

ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DEL RESIDENTE SOBRE EL DESTINO REGIÓN DE MURCIA

Junio, 2020



REGIÓN
MURCIA

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



Estudio de la percepción del residente 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.	Comportamiento turístico en el marco de la Covid-19	12
5.	Prioridades en la política turística de la Región de Murcia.....	20
6.	Conocimiento y valoraciones sobre la gestión del turismo en la Región de Murcia	24
7.	Percepción del posicionamiento turístico de la Región de Murcia	28
8.	Características de la muestra.....	32
9.	Recomendaciones estratégicas para el turismo de la Región de Murcia, basadas en la percepción de sus residentes.	35

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. Conocer el comportamiento turístico de los residentes ante la emergencia sanitaria COVID-19.
2. Analizar la percepción de la Región de Murcia como destino turístico que tienen los propios residentes y su grado de sensibilización con los *inputs* y *outputs* de la actividad turística.
 - a. Detectar la importancia y valoración del turismo entre los residentes.
 - b. Evaluar las prioridades en política turística y valorar la acción de la Administración al respecto.
 - c. Analizar la percepción del posicionamiento turístico de la Región de Murcia.
3. Formular recomendaciones para el diseño de programas de actuación y seguimiento de las líneas estratégicas del ITREM.

Equipo investigador

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:** Región de Murcia.
- **Universo:** Personas de 18 y más años, empadronadas en el ámbito de estudio.
- **Muestra diseñada:** 800 casos.
- **Tamaño de la muestra realizada:** 800 casos.
- **Error muestral:** El error estadístico máximo de los datos totales obtenidos con esta muestra, asumiendo los estándares del muestreo aleatorio simple, es el $\pm 3.5\%$, con una probabilidad del 95.5% (2 sigmas) y $P=Q$.
- **Sistema de selección de entrevistados:** Para este estudio se diseñó un sistema de selección polietápico, con una distribución de entrevistas mediante afijación proporcional entre el conjunto de municipios de la Región de Murcia, y selección de las unidades últimas (hogares) por sistema aleatorio, cuotas de sexo, y marcos generales de edad. La estructura de sexo sigue una distribución proporcional a los datos consolidados del Padrón de población (INE).
- **Puntos de muestreo:** 43.
- **Cuestionario:** de tipo estructurado y cerrado.
- **Fecha de realización:** 18 a 27 de mayo de 2020.
- **Realización del campo:** Equipo de investigación.

Estructura de la muestra por zonas

	Entrevistas realizadas	Porcentaje
Costa	202	25,3
Murcia	242	30,3
Resto	356	44,5
Total	800	100

Estructura de la muestra por tamaño de municipio

	Entrevistas realizadas	Porcentaje
<10.000	30	3,8
10.000 a 50.000	324	40,5
50.000 a 300.000	204	25,5
>300000	242	30,3
Total	800	100

3. Síntesis de resultados.

Comportamiento turístico en el marco de la Covid-19

- Más del 70% de los residentes en la Región de Murcia no piensa hacer ningún viaje turístico en lo que resta de año. No obstante, casi el 40% de los más jóvenes (18-30 años) sí piensa hacerlo. También entre los habitantes de Murcia capital, el deseo de viajar es mayor frente a los del resto de la Región.
- Entre quienes piensan en viajar para hacer turismo, más del 80% piensa hacerlo en verano.
- El destino preferente de la mayoría de los viajeros será otra comunidad autónoma (58,4%), siendo la segunda opción viajar dentro de la Región de Murcia (22,2%) y, en tercer lugar, el extranjero (10,7%).
- Tres de cada cuatro murcianos considera a la Región de Murcia un destino más seguro que otros destinos nacionales.
- De decidirse por viajar dentro de la Región, la mayoría de encuestados (19,8%) aún no sabe qué zona visitaría. No obstante, los destinos favoritos son La Manga (15,3%), Mazarrón (14%), el Mar Menor (13%) y el Noroeste (12,1%).
- Predominan las estancias de corta y media duración entre el turista regional: el 46,5% estaría en un destino de la Región de Murcia 10 días o menos.
- La opción de alojamiento favorita es en un apartamento turístico o vivienda alquilada (21%), seguido del 19,4% que se alojaría en una vivienda propia. Otro 18,3% se alojaría en un hotel, hostel, apartahotel o pensión, y el 15% en una casa rural.
- En relación a un posible contagio por Covid-19, los paseos por la naturaleza se perciben como la actividad turística más segura. También se perciben seguras las actividades de sol y playa, el golf, las actividades náuticas y las visitas a monumentos y museos. Se perciben como poco seguras las actividades relacionadas con espectáculos deportivos, ocio nocturno, y conciertos y fiestas.

Prioridades en la política turística de la Región de Murcia

- La mayoría de los residentes considera el turismo muy prioritario (41,4%) y el 38,8% bastante prioritario para el desarrollo económico de la Región de Murcia. Solo el 4,6% lo ve poco prioritario.
- El 54,6% de los murcianos considera que el turismo regional debería enfocarse más a atraer a españoles de otras comunidades. Otro 33,9% aboga por atraer a españoles y extranjeros por igual, mientras que el 7,1% es partidario de orientar el turismo más a la atracción de extranjeros.
- El 53,3% de los residentes en la Región de Murcia considera que el modelo turístico debería orientarse hacia el público de clase media, y un 32,4% piensa que debería atraer tanto a dicho público como al de mayor poder adquisitivo por igual.
- Además del turismo de sol y playa, habitual en la Región de Murcia, los encuestados son partidarios de promocionar distintos tipos de turismo, principalmente el turismo rural o en la naturaleza y el gastronómico.
- Los residentes en la Región consideran una prioridad inequívoca la regeneración del Mar Menor y otras actuaciones medioambientales. En segundo plano, el desarrollo de nuevas áreas de servicios turísticos, tales como tiendas y restaurantes, etc., y el desarrollo de atracciones que impliquen la llegada de gran número de turistas.

Conocimiento y valoraciones sobre la gestión del turismo en la Región de Murcia

- La mitad de los residentes en la Región de Murcia conocen o han oído hablar del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), pero solo el 21% de los mismos conoce o ha oído hablar del Centro de Cualificación Turística (CCT).
- Ambos organismos, ITREM y CCT, son más conocidos en los municipios de mayor tamaño, pero escasamente conocidos en los municipios más pequeños.
- Además, en el caso del CCT, este es bastante más conocido entre los hombres (27,5%) que entre las mujeres (14,5%) de la Región de Murcia.
- Los murcianos valoran mayoritariamente como «buena» la actuación de las administraciones responsables de promocionar el turismo de la Región de Murcia, quedando en primer lugar las oficinas del turismo regional municipales, seguidas de la C.A.R.M., las actuaciones de los comerciantes y empresarios locales, y los ayuntamientos.
- En concreto, la promoción turística realizada por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, es considerada por dos de cada tres murcianos como «buena» o «muy buena».

Percepción sobre el posicionamiento turístico de la Región de Murcia

- Solo el 43,5% de los encuestados recuerdan haber visto información o publicidad turística oficial sobre la Región de Murcia.
- Entre los murcianos que recuerdan haber visto publicidad o información turística de la Región de Murcia, tres de cada cuatro recuerda haberla visto en la televisión, siendo el medio con un impacto mayor entre todos. Después, cuatro de cada diez recuerda haberla escuchado en radio.
- Solo uno de cada cinco jóvenes, entre 18 y 30 años, recuerda haber visto publicidad o información turística de la Región de Murcia, muy por debajo del resto de tramos de edad.
- La calidad de la asistencia sanitaria es el aspecto mejor valorado de la Región de Murcia entre los considerados. Los peores, aunque en valores positivos, son la limpieza en las ciudades y el costo de la vida.
- En las playas, los residentes en la Región de Murcia consideran mayoritariamente entre «aceptable» y «bastante aceptable» la seguridad, los servicios disponibles y la limpieza. En cambio, valoran por debajo de «satisfactorio» el ruido, el tráfico y la masificación turística.
- Los murcianos valoran muy positivamente la oferta de restaurantes y sitios para comer así como la oferta de hoteles y alojamientos turísticos, junto con la de centros comerciales. En cambio, valoran regular la oferta de museos.
- Se percibe más oferta turística dirigida al consumo que a otro tipo de actividades de carácter no material.

4. Comportamiento turístico en el marco de la Covid-19

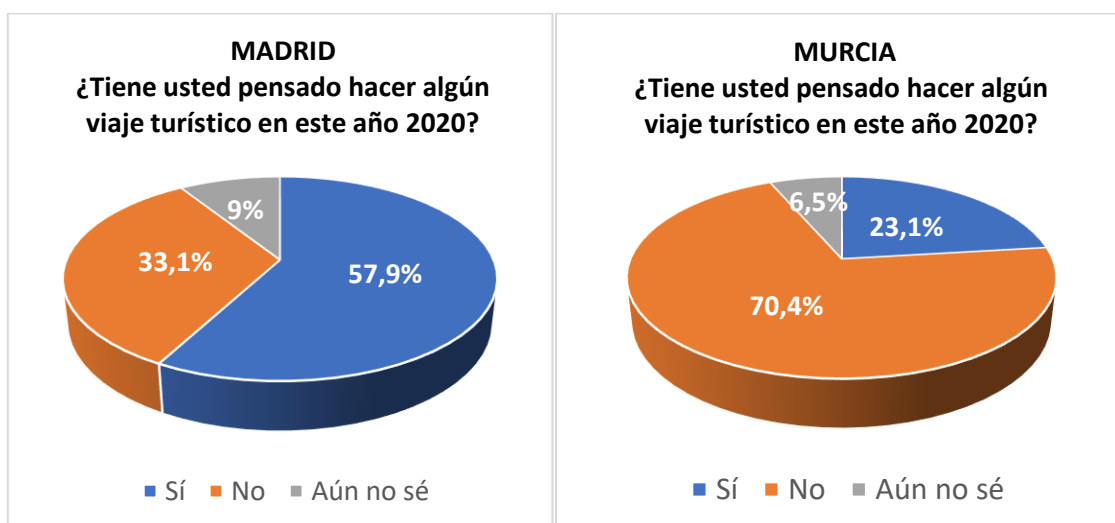
A continuación se presentan los principales resultados que ofrece el estudio sobre el comportamiento previsible de los residentes en la Región de Murcia durante la campaña turística de verano para el presente año 2020. En este epígrafe, se observan las respuestas sobre la intención de realizar viajes turísticos, sobre la intención de viajar durante este verano, el lugar preferido para viajar, la percepción de seguridad frente al coronavirus en viajes dentro de la Región de Murcia, la zona preferida para viajar dentro de la Región de Murcia, el tiempo de estancia previsible, el alojamiento preferido y la percepción de seguridad de diferentes actividades turísticas frente a un posible contagio por Covid-19.

Es importante señalar que, a lo largo del epígrafe, así como del resto del informe, se presentan algunas comparaciones con los resultados de un estudio semejantes características realizado paralelamente a la población residente en Madrid, presentado en el *Estudio de la percepción del turista sobre el destino Región de Murcia*. Se recomienda la consulta de dicho informe para conocer los resultados en mayor detalle.

En primer lugar, tal y como se observa en el gráfico 4.1, debemos mencionar que **la gran mayoría de los residentes en la Región de Murcia no piensa hacer ningún viaje turístico este año**, frente al 23,1% que sí. Solamente el 6,5% de los entrevistados no tiene claro aún si viajará durante lo que resta de año, seguramente, a la espera, en gran parte, de novedades sobre la evolución de la situación sanitaria global y de su propia situación económica personal.

En comparación con los datos del estudio realizado a los residentes de Madrid, la intención de hacer viajes turísticos de los murcianos este año 2020 es muchísimo menor, concretamente, menos de la mitad, en proporción.

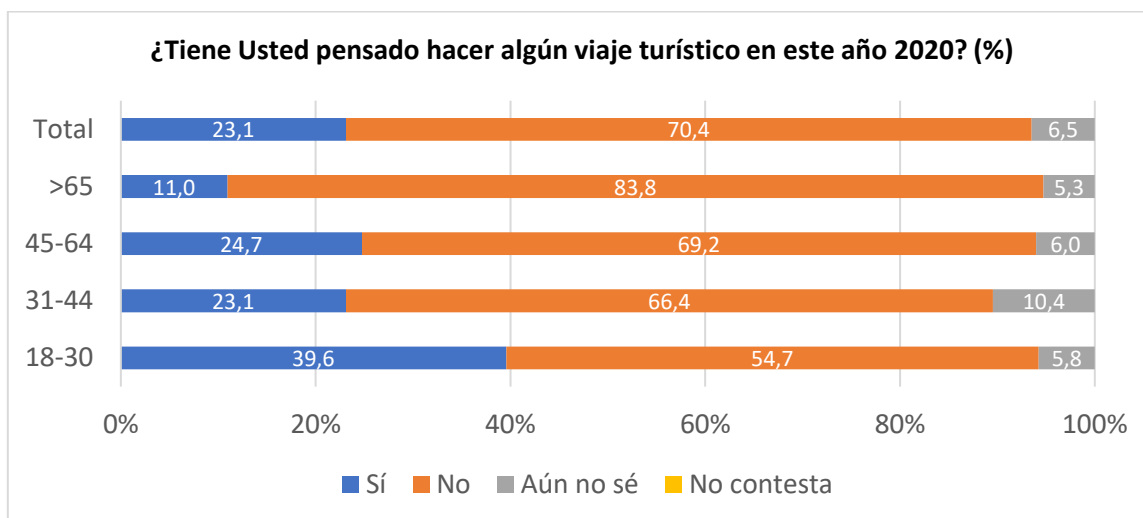
Gráfico 4.1. Intención de realizar un viaje turístico en 2020, comparación entre las comunidades de Madrid y Murcia



Según la procedencia de los entrevistados, podemos observar que **los residentes en Murcia capital muestran la mayor intención de viajar** (30%) frente a los residentes en el resto de la Región (20%).

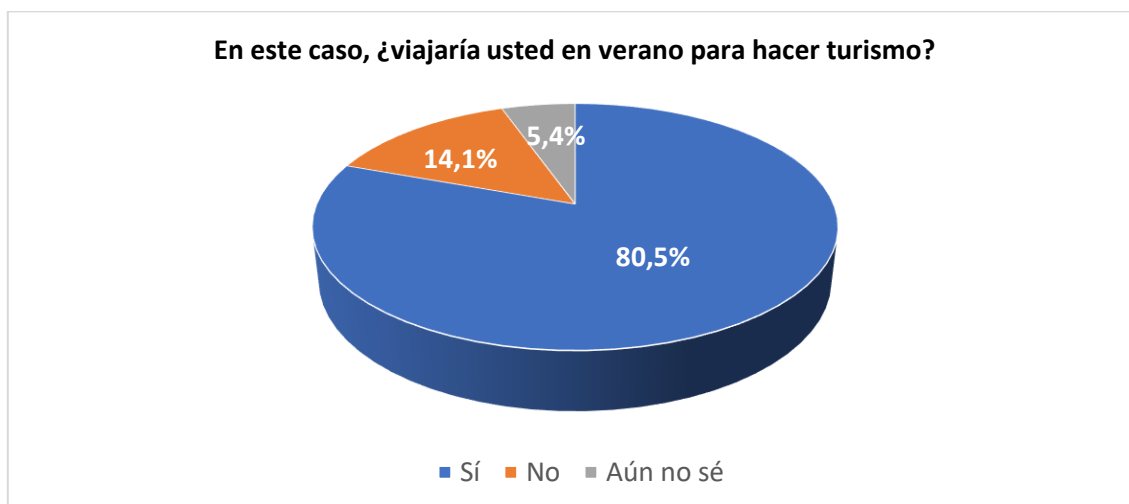
Por otra parte, si observamos las respuestas a la pregunta anterior por franjas de edad, hay variaciones significativas. **El mayor porcentaje de personas que sí realizará un viaje se encuentra en la franja de 18 a 30 años**, casi el 40%, mientras que **solo el 11% de los mayores de 65 años** tiene previsto viajar por turismo este año. Entre las personas de mediana edad, son, aproximadamente, la cuarta parte los que prevén viajar.

Gráfico 4.2. Intención de hacer viajes turísticos en 2020 según edad.



De entre aquellos que responden afirmativamente, **más del 80% está dispuesto a viajar para hacer turismo en verano de 2020**, mientras que una pequeña parte de los entrevistados aún no lo sabría y otra, algo mayor, viajaría en otoño o invierno. El porcentaje sube hasta casi el 90% cuando hablamos de la intención de viajar en verano de los habitantes de Murcia capital, mientras que se mantiene por debajo del 80% para el resto.

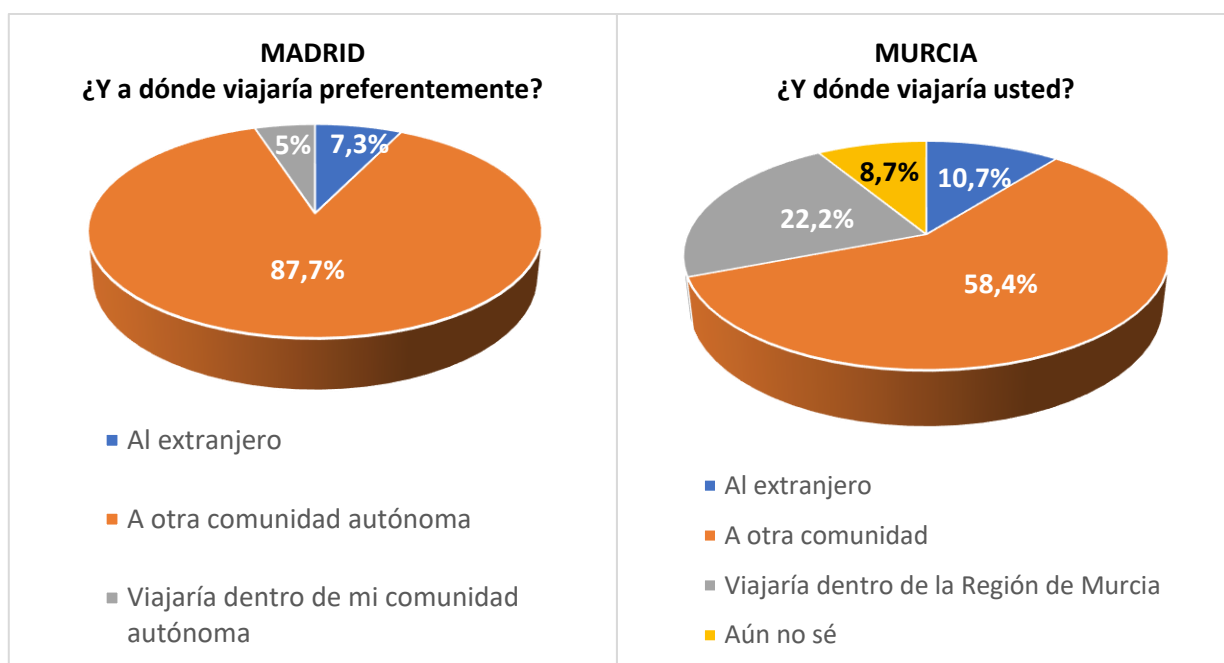
Gráfico 4.3. Intención de viajar por turismo en verano de 2020.



En cuanto al lugar al que viajar, el destino preferente de la mayoría de los residentes en la Región de Murcia será otra comunidad autónoma, seguida de la opción de viajar dentro de la Región de Murcia y, solo uno de cada diez, al extranjero. Una parte considerable de quienes tienen intención de viajar (8,7%) no sabe todavía a dónde irían en lo que resta de año. Este último grupo poblacional indeciso podría ser potencial turista interno en la Región si finalmente encuentra una opción vacacional cercana a sus intereses. A destacar que, fijándonos en la edad de los entrevistados, los murcianos entre 31 y 44 años son los más dispuestos a viajar dentro de la propia Región, la tercera parte de los mismos.

El comportamiento de los madrileños, nuevamente, contrasta con el de los murcianos, dado que solo un 5% de ellos se quedaría en Madrid.

Gráfico 4.4. Destinos turísticos preferentes para el verano de 2020, comparación entre las comunidades de Madrid y Murcia



Al ser preguntados sobre su percepción de la seguridad en la Región de Murcia, teniendo en cuenta el potencial riesgo de contagio de coronavirus y el nivel de medios y asistencia sanitaria, tres de cada cuatro murcianos consideran la Región un destino más seguro que otros destinos nacionales, mientras que el 17% lo considera igual de seguro y apenas dos de cada cien murcianos consideran que la Región es un destino más inseguro. Por tanto, la percepción de seguridad frente al coronavirus podría considerarse un punto fuerte del destino turístico Región de Murcia durante la campaña del 2020.

En comparación, los resultados del estudio realizado en Madrid señalan que más de la mitad de los madrileños 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 de seguridad frente al Covid-19 extendida entre los madrileños, aunque no tan buena como la de los propios murcianos, también resulta ser muy buena.

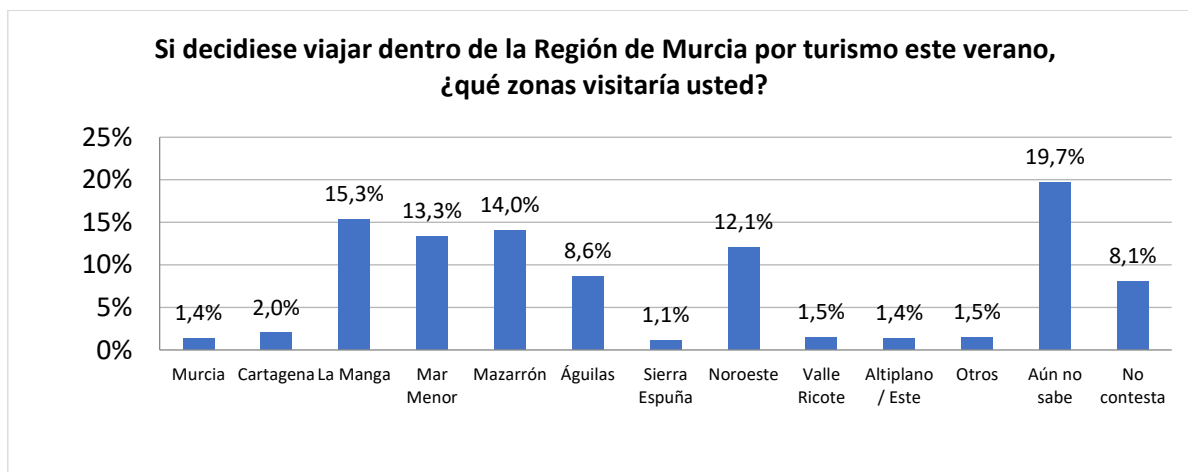
Gráfico 4.5. Seguridad del destino Región de Murcia frente al coronavirus.



Los destinos preferidos por los murcianos para realizar turismo dentro de la propia Región de Murcia son los principales puntos de sol y playa: La Manga, Mazarrón, el Mar Menor y Águilas, junto con el Noroeste como principal alternativa de turismo de interior y rural. Muy pocos son los que, en principio, viajarían a hacer turismo a Murcia (1,4%) o a Cartagena (2%) este verano, si bien es cierto que uno de cada cinco aún no sabe qué destino elegiría.

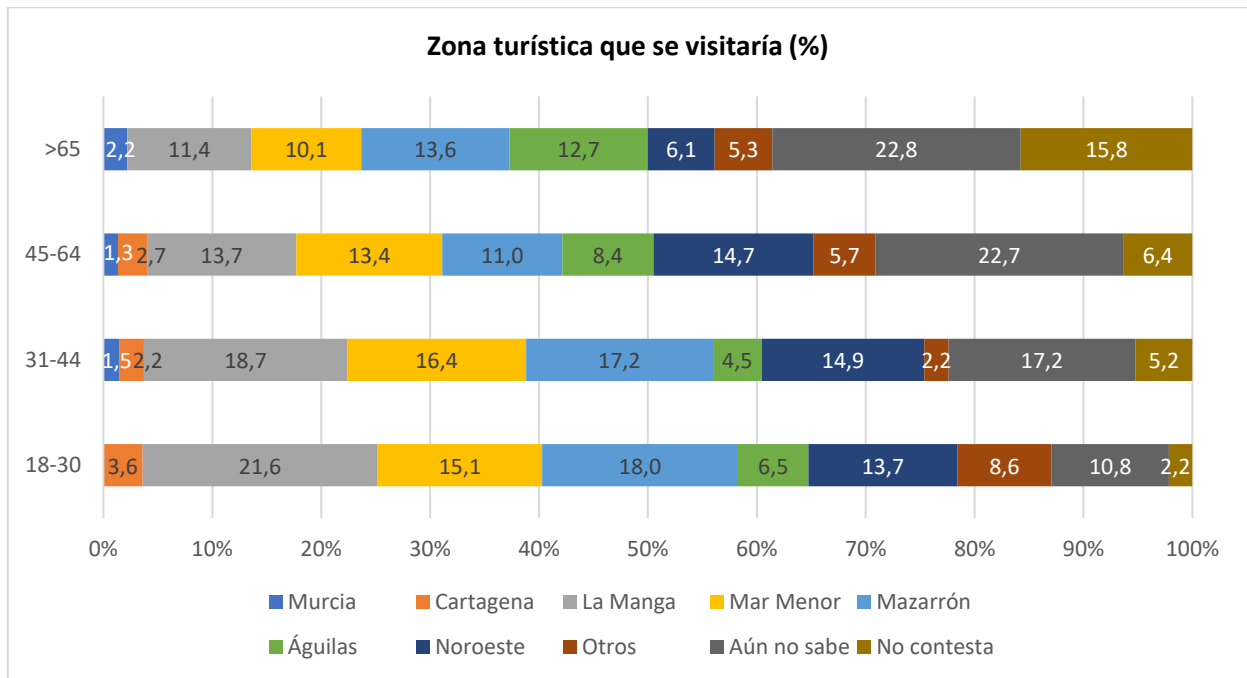
En comparación con los datos del estudio realizado a los residentes en la Comunidad de Madrid, tanto madrileños como murcianos señalaron La Manga como primer destino preferido, seguido del resto de destinos de costa, de forma similar. La mayor diferencia es que un 12% de los murcianos señalaron su preferencia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

Gráfico 4.6. Destinos preferidos en la Región de Murcia.



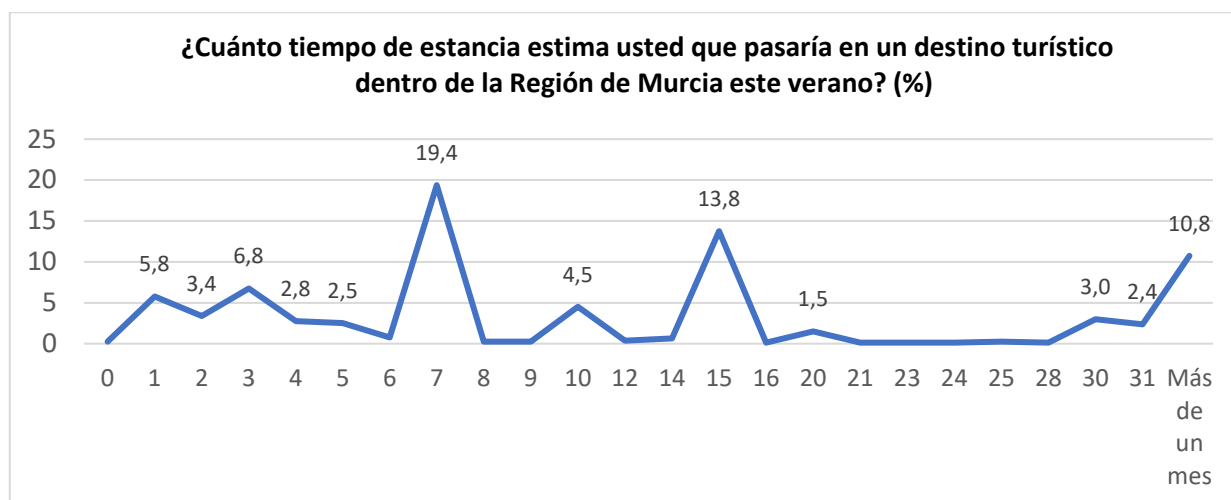
Analizando, a continuación, las respuestas por tramos de edad, es destacable que **los encuestados de entre 18 y 44 años viajarían principalmente a La Manga, a Mazarrón y al Mar Menor**. En cambio, los otros dos tramos de edad muestran preferencias diferentes, respecto a los mayores de 65 años, estos decidirían viajar mayoritariamente a Mazarrón y a Águilas. Por su parte, aquellos que tienen entre 45 y 64 años viajarían mayoritariamente a La Manga y al Mar Menor. La preferencia por La Manga, el Mar Menor y Mazarrón disminuye gradualmente conforme avanza la edad mientras que, por el contrario, la preferencia por Águilas aumenta con los años, aunque no de forma tan gradual. Las personas mayores de 65, además, son las que en menor medida se deciden por el Noroeste para pasar sus vacaciones.

Gráfico 4.7. Destinos preferidos en la Región de Murcia según edad.



Entre los encuestados, **casi el 20% se alojaría en algún destino turístico de la Región de Murcia durante una semana**, mientras que **casi otro 14% estaría 15 días**. También se debe observar que **un 16% pasaría únicamente entre uno y tres días** en alguno de los destinos turísticos regionales, previsiblemente, en fin de semana o en el marco de algún evento o festividad local.

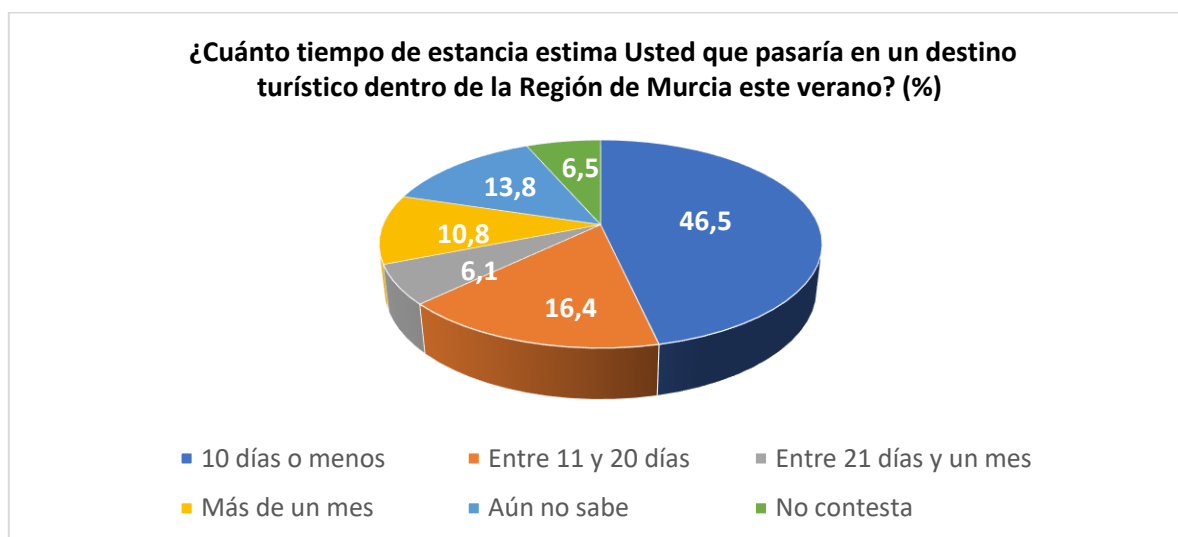
Gráfico 4.8. Estancia estimada de las vacaciones en la Región de Murcia.



Contemplando los datos anteriores de forma agregada, **casi la mitad de los murcianos estaría de turismo en la Región como máximo 10 días**, 17% visitaría la Región entre 11 y 20 días; entre 21 días y un mes solo la visitaría el 6% y **uno de cada diez permanecería en algún lugar de la Región, distinto a su propio lugar de residencia, más de un mes**. Es destacable que, asimismo, un 14% no tiene claro cuánto tiempo pasaría en la Región, aunque predomina claramente el turismo de corta y media duración.

En comparación, 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 4.9. Estancia estimada de las vacaciones en la Región de Murcia: corta, media o larga duración.

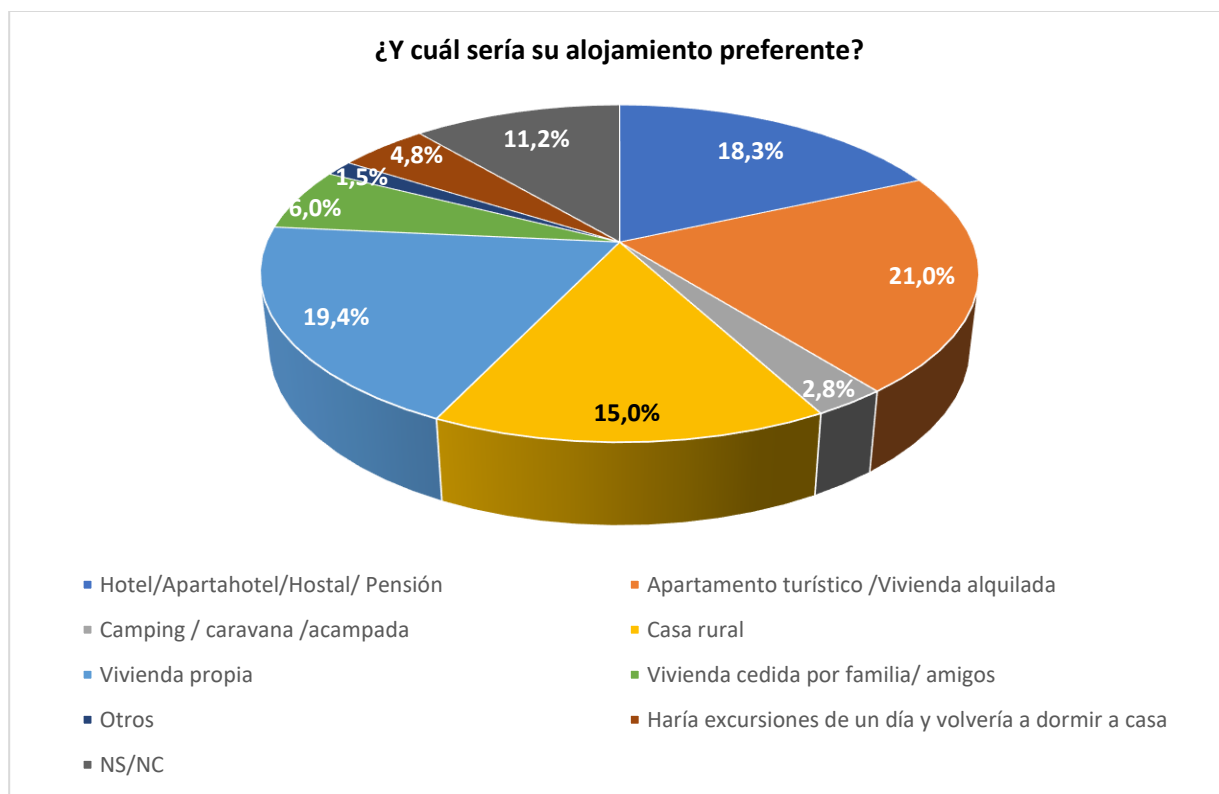


Otra cuestión vital para el modelo turístico del destino Región de Murcia es saber dónde desean alojarse sus turistas, en este caso el turista interno. Para una quinta parte de los residentes en la Región, su alojamiento preferente sería un **apartamento turístico o una vivienda alquilada**, mientras que casi otro 20% se alojaría en una **vivienda propia**. Por su parte, el 18 % se alojaría en un **hotel**,

hostal, apartahotel o pensión y el 15% en una casa rural. El 6% de los murcianos recurriría a una vivienda cedida por algún amigo o familiar, un 5% a una vivienda de tiempo compartido y casi otro 5% optaría por hacer excursiones de día con el propósito de volver a pernoctar en casa. Apenas un 3% de los residentes en la Región optarían por un camping, acampada o caravana para hacer turismo en su misma provincia.

Este comportamiento es distinto al de los residentes de la Comunidad de Madrid, 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.

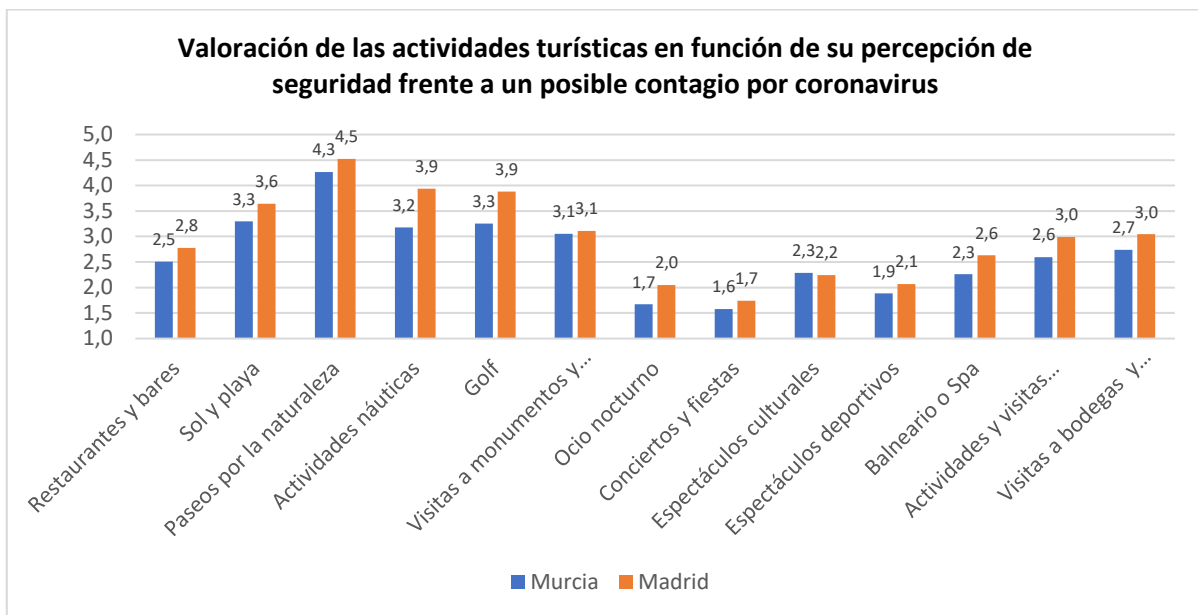
Gráfico 4.9. Alojamiento preferente para unas vacaciones en la Región de Murcia.



Finalmente, en relación al contexto de salud pública actual, a los encuestados también se les ha pedido que valoren, en una escala de 1 (nada seguras) a 5 (muy seguras), el nivel de seguridad que perciben para las distintas actividades más relacionadas con el turismo frente a posibles contagios por Covid-19. En este sentido, **la alternativa percibida destacadamente como más segura es la de dar paseos por la naturaleza**. Otras opciones por encima del «aprobado» serían **tomar el sol y bañarse en la playa**, el **golf**, las **actividades náuticas** y las **visitas a monumentos y museos**. En cambio, el resto de actividades reciben, por parte de los murcianos, una percepción media negativa en cuanto a la seguridad frente a contagios de coronavirus se refiere, especialmente en lo que se refiere a **espectáculos deportivos, ocio nocturno y conciertos y fiestas**.

En comparación con los resultados del estudio realizado en Madrid, los residentes en la Región de Murcia mantienen un punto de vista sobre la seguridad de las diferentes actividades turísticas frente al contagio por Covid-19 similar al de los residentes en Madrid, aunque los madrileños tienen una visión más positiva, en general, valorando como más seguras todas las actividades, excepto los espectáculos culturales, cuya seguridad estiman un poco por debajo de como lo hacen los murcianos.

Gráfico 4.10. Valoración de la seguridad de las actividades turísticas frente a contagios por coronavirus, comparación Murcia-Madrid.

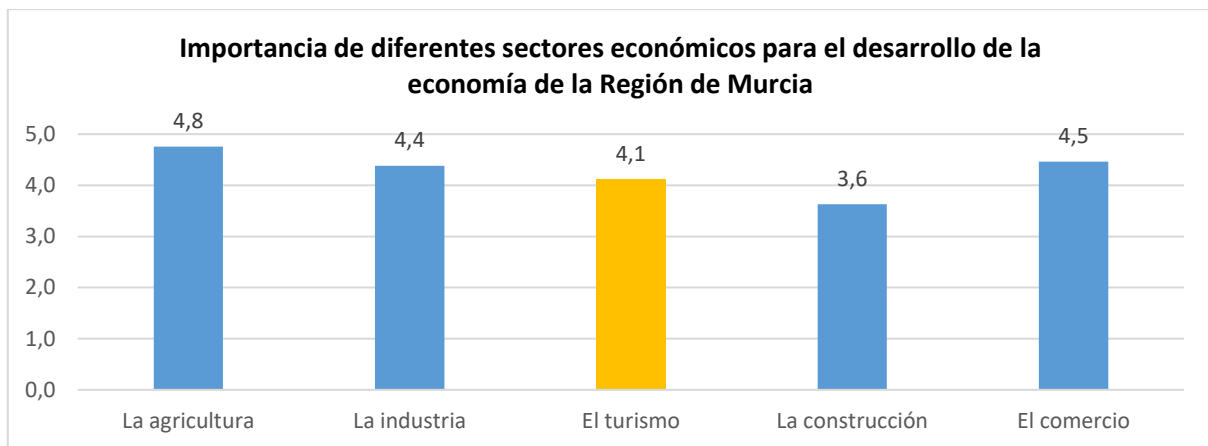


5. Prioridades en la política turística de la Región de Murcia

A continuación se presentan los resultados obtenidos en respuesta a las preguntas sobre las políticas consideradas como prioritarias para el desarrollo económico regional, sobre la orientación del turismo hacia público español o extranjero, la orientación del turismo hacia clases medias o hacia público de alto poder adquisitivo, tipos de turismo que se deberían promocionar más, además del de sol y playa, y las iniciativas consideradas importantes para el desarrollo del turismo regional.

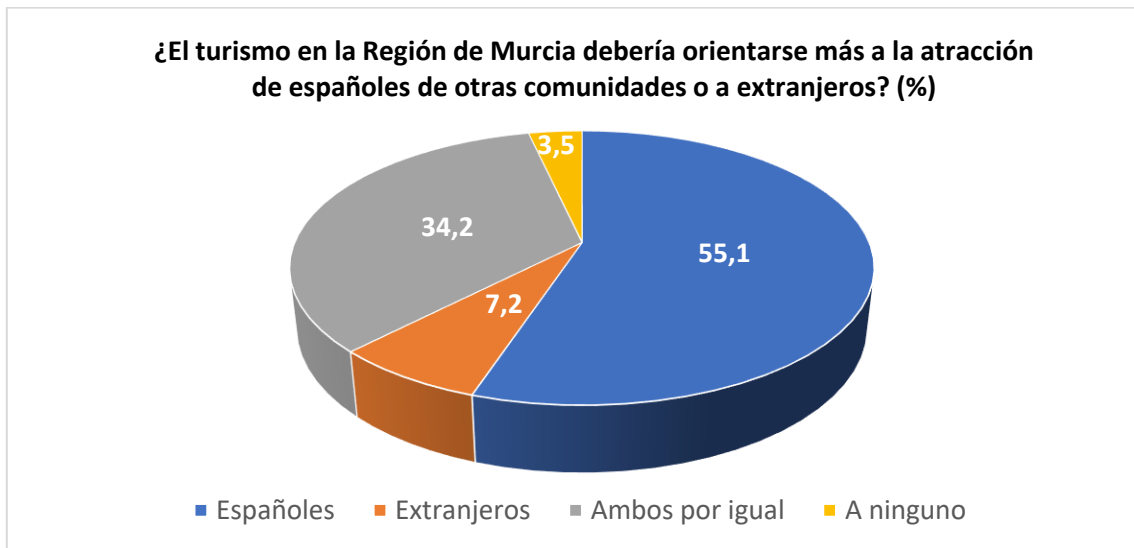
Al preguntar por los sectores económicos prioritarios para el desarrollo económico de la Región de Murcia, **los murcianos sitúan claramente el turismo como uno de los principales motores de la economía regional**. Si comparamos las medias de las valoraciones en una escala de 1 (nada prioritario) a 5 (muy prioritario), el valor más alto lo obtiene la **agricultura**, seguida muy de cerca por el **comercio**, la **industria** y el **turismo**, mientras que la **construcción** no se considera tan prioritaria como los sectores anteriores. Concretamente, el turismo es considerado como muy prioritario por más del 40% de los murcianos y bastante prioritario por casi otro 40%.

Gráfico 5.1. Sectores más importantes para el desarrollo económico de la Región de Murcia.



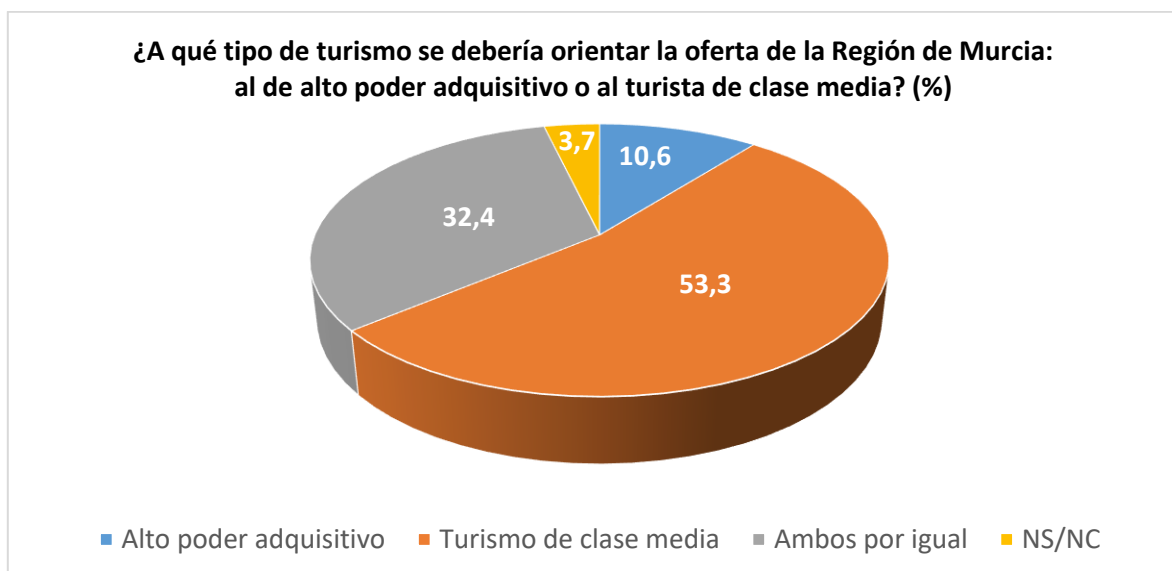
Por otra parte, al ser preguntados sobre hacia quiénes debería orientarse prioritariamente el turismo, si a españoles de otras comunidades o a extranjeros, **más de la mitad de los murcianos considera que el turismo regional debería enfocarse más a atraer a españoles de otras comunidades**. Una tercera parte de ellos aboga por atraer a ambos sectores por igual mientras que algo más de un 7% es partidario de orientar el turismo más a la atracción de extranjeros.

Gráfico 5.2. Tipo de turistas prioritarios.



Respecto al modelo de turismo que al que se debería orientar la oferta turística de la Región de Murcia, **es mayoritaria la opinión entre los murcianos de que el turismo debería orientarse el público de clase media**, frente a solo uno de cada diez que piensa que sería mejor orientar el turismo a personas de alto poder adquisitivo. Por otro lado, **una tercera parte de las personas encuestadas son partidarias de que la oferta turística en la Región de Murcia se oriente a la atracción de ambos sectores por igual**.

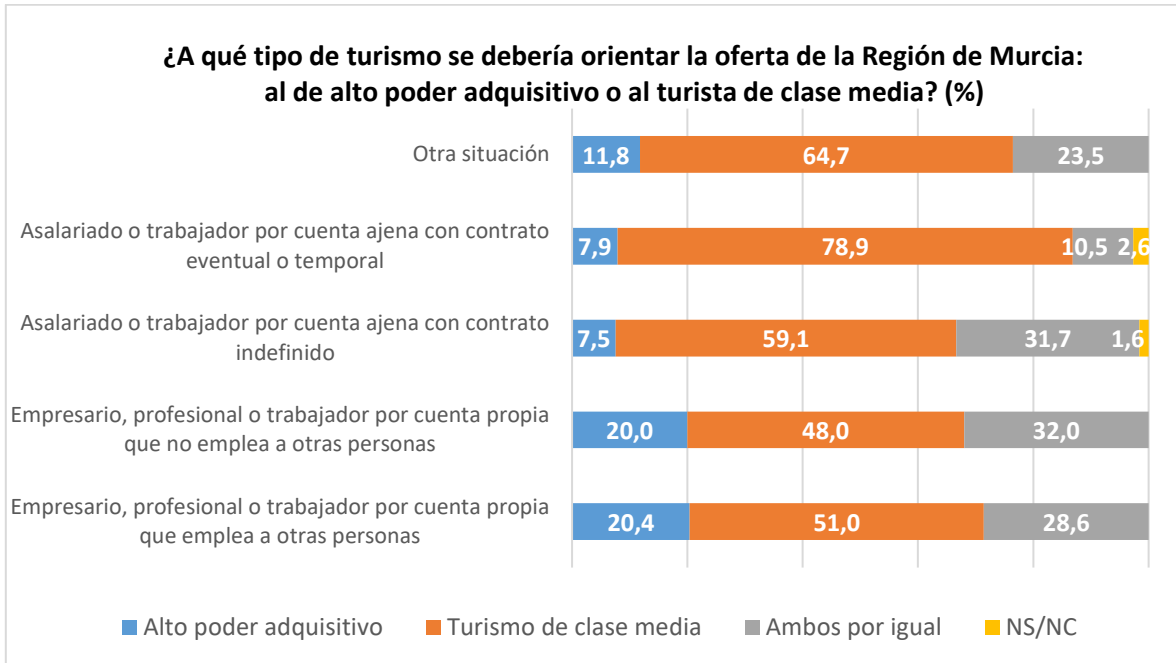
Gráfico 5.3. Tipo de turismo prioritario.



Aunque la opinión hacia un turismo orientado a la clase media es predominante, tal y como muestra el siguiente gráfico, la situación profesional de los entrevistados influye y modula las preferencias sobre el tipo de turismo. Tanto los asalariados por cuenta ajena con contrato eventual o temporal como los asalariados con contrato indefinido y aquellas personas en otra situación, indican unos

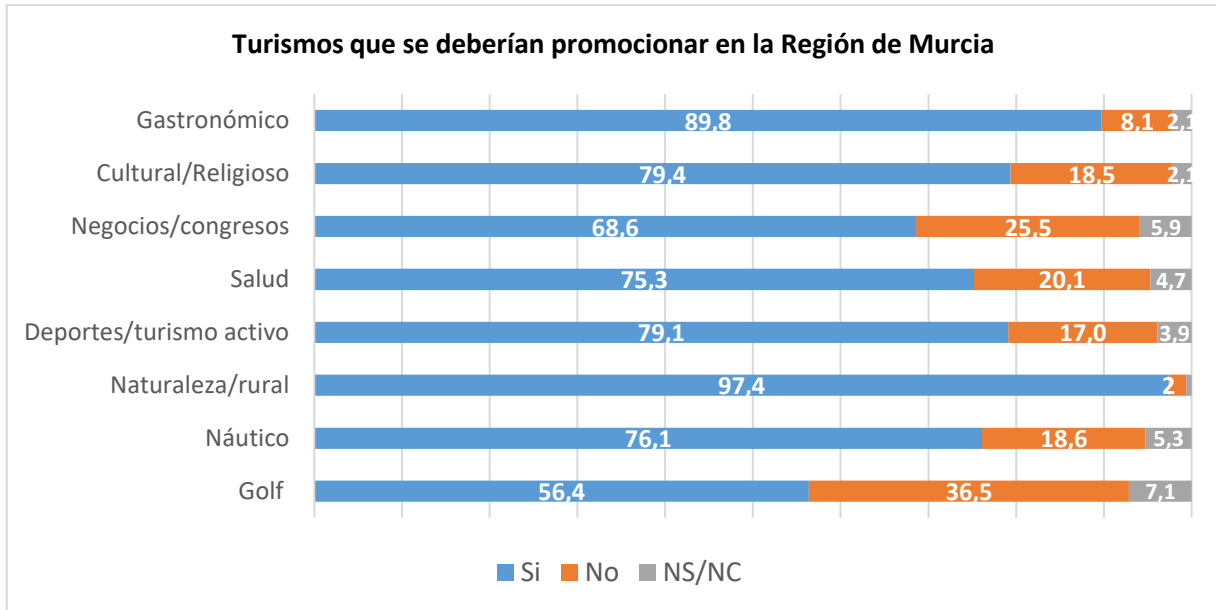
porcentajes mayores en orientar la oferta turística hacia el sector de clase media. Sin embargo, los empresarios y autónomos muestran una preferencia mayor en orientar la oferta turística al sector de elevado poder adquisitivo, en comparación con el resto de opciones laborales.

Gráfico 5.4. Tipo de turismo prioritario, según situación profesional del entrevistado.



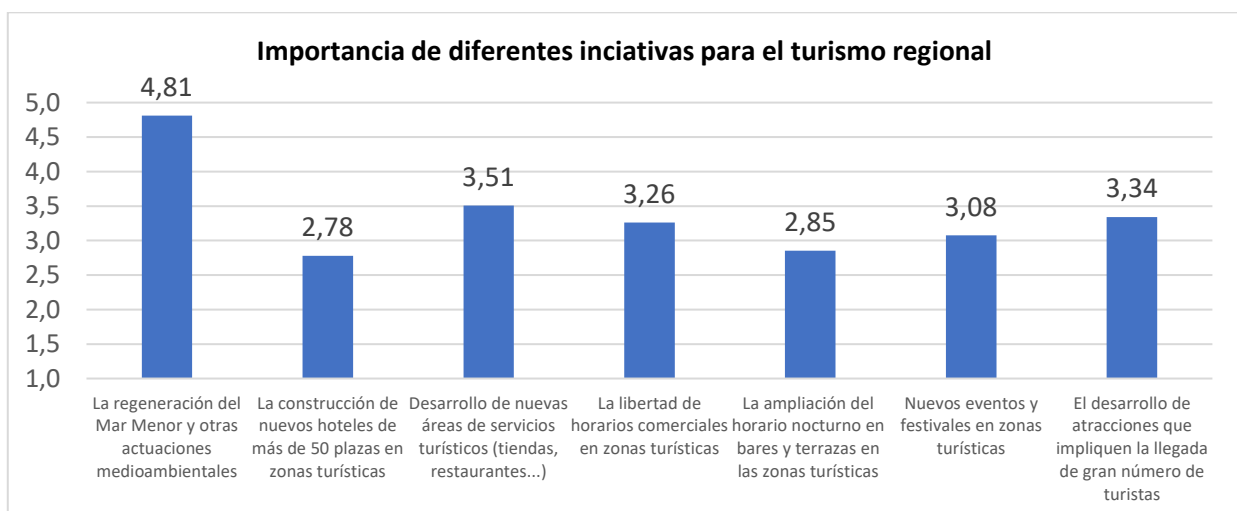
Por otra parte, a la hora de considerar los diferentes modelos de turismo posibles, además del turismo de «sol y playa», característico de la Región de Murcia, los murcianos encuestados son partidarios de promocionar varias opciones más. Entre estos modelos a promocionar, el **turismo rural o en la naturaleza** obtiene un respaldo prácticamente unánime, seguido del **turismo gastronómico**. Los murcianos también consideran, en su gran mayoría, que se debería promocionar el **turismo cultural y religioso**, así como el turismo relacionado con **el deporte y la actividad física**, con el **turismo náutico** y con la **salud y el bienestar**. Con porcentajes menores de respaldo se encuentran el **turismo de negocios y congresos** -con más de dos tercios de respaldo poblacional- y el turismo de **golf**, con algo más de la mitad de apoyos.

Gráfico 5.5. Modelos de turismo a promocionar, además del «sol y playa».



Otra información de interés es la relativa a la importancia que otorgan los encuestados a las diferentes iniciativas que servirían para promocionar el turismo de la Región de Murcia. En una escala de 1 (nada importante) a 5 (muy importante), **los residentes en la Región muestran una prioridad clara: la regeneración del Mar Menor y otras actuaciones medioambientales (4,8)**. El segundo tipo de iniciativas consideradas más importantes son las correspondientes al **desarrollo de nuevas áreas de servicios turísticos, tales como tiendas y restaurantes, etc.** En tercer lugar, los murcianos consideran relativamente importante el **desarrollo de atracciones que impliquen la llegada de gran número de turistas**. De cerca, se valoran importanetes también la libertad de horarios comerciales en zonas turísticas y los nuevos eventos y festivales en zonas turísticas . Finalmente las dos iniciativas que consideradas menos importantes por los habitantes de la Región de Murcia en el momento actual, por debajo del valor medio (3), son la ampliación del horario nocturno en bares y terrazas en las zonas turísticas y la construcción de nuevos hoteles de más de 50 plazas en zonas turísticas.

Gráfico 5.6. Modelos de turismo a promocionar, además del «sol y playa».

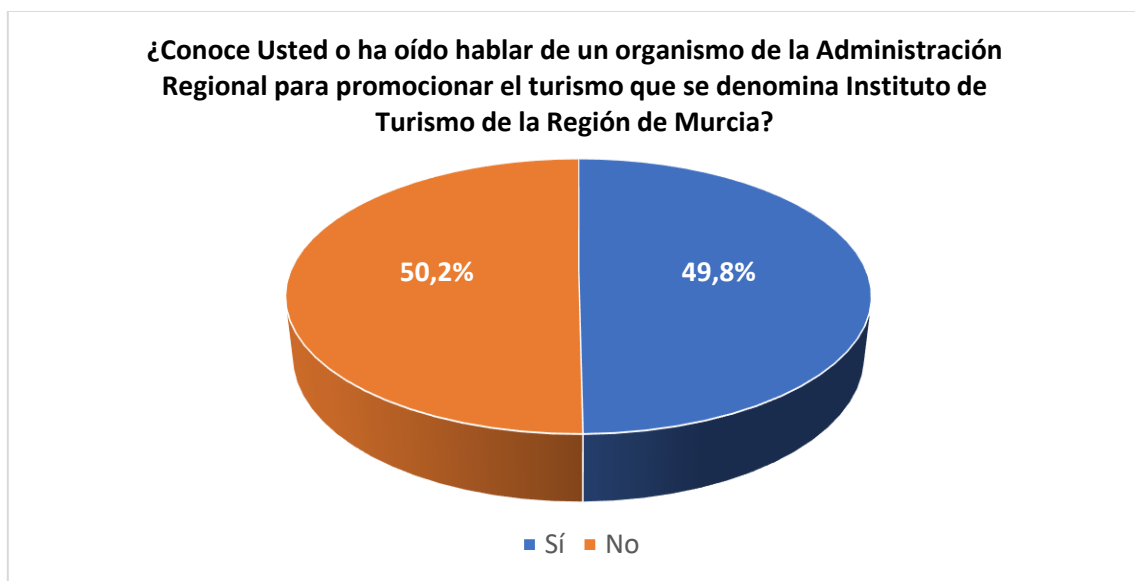


6. Conocimiento y valoraciones sobre la gestión del turismo en la Región de Murcia

En el presente apartado, se muestran y comentan los resultados correspondientes a las preguntas sobre el nivel de conocimiento del ITREM y del CCT, así como la valoración de la actuación de los organismos responsables de promocionar el turismo de la Región de Murcia.

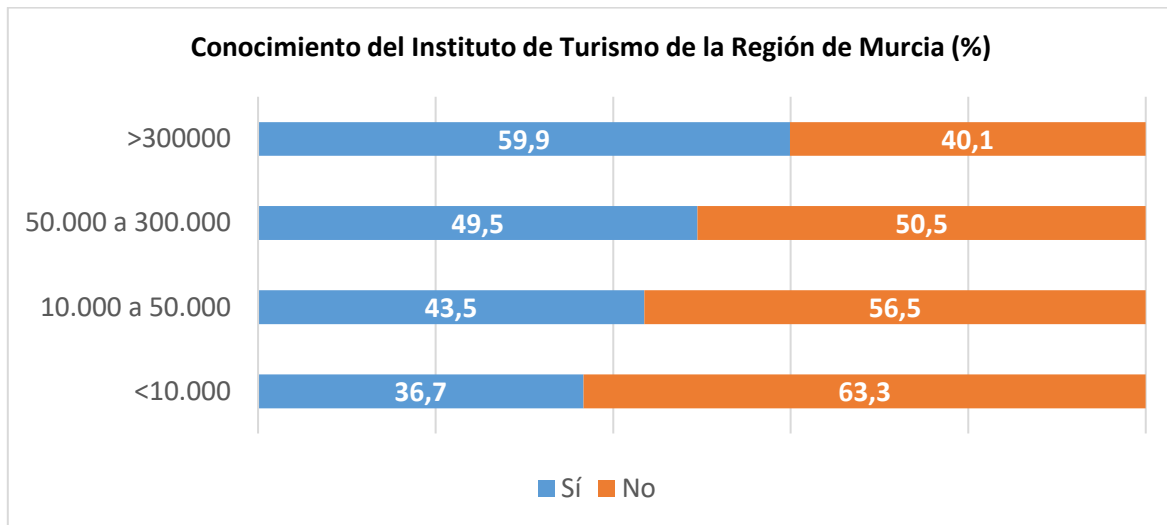
En primer lugar, se observa que **la mitad de los residentes en la Región de Murcia conocen o han oído hablar del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM)**, por lo que es un organismo bastante conocido entre la población autonómica.

Gráfico 6.1. Conocimiento del ITREM entre los residentes en la Región de Murcia.



El grado conocimiento del ITREM se relaciona con el tamaño de hábitat: **en los municipios menores de 10.000 habitantes el nivel de conocimiento es de poco más del 36%**, mientras que en los municipios de 10.000 a 50.000 habitantes supera el 43% de conocimiento y en aquellos de 50.000 a 300.000 asciende hasta la mitad. Finalmente, **en Murcia capital el porcentaje de población que conoce el ITREM llega hasta casi el 60%**.

Gráfico 6.2. Conocimiento del ITREM entre los residentes en la Región de Murcia, según tamaño del municipio.



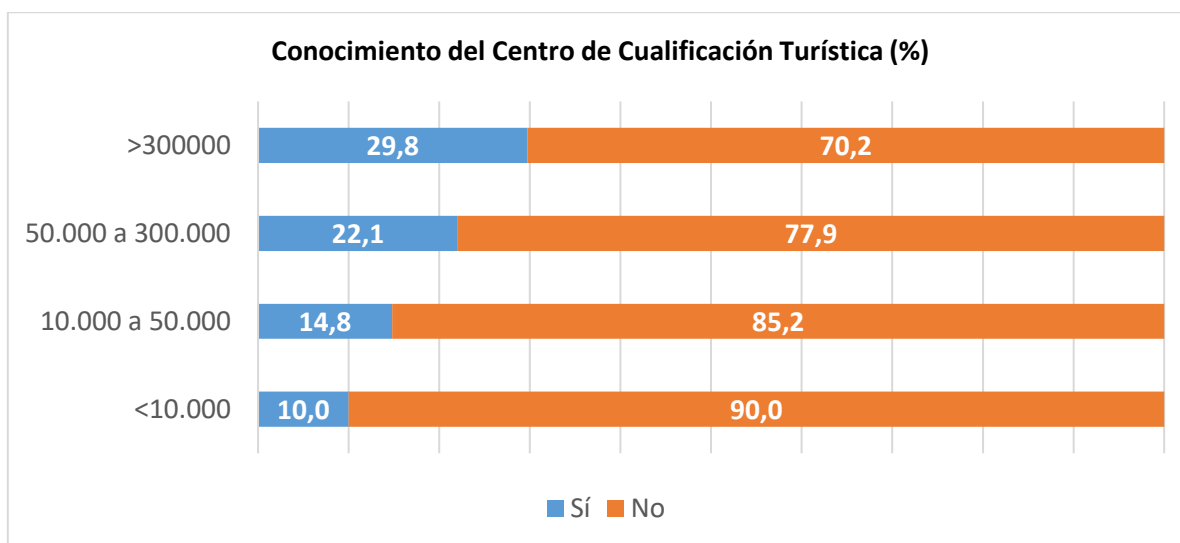
Mucho menor es el nivel de conocimiento en el caso del Centro de Cualificación Turística: tan solo uno de cada cinco residentes en la Región de Murcia tienen conocimiento o recuerdan haber oído hablar del CCT.

Gráfico 6.3. Conocimiento del CCT entre los residentes en la Región de Murcia.



Tan solo el 10% de los residentes en municipios con menos de 10.000 habitantes conocen el CCT. El porcentaje de conocimiento asciende en los municipios de 10.000 a 50.000 habitantes, alcanzando casi el 15%; en el caso de 50.000 a 300.000 habitantes supera el 22% mientras que, al igual que sucede con el ITREM, el mayor grado de conocimiento se encuentra entre los encuestados que residen en Murcia capital, lugar donde se encuentra el organismo, casi el 30%.

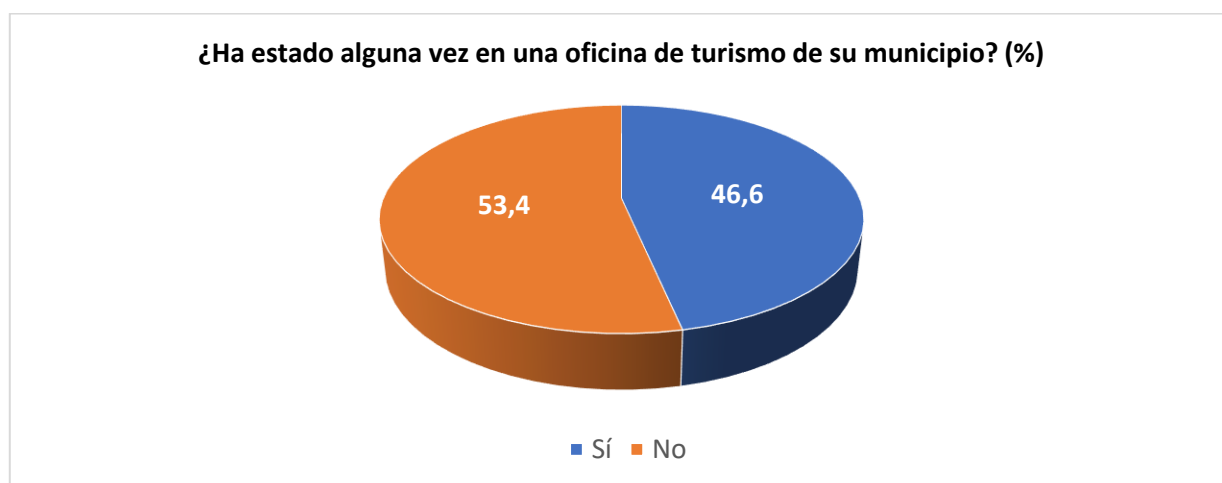
Gráfico 6.4. Conocimiento del CCT entre los residentes en la Región de Murcia, según tamaño del municipio.



Otra diferencia significativa en el grado de conocimiento del CCT se encuentra al comparar las respuestas según sexo. En este caso, **el CCT es bastante más conocido entre los hombres (27,5%) que entre las mujeres (14,5%)** de la Región de Murcia.

En cuanto a otros organismos fundamentales para la promoción del destino Región de Murcia como son las oficinas de turismo locales. **Casi la mitad de los encuestados afirma haber estado alguna vez en la oficina de turismo de su propio municipio.** Este conocimiento de las oficinas de turismo municipales se refleja mayor según sea más grande el tamaño del municipio, y también es mayor entre los habitantes de los municipios costeros frente a los que están en el interior de la Región.

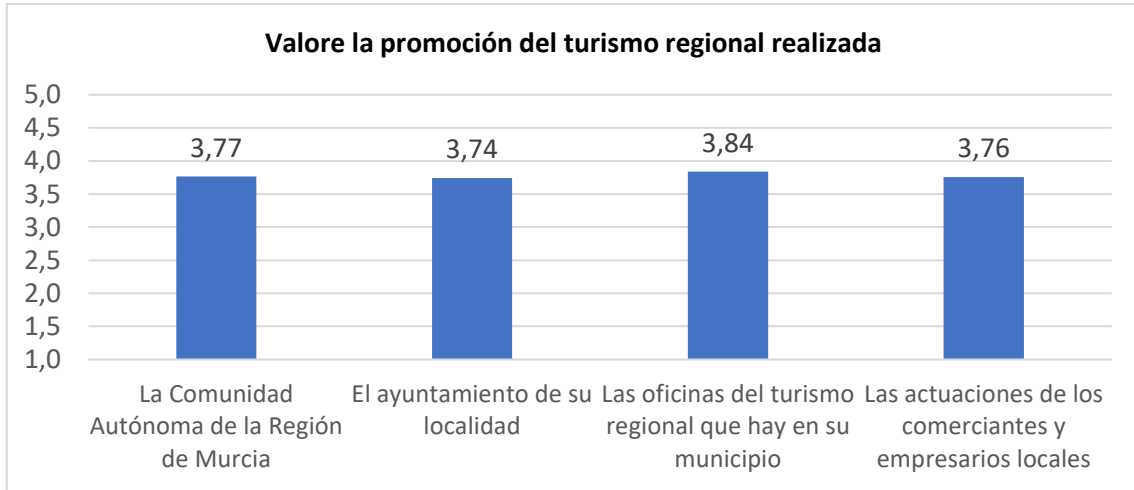
Gráfico 6.5. Personas que han visitado la oficina de turismo de su municipio.



Conocer la valoración que hacen los ciudadanos de la actuación de los organismos públicos es fundamental para orientar A continuación, se muestran los resultados, en una escala de 1 (muy mala) a 5 (muy buena), la valoración que realizan los murcianos sobre la actuación de las diferentes administraciones públicas destinadas a la promoción del turismo en la Región de Murcia. Todas ellas

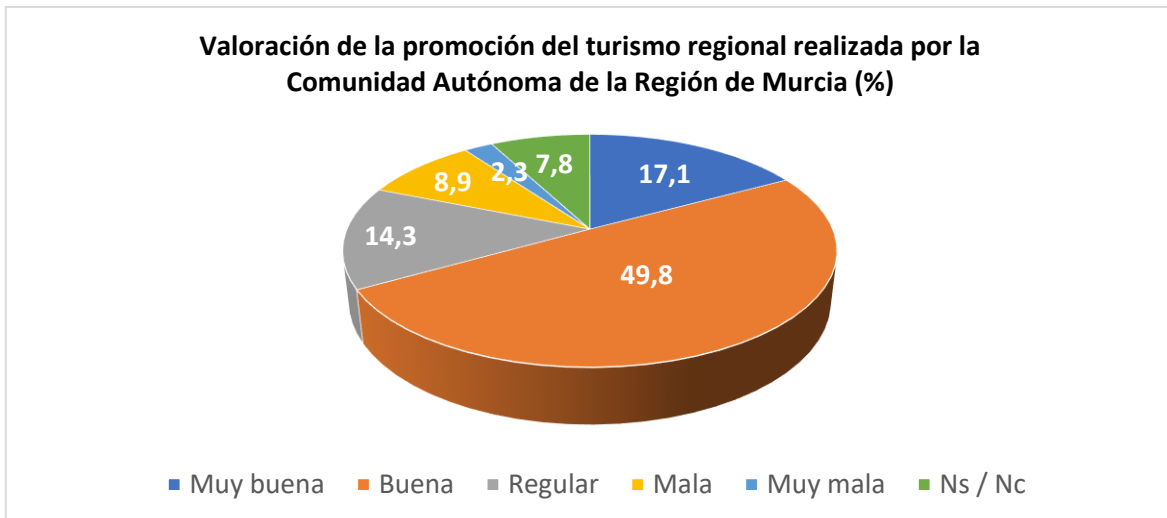
se encuentran el valores medios muy similares, en niveles de «aprobado alto», quedando en primer lugar las oficinas del turismo regional municipales, seguidas de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, de la que depende el ITREM. Las actuaciones emprendidas por los comerciantes y empresarios locales y así como las de los ayuntamientos se valoran, asimismo, de forma muy semejante.

Gráfico 6.6. Valoración de la promoción del turismo regional realizada por diferentes administraciones públicas.



Observando, en detalle, las valoraciones que recibe la promoción turística realizada por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, **para la mitad de la ciudadanía resultaría «buena»**, junto al 17,1% que considera que ha realizado una labor «muy buena», sumando **el 67% que valoran positivamente la promoción turística realizada por la CARM**. Por otra parte, el 14,3% la valora como «regular», mientras que tan solo el 8,9% y el 2,3% considera que su gestión ha sido «mala» o «muy mala», respectivamente.

Gráfico 6.7. Valoración de la promoción del turismo regional realizada por la Comunidad Autónoma.

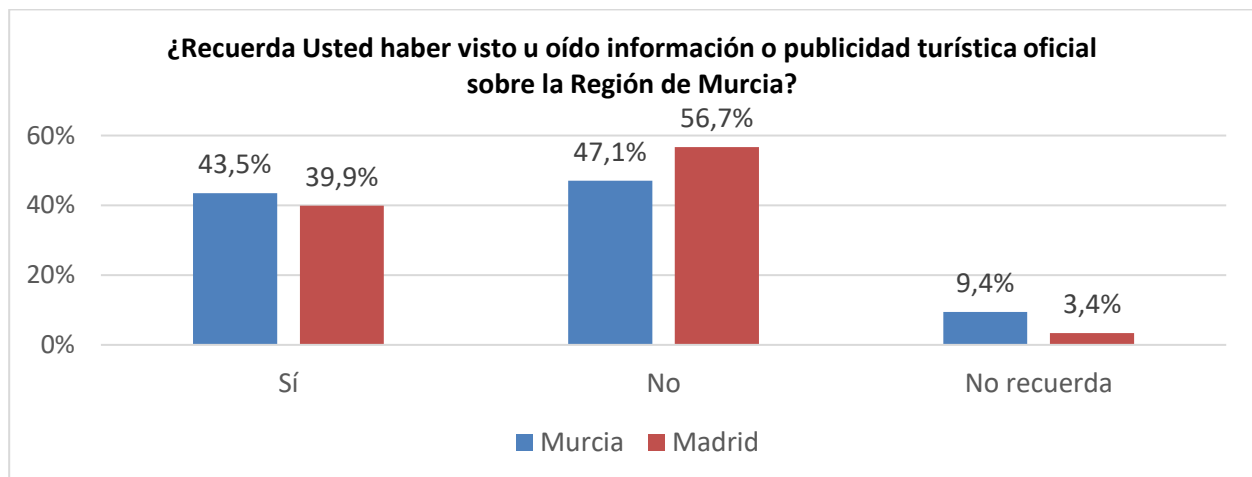


7. Percepción del posicionamiento turístico de la Región de Murcia

Para valorar el posicionamiento turístico de la Región de Murcia en el momento actual, en presente epígrafe se analizan los resultados de las respuestas recibidas a las preguntas sobre el recuerdo de haber visto u oído información o publicidad turística oficial de la Región de Murcia, los medios en los que se ha visto dicha publicidad, la valoración de diversos aspectos de la Región de Murcia, la valoración de diversos aspectos de las playas de la Región y la valoración de diversos aspectos de la oferta turística de la Región de Murcia.

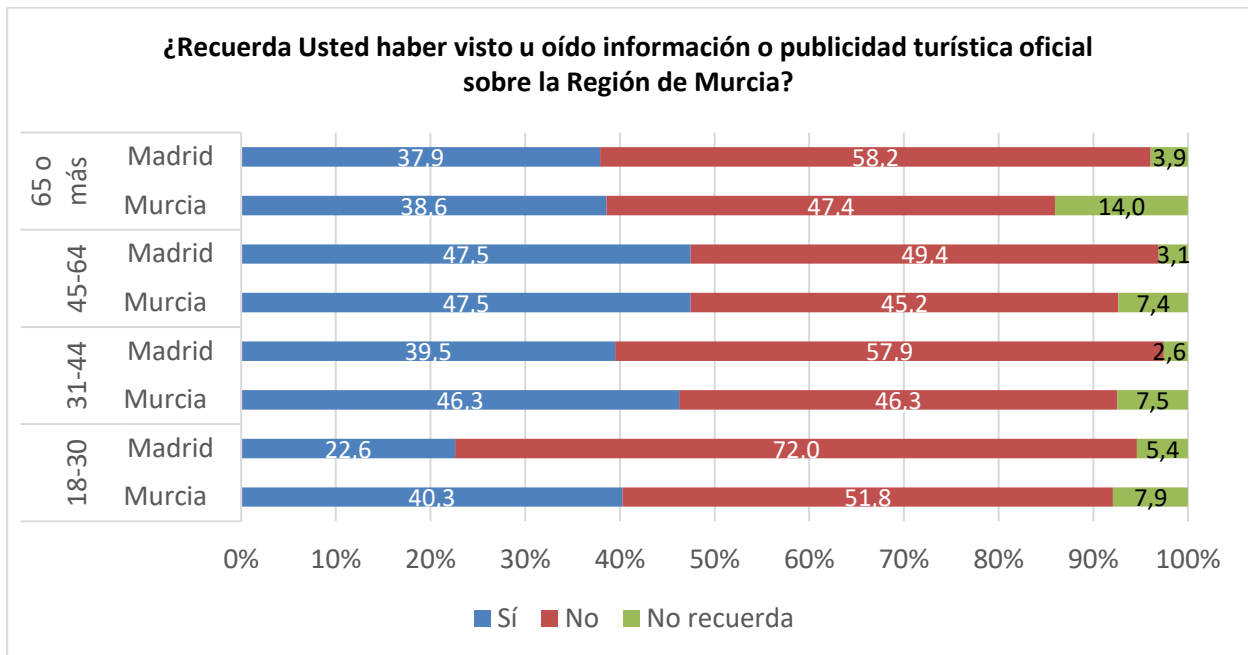
En primer lugar, debe señalarse que **el 43,5% de los encuestados recuerda haber visto información o publicidad turística oficial sobre la Región de Murcia**. En comparación con los encuestados residentes en Madrid (39,9%), el recuerdo es ligeramente mayor, demostrándose que las campañas de información turística emprendidas hasta la fecha han sido igual de efectivas tanto dentro como fuera de la Región de Murcia. En ambos casos, no obstante, existe todavía un amplio margen de mejora para llegar a mayores cantidades de población.

Gráfico 7.1. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, en las comunidades de Murcia y Madrid.



Considerando la edad, **los encuestados de mediana edad muestran un nivel de recuerdo ligeramente superior que los más jóvenes (18-30 años) y que los mayores de 65 años**, respecto a la información y publicidad turística de la Región de Murcia. Respecto a los encuestados residentes en Madrid, conviene resaltar que solo uno de cada cinco jóvenes recuerda haber visto publicidad o información turística de la Región de Murcia, muy por debajo del resto de tramos de edad, algo que no sucede con los jóvenes murcianos.

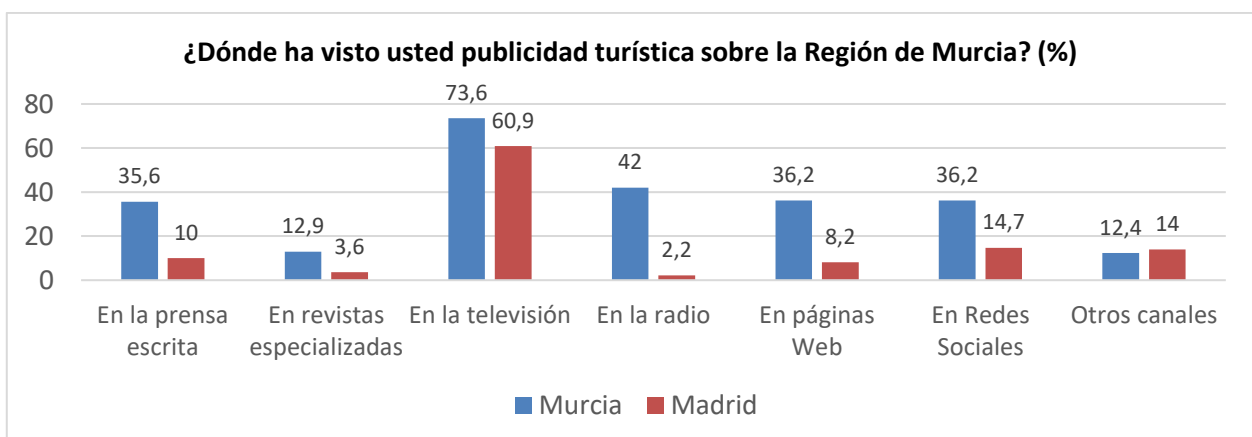
Gráfico 7.2. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, en las comunidades de Murcia y Madrid, según edad.



Respecto al medio por el cual han recibido la información del destino Región de Murcia, entre los murcianos que recuerdan haber visto publicidad o información turística oficial de la Región de Murcia, tres de cada cuatro recuerdan haberla visto en **la televisión, siendo el medio con un impacto mayor entre todos**. Un poco más de un tercio de los murcianos señalan al resto de medios, radio, páginas web, redes sociales o prensa escrita, y apenas el 12% recuerda haber recibido la información o publicidad mediante revistas especializadas u otros medios.

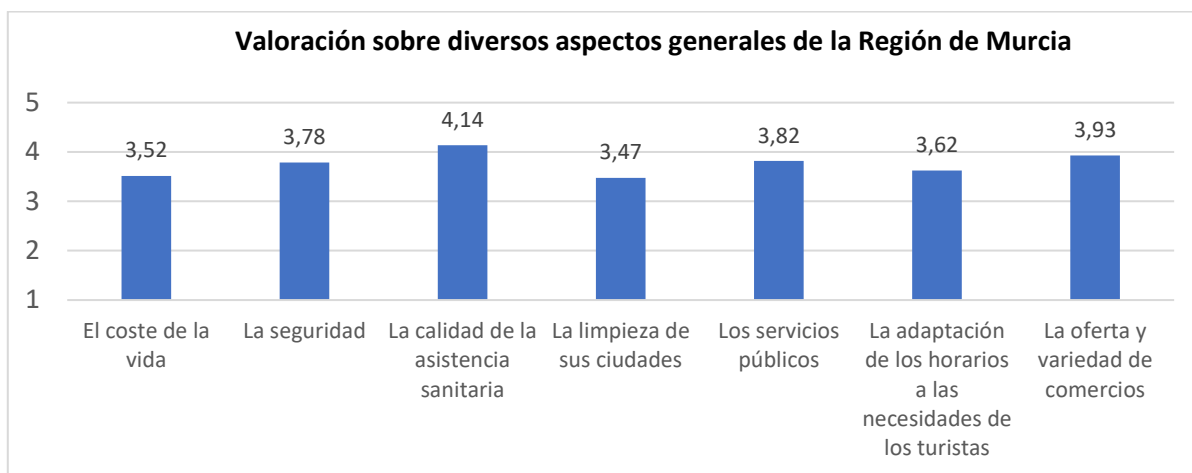
En comparación, los madrileños también han recibido la información turística de la Región de Murcia principalmente por televisión (60%) y, en mucha menor medida, mediante redes sociales (14,7%). La penetración por otros medios de la información y publicidad turística de la Región de Murcia es muy minoritaria en el caso de los residentes en Madrid.

Gráfico 7.3. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, según medio y comunidad autónoma.



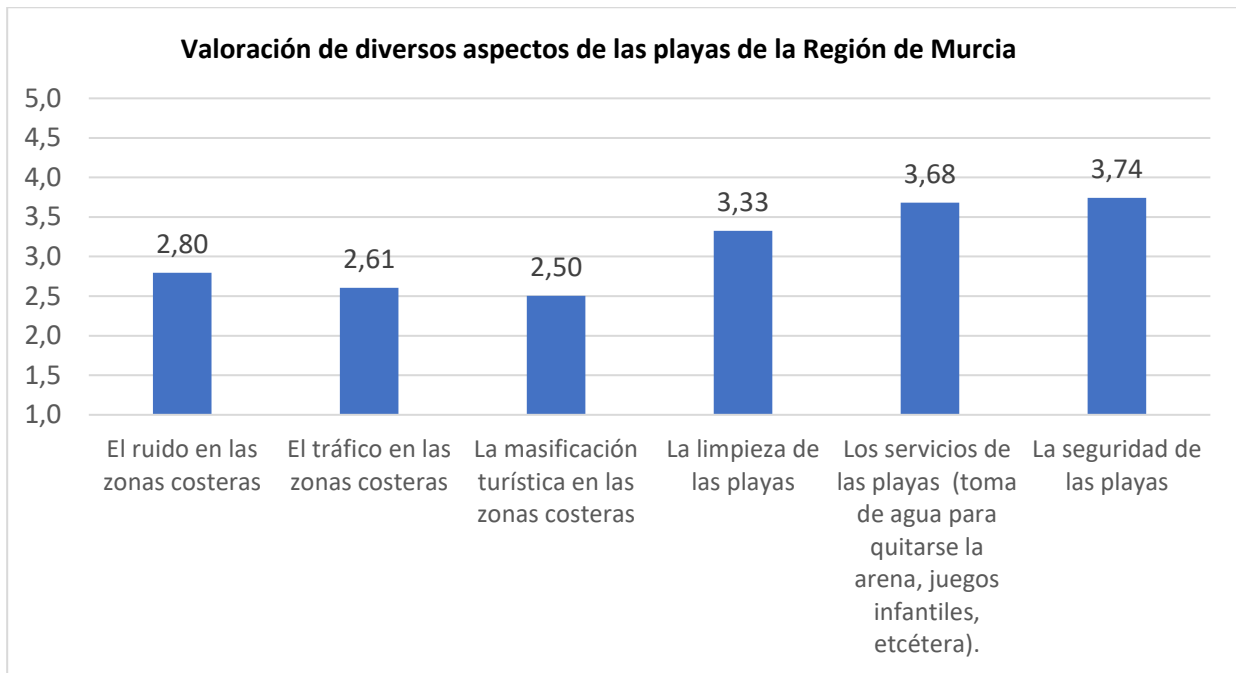
Considerando una serie de factores clave para la calidad de vida y el atractivo turístico de cualquier lugar, en una escala de 1 (nada satisfactorio) a 5 (muy satisfactorio), **los encuestados valoran positivamente todos los aspectos de la Región de Murcia por los que han sido preguntados**, con unos valores medios que se encuentran entre satisfactorio y bastante satisfactorio. Además, valoran muy positivamente la calidad de la asistencia sanitaria. Entre el resto, también se valoran mejor la oferta y variedad de comercios, seguido de los servicios públicos y la seguridad. **El aspecto que se considera más mejorable es el que se corresponde con la limpieza de las ciudades.**

Gráfico 7.4. Valoración de aspectos relacionados con la calidad de vida en la Región de Murcia.



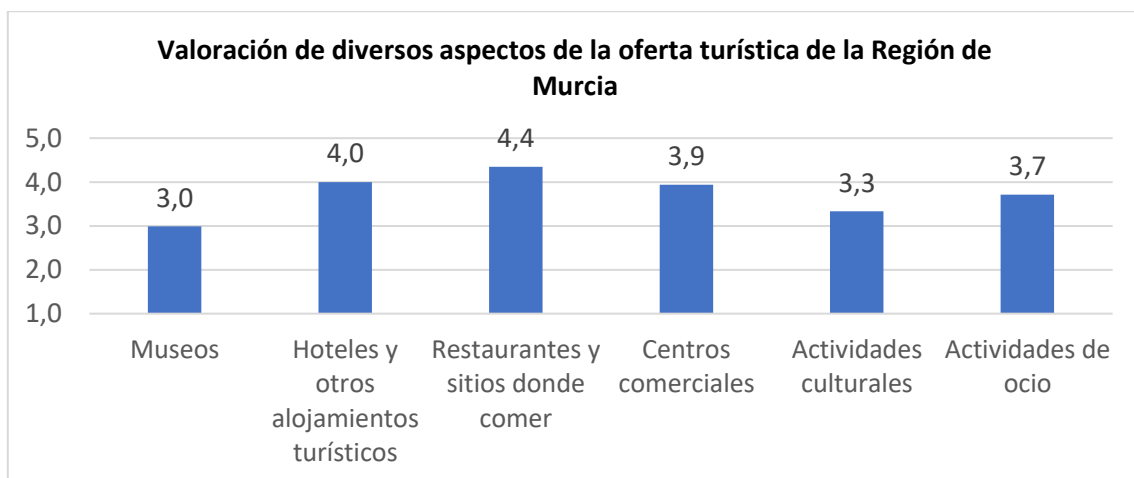
En cuanto a otra serie de aspectos relacionados con **la calidad de las playas** de la Región de Murcia, en una escala de 1 (nada aceptable) a 5 (muy aceptable), los murcianos aprueban tres de los seis aspectos de las playas de la costa regional por los que han sido preguntados, suspendiendo los otros tres. **Los murcianos consideran, mayoritariamente, entre aceptable y bastante aceptable la seguridad, los servicios disponibles**, tales como tomas de agua para ducharse o limpiarse, juegos infantiles... **y la limpieza**. En cambio, suspenden a las playas en lo relativo al ruido, al tráfico y a la masificación turística, tres aspectos muy relacionados entre sí. Se podría concluir que **los murcianos muestran un rechazo hacia las consecuencias de la concentración de grandes cantidades de población durante el verano en las playas de la Región.**

Gráfico 7.5. Valoración de aspectos relacionados con la calidad de las playas de la Región de Murcia.



Finalmente, al ser preguntadas sobre el nivel de la oferta de diferentes atractivos turísticos de la Región de Murcia, en una escala de 1 (muy baja) a 5 (muy alta), las personas encuestadas valoraron positivamente cinco de las seis posibilidades. **La oferta de restaurantes y sitios para comer, seguida de la oferta de hoteles y alojamientos turísticos y la de centros comerciales serían los puntos fuertes de la oferta turística de la Región de Murcia en la actualidad.** La oferta de actividades de ocio recibe un aprobado alto mientras que la de actividades culturales y la de de museos se quedan en un mero aprobado. Se refleja una percepción por parte de los murcianos de **una oferta turística más propicia para el consumo que para otro tipo de actividades** de carácter inmaterial.

Gráfico 7.6. Valoración de aspectos relacionados con la oferta turística de la Región de Murcia.

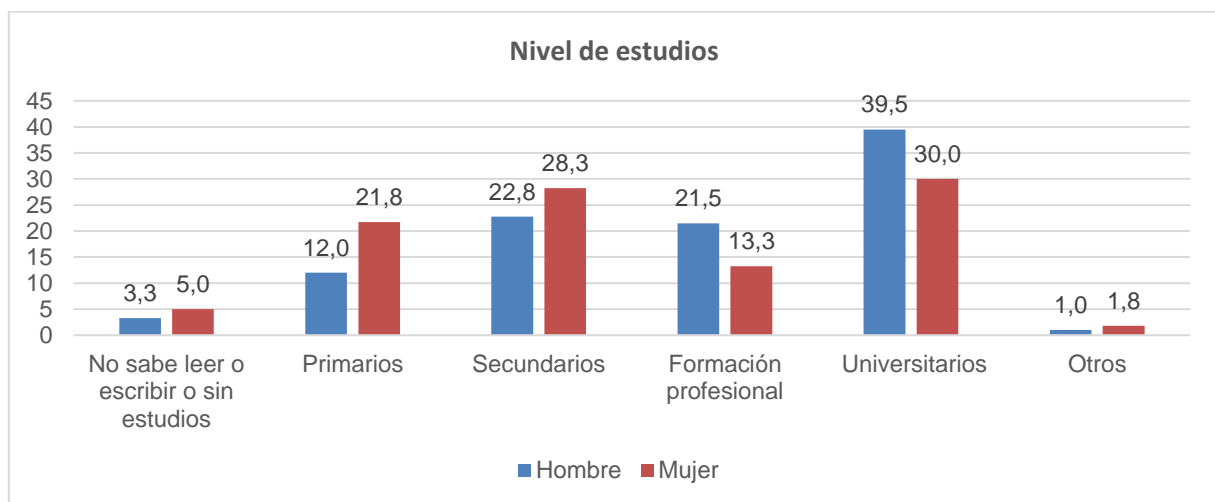


8. Características de la muestra.

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 de Resultados.

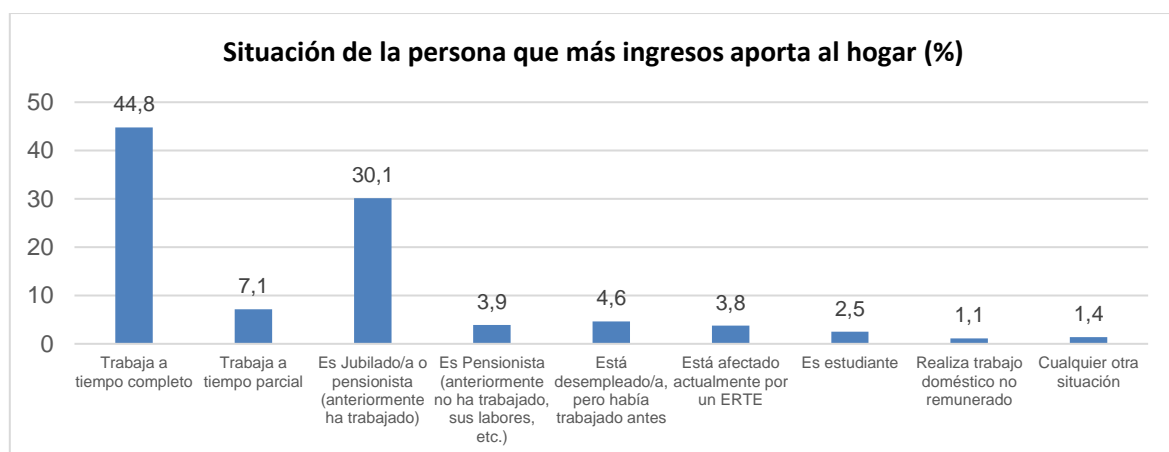
La distribución de la muestra en cuanto a nivel de estudios es la siguiente: el 35% son titulados universitarios, el 25% personas con estudios secundarios, un 17% con formación profesional y otro 17% con estudios primarios. En el gráfico se muestran las diferencias por sexo dentro de cada uno de los niveles de estudio considerados.

Gráfico 8.1. Nivel de estudios de los encuestados.



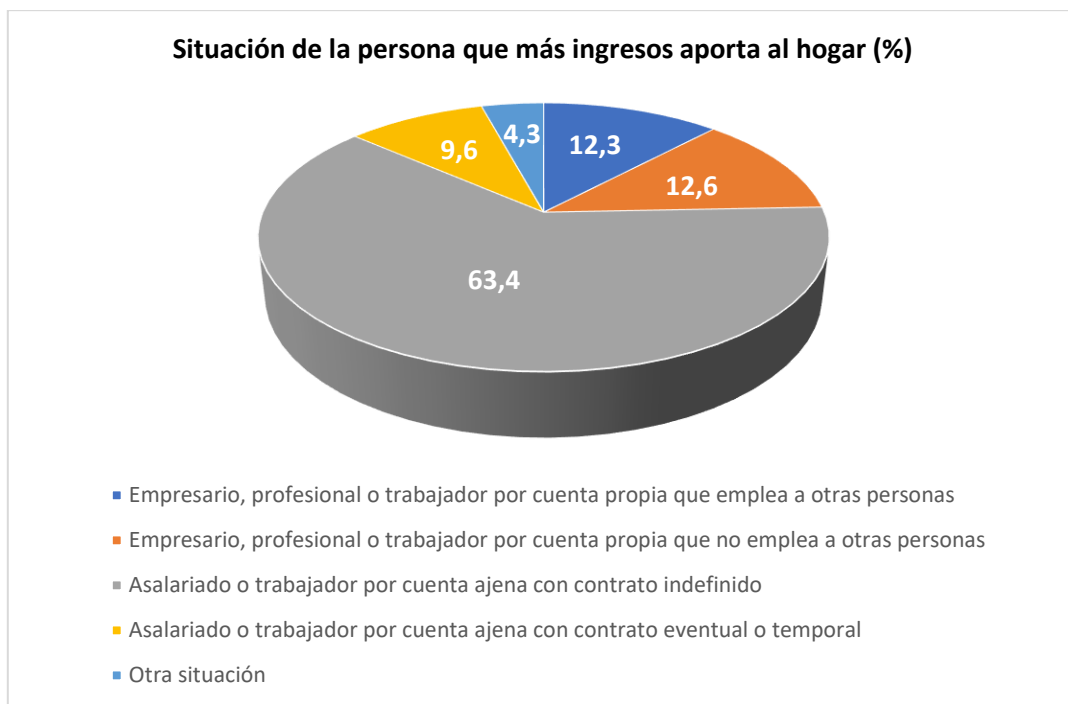
Casi la mitad de las personas que más ingresos aporta al hogar en los domicilios en los que se realizaron las entrevistas, trabaja a tiempo completo (44,8%), mientras que un 7,1% lo hace a tiempo parcial. Otro 34% son jubiladas o pensionistas, y un 4,7% están desempleadas, entre otras situaciones que quedan reflejadas en el Gráfico.

Gráfico 8.2. Situación laboral de los encuestados.



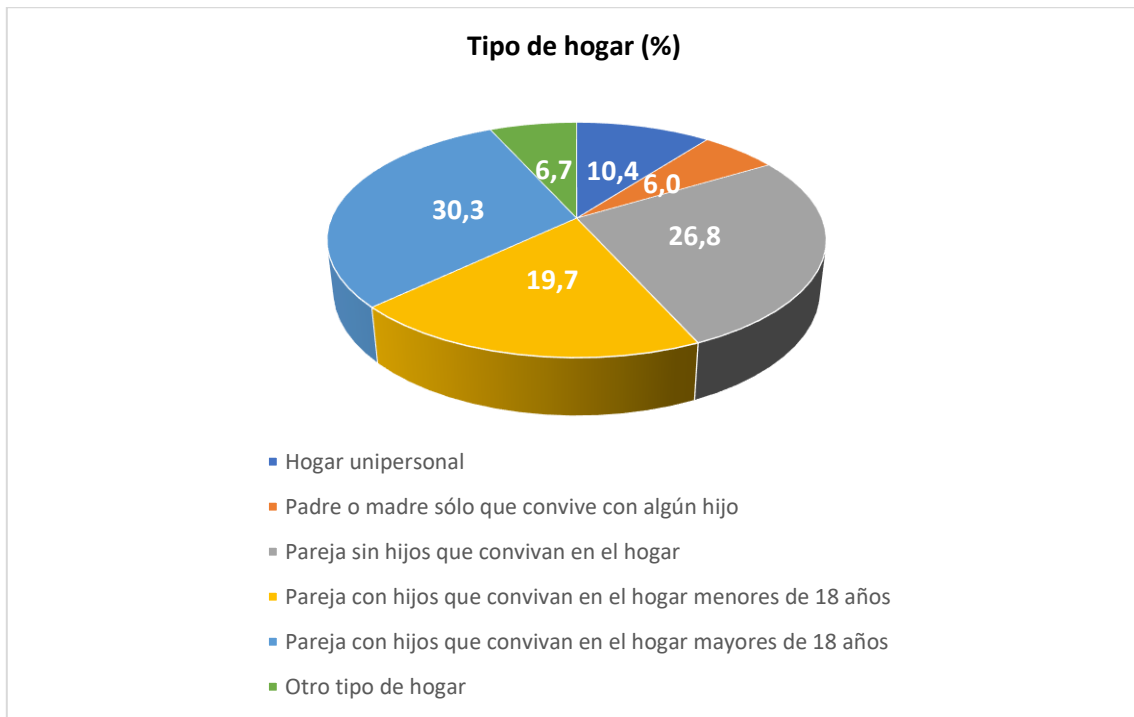
En cuanto a la situación profesional, respecto a las personas que más ingresos aportan al hogar en los domicilios en los que se realizó la entrevista, seis de cada diez trabajan por cuenta ajena con contratos indefinidos, mientras uno de cada diez trabaja con contrato eventual o temporal. Otro 12,6% es empresario y emplea a otras personas, mientras que otro 12,3% se corresponde con el perfil de autónomo que trabaja por cuenta propia. Un 4,3% se encuentra en otras situaciones profesionales.

Gráfico 8.3. Situación profesional de los encuestados.



Finalmente, la situación de los hogares de los entrevistados es muy diversa. Casi un 30% son personas que viven en hogares donde hay una pareja con hijos mayores de edad, mientras que casi otro 20% viven en hogares en los que vive una pareja con hijos menores de edad. Un 26,4% pertenecen a hogares en los que conviven una pareja sin hijos y un 5,9 viven en hogares monoparentales con uno o varios hijos. Por último, un 10,3% son personas que viven solas y un 6,6% se corresponde con otro tipo de hogares.

Gráfico 8.4. Situación profesional de los encuestados.



9. Recomendaciones estratégicas para el turismo de la Región de Murcia, basadas en la percepción de sus residentes.

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 residentes recogidas en el presente estudio.

Línea 1. Posicionamiento de la Región de Murcia como destino seguro en el contexto de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19.

- Uno de los mayores atractivos del destino Región de Murcia en el contexto actual es la percepción del mismo como **un destino más seguro que el resto de los destinos nacionales** por la gran mayoría de los residentes.
- Teniendo en cuenta que muchos murcianos no desean realizar viajes turísticos en lo que resta de 2020 y que, entres quienes sí, la mayoría prefieren ir a otras regiones de España, resulta clave **enfaticar el valor de la seguridad sanitaria** para animar a quienes prefieren no viajar y para recuperar a parte de quienes han decidido viajar a otras regiones. Además, el sistema de salud murciano está muy bien valorado entre los residentes.
- **El mayor esfuerzo promocional debe realizarse durante la campaña de verano** puesto que es cuando el 80% de los que piensan viajar desean hacerlo, sin olvidar otros tipos de turismo propios de otros periodos del año.
- Promocionar las **zonas turísticas menos masificadas y mejor preparadas** para afrontar el actual contexto sanitario y social, dado que el 20% de la población aún no sabe donde viajaría.
- Diseñar la oferta y la promoción turística oficial, en coordinación con las empresas del sector, para **un turismo de corta y media duración**.
- Como principal preferencia de alojamiento, **regular, garantizar y profesionalizar el alquiler de apartamentos y viviendas turísticas**, a fin de evitar malas prácticas que puedan suponer una mala experiencia al turista. Al mismo tiempo, dar soporte al sector hotelero para potenciar el alojamiento en los establecimientos hoteleros de la Región.
- **Promocionar las actividades turísticas percibidas como más seguras:** los paseos por la naturaleza, las actividades de sol y playa, el golf, las actividades náuticas y las visitas a monumentos y museos. Al contrario, **cancelar o posponer temporalmente todas aquellas actividades percibidas como poco seguras:** espectáculos deportivos, ocio nocturno, conciertos y fiestas.

Línea 2. Ampliación del modelo turístico de la Región de Murcia y regeneración prioritaria del Mar Menor.

- Los residentes en la Región de Murcia entienden que el turismo es uno de los principales motores de su economía, por tanto, se mostrarían sensibles a los **llamamientos que pongan en valor la importancia de hacer turismo interno para reactivar la economía, conservar empleos y generar riqueza en su propio entorno.**
- Aunque la atracción de turistas extranjeros es indispensable para el destino turístico Región de Murcia, los residentes muestran una clara preferencia por el turista procedente de otras comunidades autónomas españolas, con lo cual **sería deseable dedicar un mayor esfuerzo la atracción de turistas procedentes de España.**
- Los murcianos entienden mayoritariamente que la Región debe ofrecer un turismo de clase media, no obstante, **el desarrollo de experiencias VIP, sin duda, hará posible la convivencia del turismo de clase media con otro dirigido a un público de mayor poder adquisitivo.**
- Los murcianos entienden que la Región está lista para ir más allá del modelo turístico únicamente de sol y playa. **Se debe reforzar la imagen del destino Región de Murcia como un lugar atractivo para el turismo rural y en la naturaleza, así como para el turismo gastronómico.**
- La regeneración del Mar Menor y otras actuaciones medioambientales son indispensables para el futuro turístico de la Región de Murcia. **Los murcianos desean percibir a corto plazo una mejora del estado del Mar Menor y su entorno, así como una actuación proactiva de las administraciones públicas en el cuidado del medio ambiente.**

Línea 3. Mejora del conocimiento de la actividad turística oficial de la Región de Murcia y de sus organismos.

- Resulta necesario **publicitar en mayor medida el ITREM y el CCT como organismos oficiales del turismo en la Región de Murcia**, para la mejora de su identificación por parte de la ciudadanía como entidades de referencia y para incrementar la efectividad de las actuaciones que emprendan.
- Esta necesidad viene reforzada por la constatación del hecho de que la ciudadanía valora positivamente la actuación de las diferentes administraciones implicadas en la promoción y gestión del turismo pero, en cambio, son susceptibles de cometer errores de información o juicio si no identifican correctamente al ITREM como principal organismo responsable del turismo en la Región de Murcia y al CCT como principal centro de formación turística.

Línea 4. Promoción inteligente del destino Región de Murcia.

- Teniendo en cuenta que gran parte de los residentes en la Región de Murcia dice no haber visto información o publicidad oficial turística de la Región, **se presenta conveniente la idea de realizar nuevas campañas informativas y publicitarias sobre la oferta turística de la Región de Murcia.**
- Aunque la televisión es el medio demostrado de mayor alcance, también es el más costoso. Los resultados de la encuesta demuestran que **con una adecuada identificación de los *targets* publicitarios, canales de comunicación y mensajes correspondientes, se podría realizar una acción publicitaria multicanal eficiente.**
- Un ejemplo de lo anterior sería **la promoción de la Región de Murcia como un destino donde se puede disfrutar del ocio de forma segura**, difundido por redes sociales y destinado al público más joven, entre 18 y 30 años.
- En general, **una campaña intensiva en redes sociales parece resultar conveniente** dado quienes más las utilizan, las personas jóvenes, son las que menos información o publicidad han recibido hasta la fecha.
- **Debe explotarse el DAFO de la imagen de la Región de Murcia reforzando sus puntos fuertes y combatiendo los peor valorados.** Recordemos que la calidad de la asistencia sanitaria (muy importante para las familias y las personas mayores) es el aspecto mejor valorado de la Región de Murcia entre los considerados. Los peores, aunque en valores positivos, son la limpieza en las ciudades y el costo de la vida.
- En la costa, **se deben adoptar medidas que mejoren la percepción sobre el ruido, el tráfico y la masificación turística.**
- Teniendo en cuenta que se valora como «regular» la oferta de museos en la Región, seguramente, esto se debe al generalizado desconocimiento de los mismos. **Sería conveniente mejorar la promoción de los mismos para ser reconocida como un destino más cultural.** Esto podría favorecer que los turistas planeasen estancias de mayor duración, además de atraer a nuevos grupos de turistas.
- Diferentes indicadores han demostrado que la percepción del destino Región de Murcia como un destino turístico orientado al consumo es evidente. En consecuencia, **conviene promocionar el resto de opciones turísticas de carácter deportivo, medio ambiental, cultural y de bienestar asociadas a un modelo turístico más sostenible a largo plazo.**