y visitas gastronómicas**.

Por otra parte, hay otras actividades que se perciben mayoritariamente como poco seguras frente a potenciales contagios por la Covid-19: la vida social en **bares y restaurantes**, la visita al **balneario o spa**, la asistencia a **espectáculos culturales** o a **espectáculos deportivos** y las actividades de **ocio nocturno**. La única actividad percibida principalmente como poco o nada segura sería la asistencia a **conciertos o fiestas**.

Parece conveniente, en consecuencia, **limitar la oferta y promoción de las actividades percibidas como menos seguras** mientras que la población entienda que existen posibilidades de contagiarse de coronavirus.

En comparación con las opiniones de los residentes de la Región de Murcia, **los residentes en Madrid valoran de forma muy similar a los murcianos los riesgos de contagio de los distintos tipos de actividades turísticas**, aunque con una percepción general de la seguridad mayor. Tanto para unos como para otros, la opción más segura, actualmente, son los paseos por la naturaleza y la que menos, los conciertos y fiestas.

Gráfico 6.11. Percepción de seguridad de las actividades turísticas frente a contagio por coronavirus, según madrileños y murcianos

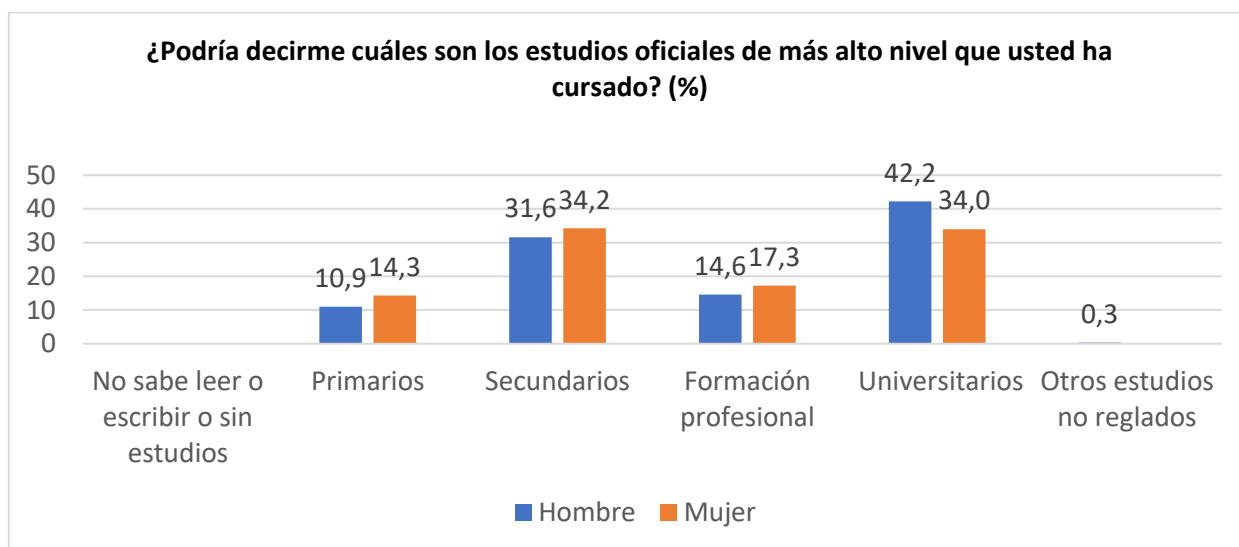


## 7. Características de la muestra.

En este epígrafe se muestran algunas características de interés sobre los encuestados, tales como el nivel de estudios, la situación laboral y profesional, o la situación del hogar. La distribución del resto de características tales como la edad o el sexo se puede consultar en las tablas del Informe Técnico de Resultados.

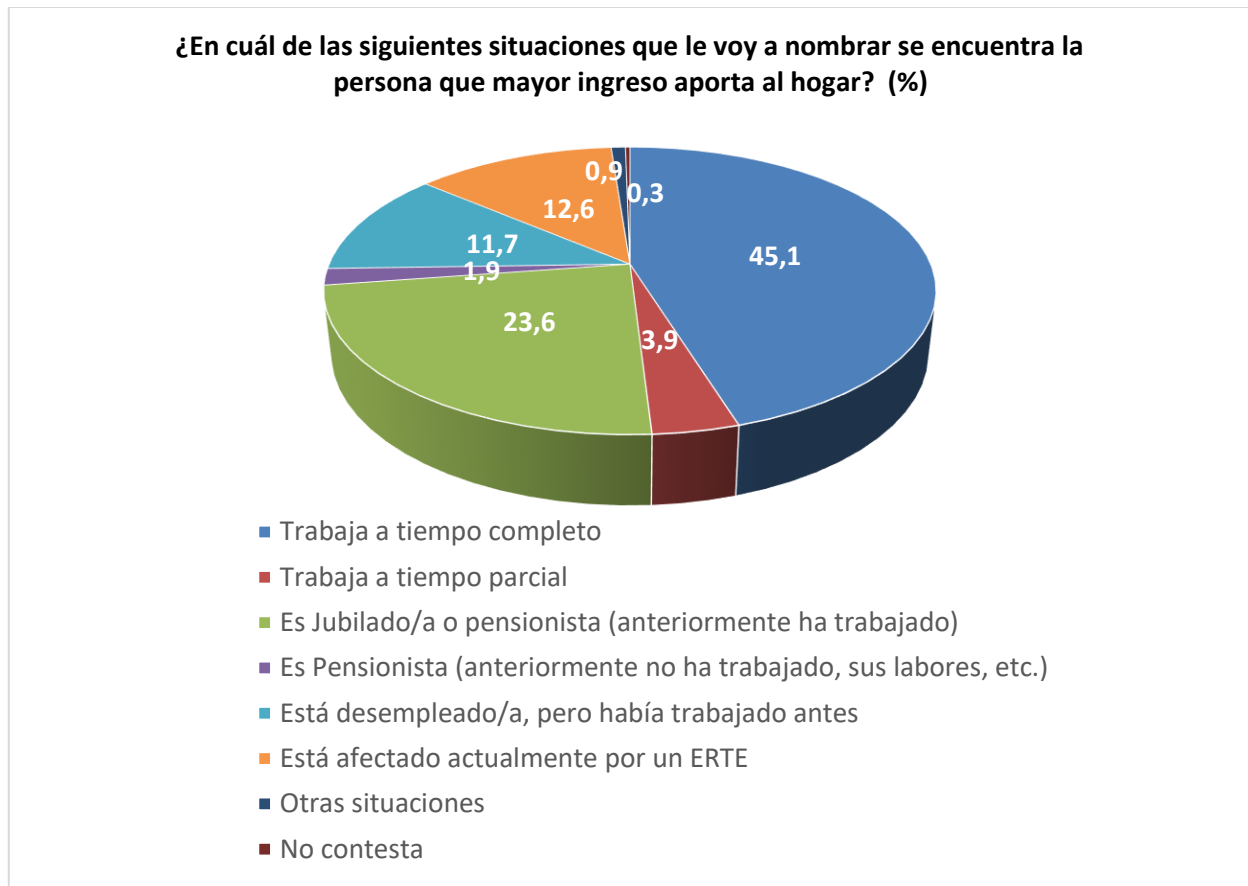
La distribución de los encuestados según nivel de estudios arroja los siguientes resultados: con estudios **universitarios** (37,9%), personas con **estudios secundarios** (33%), **formación profesional** (16%) y **primarios** (12,7%), con un reparto muy similar, a grandes rasgos, entre hombres y mujeres.

Gráfico 7.1. Nivel de estudios de los entrevistados



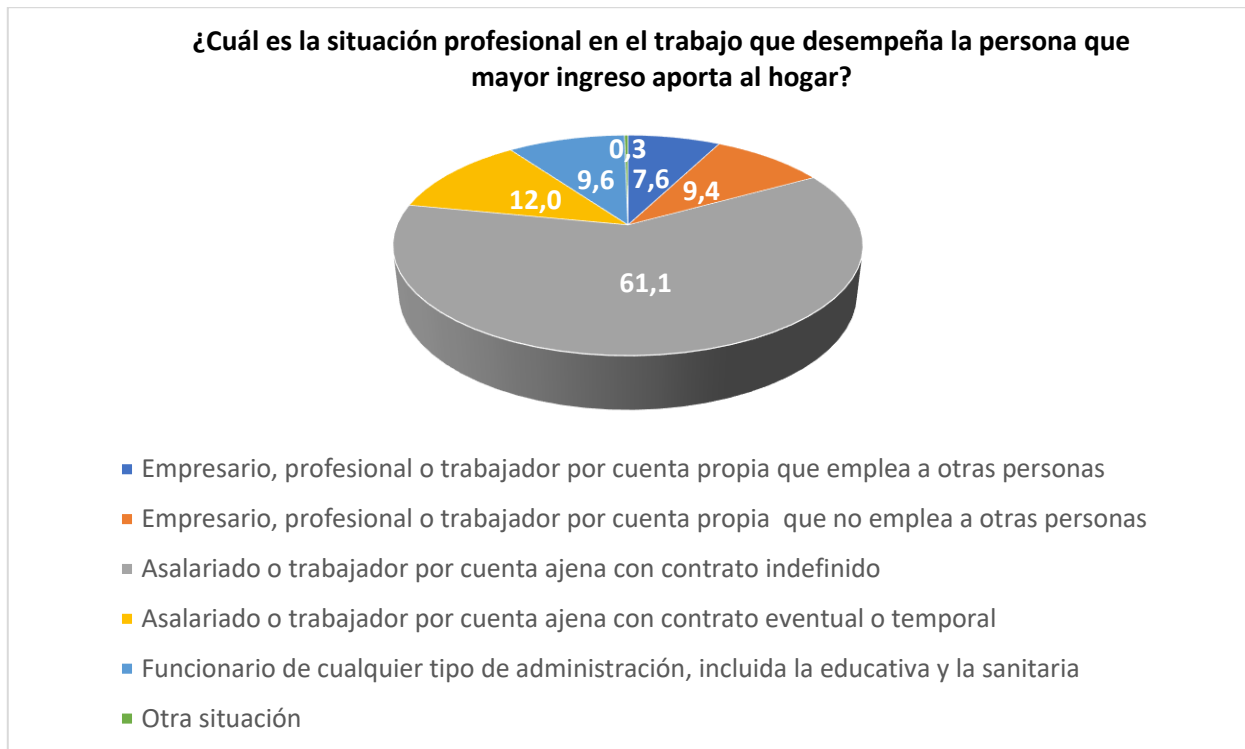
En cuanto a la situación profesional, el 45,1% de las personas que aportan mayores ingresos al hogar del entrevistados trabajan a tiempo completo y solo un 3,9% a tiempo parcial. Un 25,5% es jubilado o pensionista y un 11,7% es desempleado con empleo anterior. Un 12,6% se encontraba afectado por un ERTE en el momento de realizar la encuesta y un 0,9% se encontraba en otras situaciones.

Gráfico 7.2. Situación laboral de los entrevistados



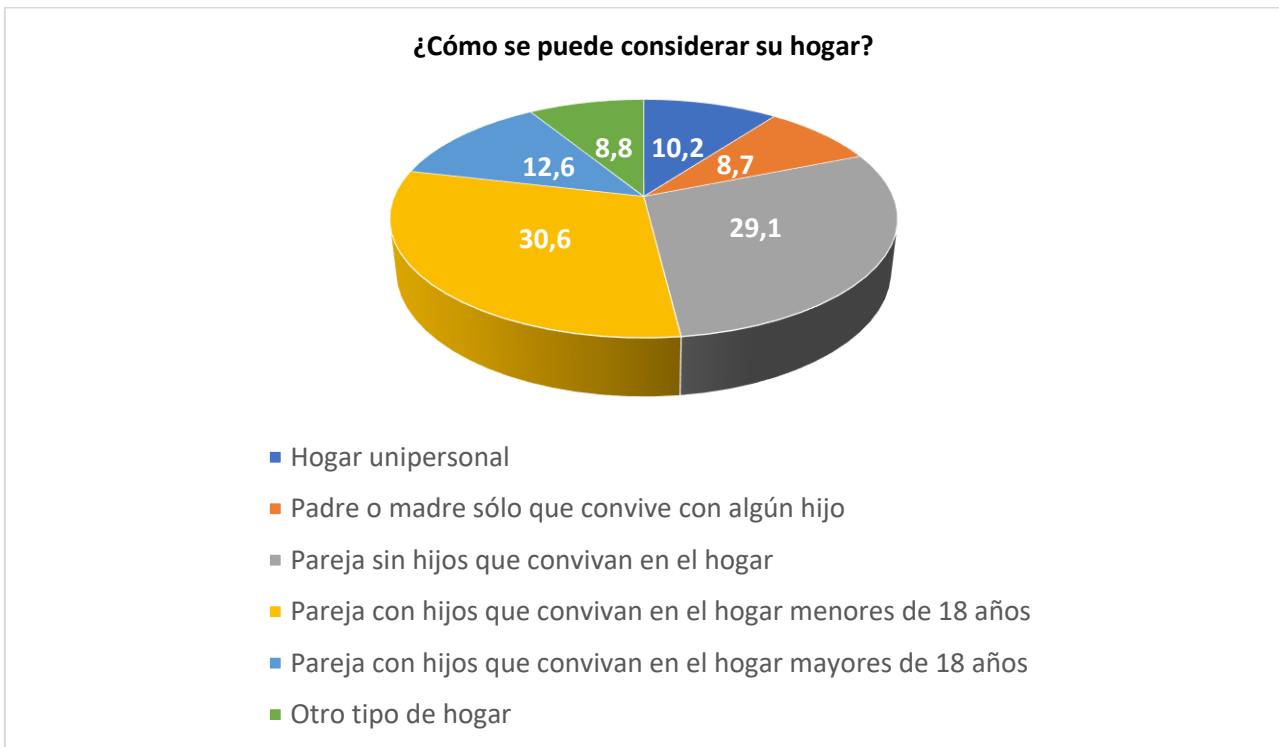
Entre las personas que aportan el mayor nivel de ingresos al hogar y estaban en el momento de la encuesta trabajando, un 60,9% tiene **contrato de trabajo indefinido** y otro 12% uno **temporal**. Un 9,6% son funcionarios, mientras que un 7,6% son **empresarios** que emplean a otras personas y un 9,3% se corresponden con el perfil de **profesional autónomo** por cuenta propia.

Gráfico 7.3. Situación profesional de los entrevistados.



Finalmente, **la situación de los hogares de los entrevistados es muy variada**. Un 30,3% son personas que viven en hogares donde hay una pareja con hijos menores de edad, mientras que casi otro 12,4% viven en hogares en los que vive una pareja con hijos mayores de edad. Un 28,9% pertenecen a hogares en los que conviven una pareja sin hijos y un 8,6 viven en hogares monoparentales con uno o varios hijos. Por su parte, un 10,1% son personas que viven solas y un 8,7% se corresponde con otro tipo de hogares.

Gráfico 7.4. Tipo de hogar de los entrevistados



## 8. Recomendaciones estratégicas para el turismo de la Región de Murcia, basadas en la percepción de los turistas

A continuación se detallan las líneas estratégicas de recomendaciones para la consolidación y promoción del destino turístico Región de Murcia, en base a las percepciones de los turistas procedentes de la Comunidad de Madrid recogidas en el presente estudio.

### Línea 1. Reforzamiento de la marca Costa Cálida y recuperación de la imagen del Mar Menor.

- Debe aprovecharse el elevado nivel de conocimiento de la marca Costa Cálida para ligarla **definitivamente a la Región de Murcia**, dando relieve no solo a las playas de La Manga, el Mar Menor, Águilas y Mazarrón, sino también a otros espacios costeros emblemáticos como el parque regional de Calblanque, Cabo de Palos o el parque regional Puntas de Calnegre, perteneciente al municipio de Lorca.
- Por otra parte, resulta **imprescindible recuperar una imagen atractiva de las playas del Mar Menor**, dado que es uno de los emblemas del turismo de la Región de Murcia, como demuestran los niveles de conocimiento del lugar.
- No obstante, sería oportuno promocionar el destino Región de Murcia, especialmente mediante redes sociales, para **dar a conocer tanto la Costa Cálida como el Mar Menor a la población más joven**, que apenas sabe de su existencia.

### Línea 2. Búsqueda de efectos multiplicadores en la promoción del destino Región de Murcia.

- Resulta aconsejable aprovechar al máximo el elevado número de turistas que reciben las ciudades de **Murcia y Cartagena** para promocionar desde estas tanto las playas como el resto de destinos turísticos de la Región de Murcia.
- El destino Región de Murcia debe **aprovechar la promoción por “boca a boca”** (presencial y virtualmente), puesto que es un destino que provoca satisfacción en los turistas y, además, gran parte de los mismos se muestran predispuestos a recomendarlo y, además, piensan que sus familiares y amigos también lo encontrarían interesante. Se podría elaborar un mensaje del estilo: «*Haz caso a tus amigos, Región de Murcia, te gusta*».
- Para el público de Madrid, se recomienda realizar un esfuerzo publicitario para promocionar el destino Región de Murcia en **radios nacionales o autonómicas**, dado que es un medio de comunicación que funciona en la propia Región, pero parece no haberse explotado suficientemente fuera de ella. Especialmente en emisoras con un público mayoritariamente joven y de mediana edad.
- Por supuesto, **las campañas publicitarias o reportajes en televisión** siempre tendrán un impacto promocional mayor, aunque pueden suponer costes elevados.

Línea 3. Potenciación del turismo gastronómico y el rural/natural, junto al modelo de sol y playa, para un turismo de todo el año.

- Se muestra la oportunidad de elaborar una estrategia para **ligar mucho más los conceptos del turismo gastronómico y del rural/natural al modelo de sol y playa** con el que se identifica fuertemente el destino Región de Murcia. La celebración de eventos gastronómicos y culinarios, o catas de vinos, así como la promoción de los espacios naturales existentes en la Región y sus numerosas rutas de senderismo, ciclismo, náuticas, etc., puede contribuir notablemente a este propósito. Asimismo, la **elaboración y difusión de guías** de estas opciones turísticas.
- El buen clima, la gastronomía, la vida cultural y el ocio, como elementos característicos de la identidad del destino Región de Murcia, junto con sus playas, asimismo indican que es posible realizar **un turismo muy atractivo en la Región durante cualquier época del año**, algo que ya entienden casi la mitad de los turistas. El objetivo es trasladar la idea a la otra mitad.
- «*Región de Murcia, Costa Cálida todo el año*», podría ser un modo de promocionar el turismo no estacionario junto a la marca Costa Cálida.

Línea 4. Convertir la adversidad en oportunidad para el turismo, en un contexto de post-pandemia.

- Se debe **aprovechar el elevado número de madrileños que desean viajar por el resto de España**, durante este verano y lo que resta de 2020, para atraerlos a la Región de Murcia.
- El potencial turista puede verse atraído por **la seguridad sanitaria que ofrece la Región de Murcia**, por lo que dicha información debe ser parte del mensaje publicitario oficial en 2020.
- Conociendo que las actividades de sol y playa son unas de las actividades percibidas como más seguras, la Región de Murcia dispone de una **gran oferta de turismo costero para la presente campaña de verano**. En dicha oferta, deben jugar un especial papel la calidad del sector hotelero y el alquiler de apartamentos y viviendas turísticas.
- Es momento de **atraer a turistas que ya han estado en la Región de Murcia**, dado que tienen más claro cuáles son sus espacios preferidos de la Región y están más predispuestos a volver, algo que sucede de especial manera cuando nos referimos a La Manga. Además, quienes repiten se quedarían durante más tiempo.
- La oferta turística debe **enfatar las soluciones de corta y media duración**, dado que son escasos los turistas que se plantean estancias de larga duración, al igual que sucedía con los murcianos. Los mensajes publicitarios deben ofrecer **una visión casual del estilo de vacaciones en la Región de Murcia**: «*Región de Murcia, no necesitas mucho para hacer de todo*».