

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

Junio, 2021



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
2021



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.....	19
6.	Conocimiento y valoraciones sobre la gestión del turismo en la Región de Murcia	22
7.	Percepción del posicionamiento turístico de la Región de Murcia	25
8.	Características de la muestra.....	29
9.	Recomendaciones estratégicas para el turismo de la Región de Murcia, basadas en la percepción de sus residentes.	32

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 2021 en sí misma y en comparación con la campaña del año anterior.

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

Investigador principal

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

Investigadores

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

Dra. Inmaculada Melero López. Profesora de Ciencia Política, Universidad de Murcia.

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

2. Ficha técnica y estructura de la muestra

Realización:	Grupo de Transferencia del Conocimiento LabCom de la Universidad de Murcia																							
Población Objetivo:	Personas de ambos sexos de 18 años o más, empadronadas en la actualidad en algún municipio de la Región de Murcia.																							
Método de recogida	Entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI)																							
Tamaño de la Muestra	500 entrevistas.																							
Error Muestral	+/- 4.38% para los supuestos de máxima indeterminación ($p=q=0,5$)																							
Procedimiento de Muestreo	<p>Sistema polietápico, con distribución proporcional de entrevistas con afijación proporcional a la población objetivo en el conjunto de municipios de la Región de Murcia, y selección de las últimas unidades (hogares) por sistema aleatorio y cuotas de sexo y edad.</p> <table border="1" data-bbox="555 913 1394 1263"> <thead> <tr> <th rowspan="3"></th> <th colspan="4">COD_EDAD</th> </tr> <tr> <th>18-30</th> <th>31-44</th> <th>45-64</th> <th>65 y más</th> </tr> <tr> <th>Recuento</th> <th>Recuento</th> <th>Recuento</th> <th>Recuento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SEXO HOMBRE</td> <td>45</td> <td>63</td> <td>88</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>MUJER</td> <td>44</td> <td>59</td> <td>90</td> <td>63</td> </tr> </tbody> </table>		COD_EDAD				18-30	31-44	45-64	65 y más	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	SEXO HOMBRE	45	63	88	48	MUJER	44	59	90	63
	COD_EDAD																							
	18-30		31-44	45-64	65 y más																			
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento																				
SEXO HOMBRE	45	63	88	48																				
MUJER	44	59	90	63																				
Nº de Ítems estudiados	Ítems 48																							
Periodo de Recogida	Del 28 de mayo al 2 de junio 2021																							

Estructura de la muestra por zonas

	Entrevistas realizadas	Porcentaje
Costa	126	25,2
Murcia	154	30,8
Resto	220	44
Total	500	100

Estructura de la muestra por tamaño de municipio

	Entrevistas realizadas	Porcentaje
<10.000	37	7,4
10.000 a 50.000	180	36
50.001 a 300.000	129	25,8
>300000	154	30,8
Total	500	100

3. Síntesis de resultados.

Comportamiento turístico en el marco de la Covid-19

- En 2021, aunque la intención de viajar sigue siendo moderada, hay mucha más población dispuesta a viajar, cerca del 40% de los residentes en la Región. Casi la mitad de las personas entre 18 y 44 años tienen previsto hacer algún viaje turístico durante este año.
- Entre quienes piensan en viajar para hacer turismo, más del 86% piensa hacerlo en verano.
- El destino preferente de la mayoría de los viajeros será otra comunidad autónoma (69%), siendo la segunda opción viajar dentro de la Región de Murcia (18%) y, en tercer lugar, el extranjero (10%).
- Casi las dos terceras partes de los murcianos considera a la Región de Murcia un destino más seguro que otros destinos nacionales, la otra tercera parte lo considera igual de seguro.
- De decidirse por viajar dentro de la Región, la mayoría de encuestados escogería La Manga (23%), mientras que el Noroeste (20%) se ha convertido en el segundo destino más popular. Mazarrón (14%) es preferido por delante del Mar Menor (11%) y de Águilas (11%).
- Predominan las estancias de corta duración entre el turista regional: el 60% estaría en un destino de la Región de Murcia una semana como máximo.
- Los hospedajes hoteleros se posicionan como la opción de alojamiento favorita (37%), marcándose una gran diferencia con el año anterior. La segunda opción de alojamiento favorita es en un apartamento turístico o vivienda alquilada (23%), seguido de las casas rurales (19%), en tercer lugar. Un 7% prevé hacer turismo en viajes de ida y vuelta en el mismo día, sin alojarse en ningún sitio, mientras que otro 6,6% de los residentes se quedarían en segundas residencias propias.

Prioridades en la política turística de la Región de Murcia

- La mitad de los murcianos sigue considerando que el turismo regional debería enfocarse más a atraer a españoles de otras comunidades. Otra tercera parte aboga por atraer a españoles y extranjeros por igual, pero crecen, hasta el 16%, quienes son partidarios de orientar el turismo más hacia la atracción de extranjeros.
- El 72% de los residentes en la Región de Murcia apuesta por un modelo turístico orientado hacia el público de clase media. Al igual que el año anterior, un 10% considera que es mejor apostar por el turismo dirigido al público de mayor poder adquisitivo. Otro 16% piensa que se puede orientar a ambos por igual.
- Además del turismo de sol y playa, referente de la Región de Murcia, los residentes se vuelven a mostrarse partidarios de promocionar distintos tipos de turismo, especialmente dos: el turismo rural o de naturaleza y el gastronómico.
- Los residentes en la Región persisten en señalar como prioridad la regeneración del Mar Menor y otras actuaciones medioambientales. En un segundo plano, perciben como útiles para el turismo la celebración de nuevos eventos y festivales en las zonas turísticas, el desarrollo de nuevas áreas de servicios turísticos, tales como tiendas y restaurantes, el desarrollo de atracciones que impliquen la llegada de gran número de turistas y la libertad de horarios comerciales en las zonas turísticas.

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

- El conocimiento del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) entre los residentes de la Región de Murcia ha mejorado 3,4 puntos porcentuales en el último año, alcanzando un 53,4% de respuestas afirmativas, mejorando su conocimiento, especialmente, entre los municipios de menor tamaño, donde era muy bajo.
- También ha mejorado el nivel de conocimiento del Centro de Cualificación Turística (CCT), pasando del 21% al 31%. El CCT también ha conseguido mejorar, notablemente, el nivel de conocimiento entre los habitantes de los municipios de menor tamaño. Además, este año resulta igual de conocido entre hombres y mujeres.
- Este año, el número de personas que afirman haber visitado un punto de información turística oficial ha aumentado en 8,3 puntos porcentuales, situándose en el 54,2% del total.

Percepción sobre el posicionamiento turístico de la Región de Murcia

- El alcance de la información y la publicidad turísticas entre los residentes ha mejorado notablemente en más de 35 puntos porcentuales en 2021 respecto a 2020, superando el 78% de los encuestados quienes recuerdan haber visto información o publicidad turística oficial sobre la Región de Murcia.
- Los medios publicitarios están más diversificados en 2021, aunque la televisión sigue siendo el medio con un impacto mayor entre todos. Las redes sociales y la prensa escrita han sido los otros dos canales más importantes de difusión institucional para el turismo regional.
- La calidad de la asistencia sanitaria continúa siendo el aspecto mejor valorado de la Región de Murcia entre los considerados, junto a la oferta y variedad de comercios. El aspecto peor valorado y con buena parte de consideraciones negativas, vuelve a ser la limpieza en las ciudades. Todos los aspectos han empeorado su valoración respecto a 2020.
- En las playas, los residentes en la Región de Murcia consideran mayoritariamente entre «aceptable» y «bastante aceptable» la seguridad, la limpieza, los servicios disponibles, el ruido y la masificación turística. En 2021, solo valoran por debajo de «satisfactorio» el tráfico.
- Los murcianos vuelven a valorar positivamente, aunque con menor intensidad, la oferta de restaurantes y sitios para comer, así como la oferta de hoteles y alojamientos turísticos, junto con la de centros comerciales. Las actividades de ocio no sobrepasan el nivel de aceptable. En cambio, valoran regular la oferta de museos y de actividades culturales.
- Se continúa percibiendo una demanda de oferta turística más dirigida al consumo que a otro tipo de actividades de carácter no material.

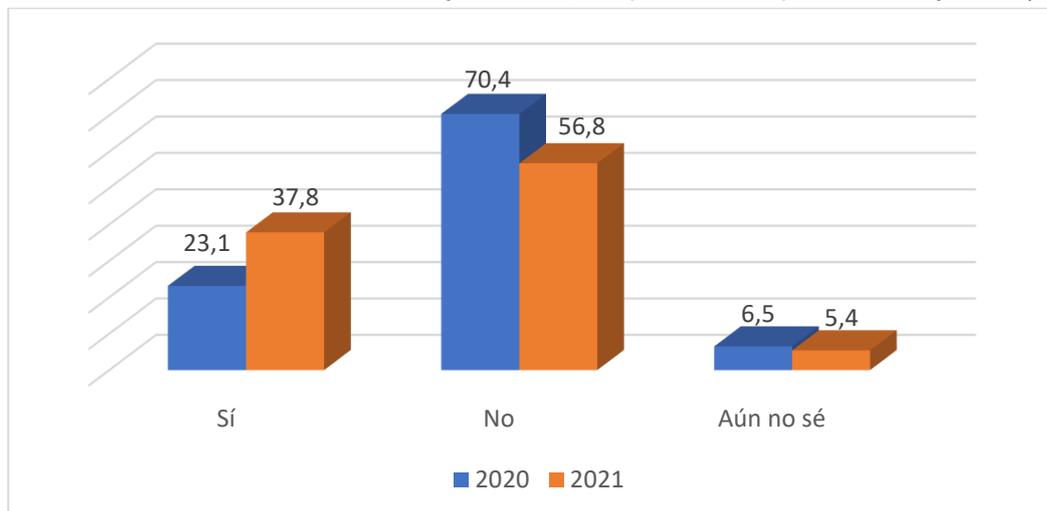
4. Comportamiento turístico en el marco de la Covid-19

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 2021. 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 y el alojamiento preferido.

Es importante señalar que, a lo largo del epígrafe, así como del resto del informe, se presentan algunas comparaciones con los resultados del estudio, de semejantes características realizado en el año 2020. Se recomienda la consulta de dicho informe si se desean conocer los resultados en mayor detalle.

En primer lugar, tal y como se observa en el gráfico 4.1, debemos mencionar que se **ha incrementado considerablemente la cantidad de personas que piensan viajar para hacer turismo en 2021**, casi el 40% de los residentes. No obstante, más de la mitad no lo harán. El porcentaje de personas indecisas sigue siendo bajo, del 5,4%, similar al del año anterior. Se detecta, en cualquier caso, una notable tendencia al alza de los viajes turísticos por parte de la población, seguramente como consecuencia de la mejora de la situación sanitaria. La proporción de personas con intención de realizar viajes turísticos este año se ha incrementado en un 64%.

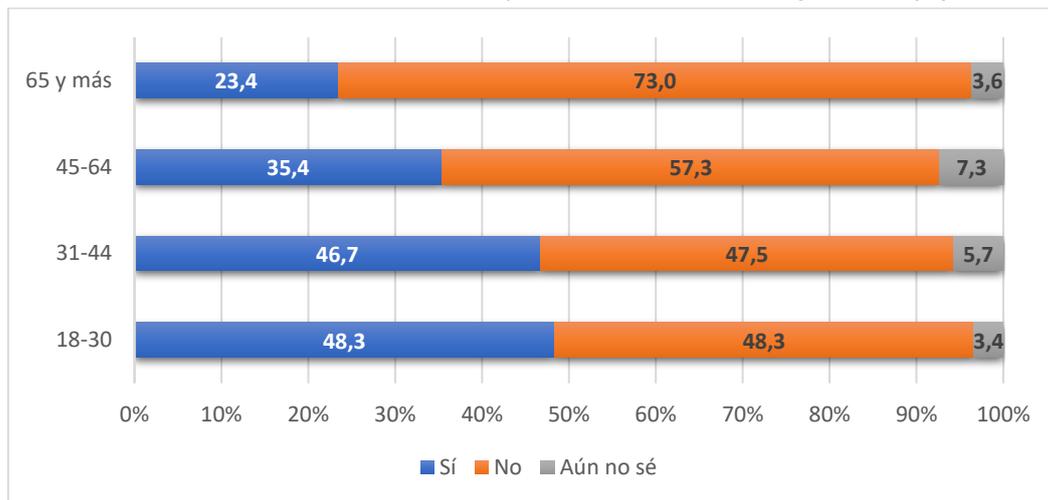
Gráfico 4.1. Intención de realizar un viaje turístico, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



Según el sexo de los entrevistados, podemos observar que **los hombres muestran una mayor intención de viajar** (43%), frente a las mujeres (33%).

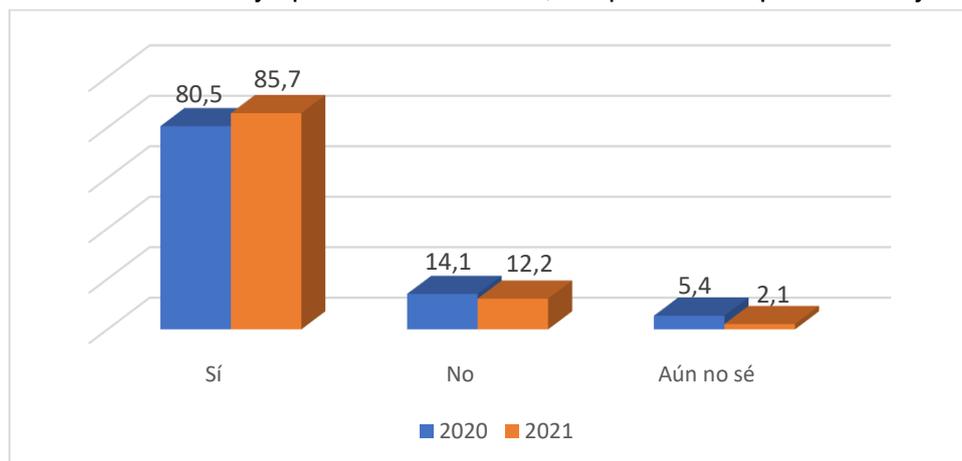
Si observamos las respuestas a la pregunta anterior por franjas de edad, volvemos a encontrar variaciones significativas, como ya sucedía el año anterior. **Tanto en la franja de 18 a 30 años como en la de 31 a 44 años, la intención de viajar es cercana al 50%**, disminuyendo dicha intención a partir de los 45 años. La intención de hacer un viaje turístico, en 2021, baja a **la tercera parte entre las personas maduras**, con edad comprendida entre 45 y 64 años, mientras que **casi una cuarta parte de los mayores de 65 años** tiene previsto viajar por turismo este año.

Gráfico 4.2. Intención de hacer viajes turísticos en 2021, según edad (%).



De entre aquellos que responden afirmativamente, **más del 85% está dispuesto a viajar para hacer turismo en verano de 2021**, una proporción ligeramente mayor que en 2020. Es un poco más baja la proporción de personas que viajaría en otoño o en invierno.

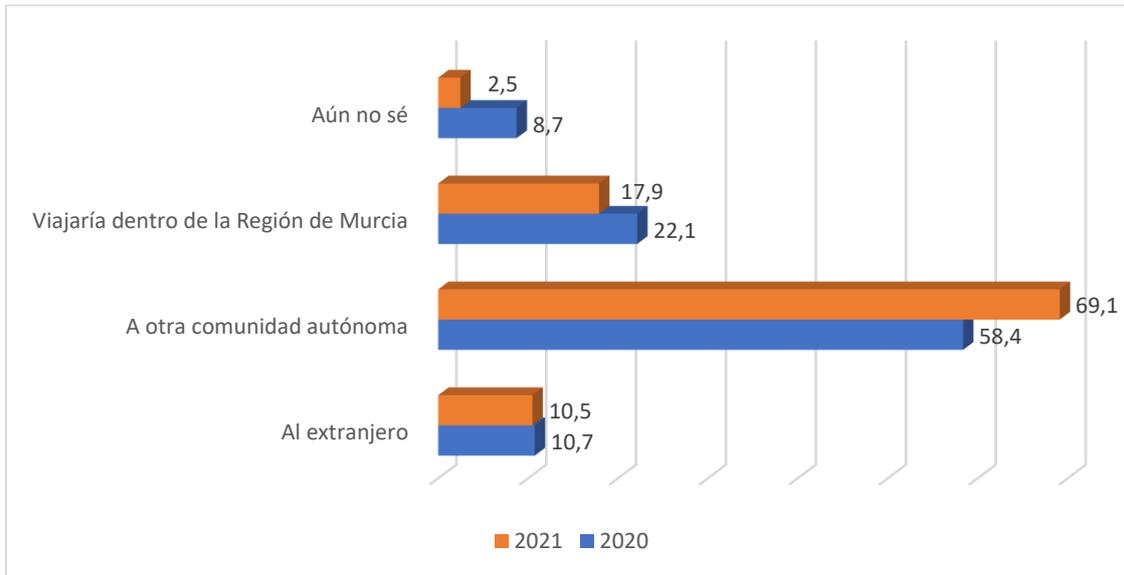
Gráfico 4.3. Intención de viajar por turismo en verano, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



A diferencia del año anterior, los habitantes del interior de la Región, tienen mayor voluntad de hacer turismo en verano, casi el 90%, que los que viven en Murcia capital o en los municipios de costa.

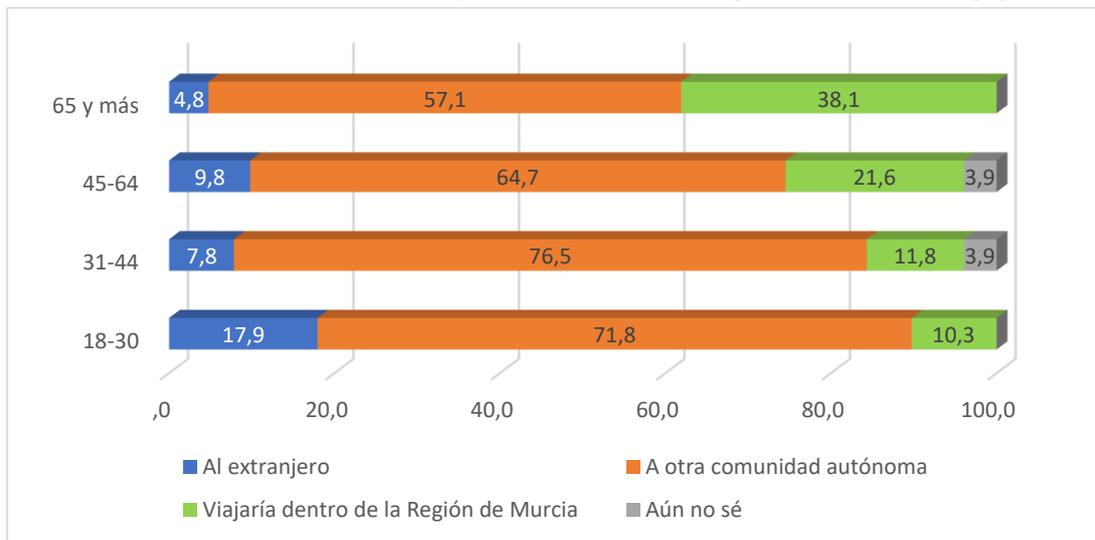
En cuanto al lugar al que viajar, el destino turístico preferente de la mayoría de los residentes en la Región de Murcia será otra comunidad autónoma (69%), incluso en mayor proporción que el año pasado. De lejos, la segunda opción preferida es la de viajar dentro de la Región de Murcia (18%) y, nuevamente, solo uno de cada diez, al extranjero. La cantidad de personas indecisas ha bajado considerablemente, hasta el 2,5%. Este último grupo poblacional indeciso podría ser potencial turista interno en la Región si finalmente encuentra una opción vacacional cercana a sus intereses.

Gráfico 4.4. Destinos turísticos preferentes para el verano, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



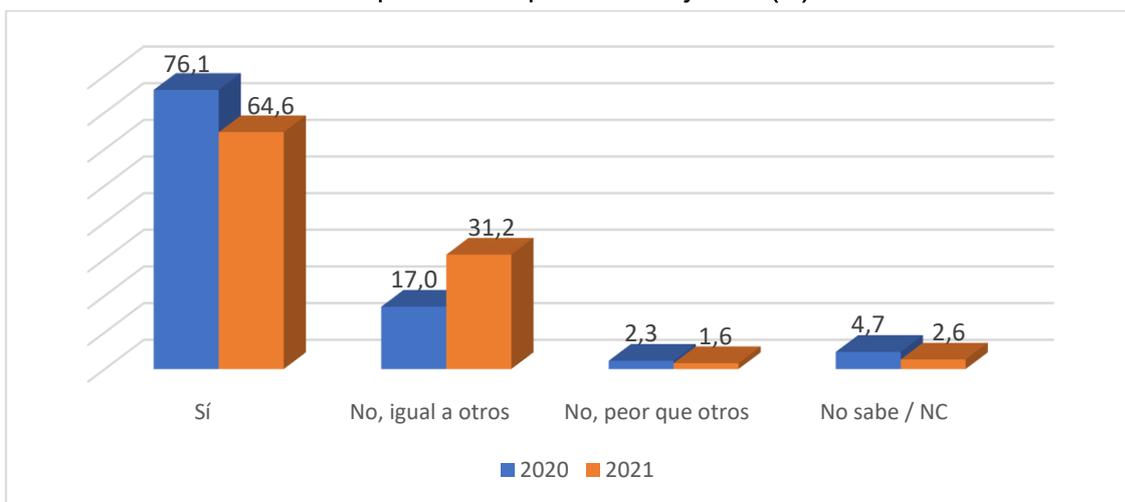
Este año, fijándonos en la edad de los entrevistados, observamos que los residentes de menor edad desean viajar fuera en mayor medida y, en cambio, el turista interno de la Región, en 2021, se encuentra, principalmente, entre los mayores de 65 años y los mayores de 45 años. Menos del 12% de los menores de 45 años planean realizar viajes turísticos en la Región.

Gráfico 4.5. Destinos turísticos preferentes de 2021, según tramos de edad (%).



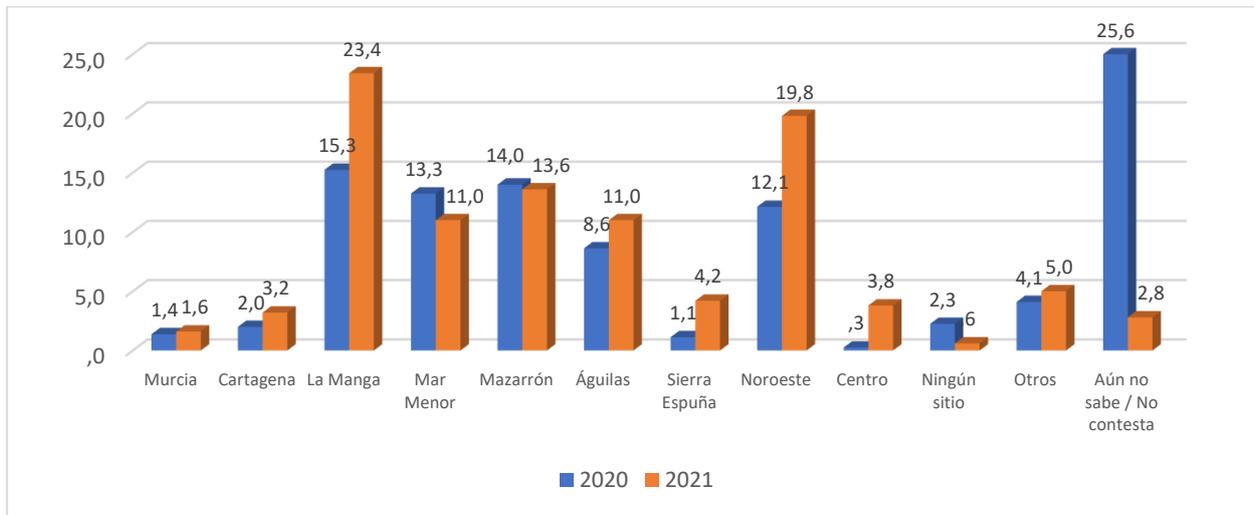
Al ser preguntados sobre su percepción de la seguridad en la Región de Murcia, teniendo en cuenta el potencial riesgo de contagio de coronavirus y el nivel de medios y asistencia sanitaria, **la gran mayoría de los murcianos siguen considerando la Región un destino más seguro que otros destinos nacionales**. Sin embargo, ha crecido notablemente el número de personas que lo consideran igual de seguro que otros destinos nacionales, más del 30% de los entrevistados. La percepción de seguridad frente al coronavirus sigue siendo un punto fuerte del destino turístico Región de Murcia durante la campaña del 2021, sin ser un elemento diferenciador tan fuerte como lo era el año pasado entre la propia población residente en la Región.

Gráfico 4.6. Seguridad del destino Región de Murcia frente al coronavirus, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



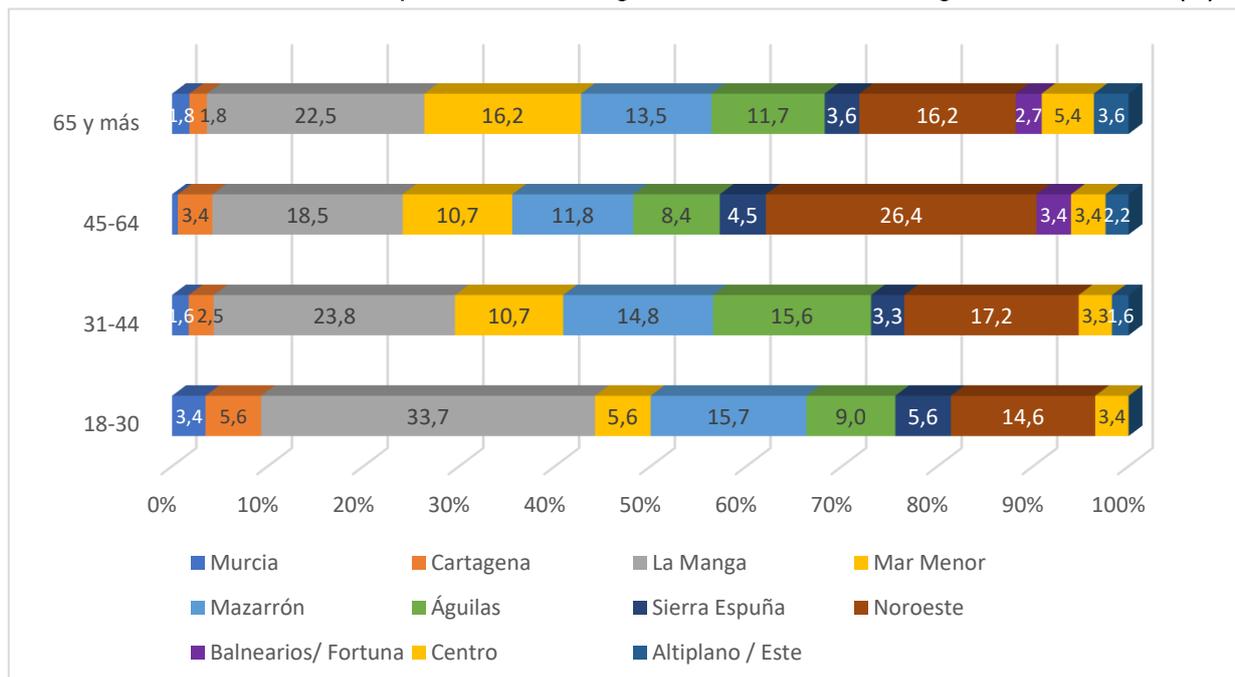
Las preferencias sobre los destinos favoritos de los murcianos para veranear este 2021 muestran una distribución distinta al año anterior. En este año, apenas hay personas indecisas, y **casi una cuarta parte apostaría por pasar sus vacaciones en La Manga**, si finalmente veranease en la Región. Otra novedad es que **el Noroeste se sitúa como segunda opción preferida**, con casi el 20% de respuestas. El Mar Menor pierde algo de atracción turística y se iguala con Águilas, ambos destinos por detrás de **Mazarrón, tercer destino favorito**. Siguen siendo muy pocos los que, en principio, viajarían a hacer turismo a Murcia (1,6%) o a Cartagena (3,2%) este verano. Son algo superiores las cantidades de personas que veranearían en Sierra Espuña (4,2%) o en el centro (Vega Media del Segura y Alcantarilla; 3,8%).

Gráfico 4.7. Destinos preferidos en la Región de Murcia, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



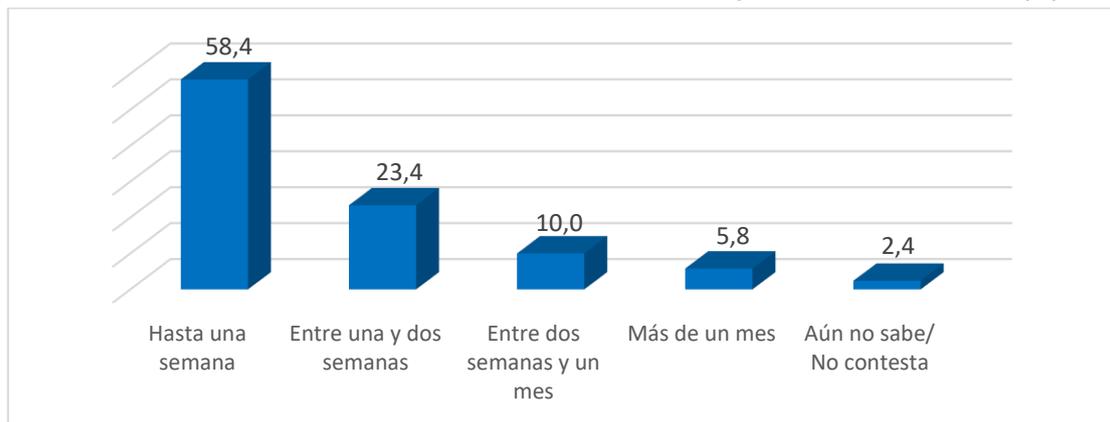
Analizando, a continuación, las respuestas por tramos de edad, es destacable que **los encuestados jóvenes, de entre 18 y 30 años, son los que más viajarían a La Manga, una tercera parte de ellos,** siendo también los que menos prefieren ir al Mar Menor, menos del 6%. La Manga también es el destino preferido entre las personas de mediana edad (31-44 años) y las mayores de 65 años, aunque en menor proporción. **Las personas maduras, de entre 45 y 64 años, serían las que más pasarían sus vacaciones de verano en el Noroeste de la Región;** más de una cuarta parte del tramo de edad apostaría por este destino, por encima del resto. **Mazarrón** se muestra como un destino deseable de manera similar (11-16%) para todos los tramos de edad, mientras que **Águilas** es más preferido por las personas de 31 a 44 años. El **turismo de balneario**, solo aparece, minoritariamente, entre los dos tramos de mayor edad, a partir de los 45 años.

Gráfico 4.8. Destinos de verano preferidos en la Región de Murcia, en 2021, según tramos de edad (%).



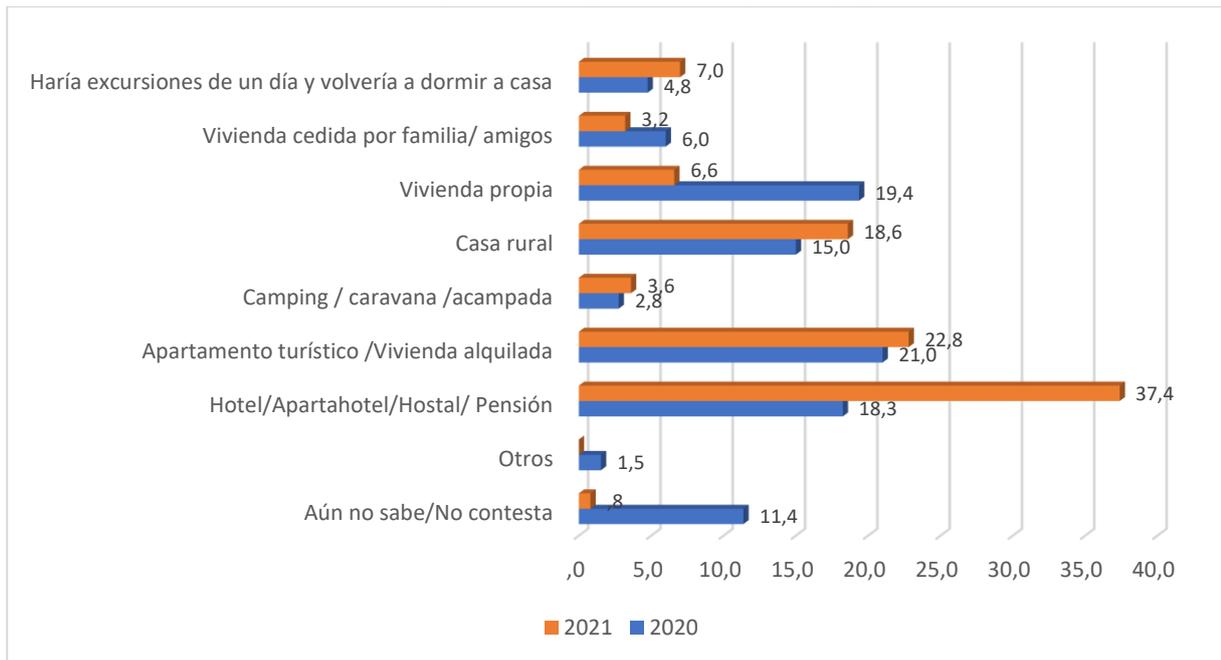
Entre los encuestados, **casi el 60% apuesta por estancias de corta duración, de hasta una semana**, cuando se trata de realizar turismo interno. Cerca de **una cuarta parte estima que pasaría entre una y dos semanas de vacaciones** alojado en algún lugar de la Región. Uno de cada diez, estaría alojado entre 15 y 30 días y, únicamente, un 6% prolongaría su estancia de vacaciones durante más de un mes. En relación con los resultados de 2020, este año se muestran plazos de estancia del turismo interno más breves.

Gráfico 4.9. Duración estimada de las vacaciones en la Región de Murcia, en 2021 (%).



También nos encontramos con importantes transformaciones en los tipos de alojamientos preferidos por los potenciales turistas internos de la Región. **Los alojamientos hoteleros pasan a ser la primera opción, para más del 37% de los murcianos.** Por su parte, **los apartamentos turísticos y la viviendas de alquiler siguen representando más del 20% de las preferencias**, en segundo lugar este año. Además, **incrementan su relevancia las casas rurales**, por encima del 18%. Otro 8% de los residentes optaría por hacer **excursiones de un único día, con el propósito de volver a pernoctar en casa.** Quienes optarían por un **camping, acampada o caravana** para hacer turismo en su misma provincia, se mantienen en una proporción alrededor del 3%. Finalmente, como consecuencia del incremento de turistas potenciales, disminuye considerablemente la importancia de la vivienda propia entre el global de turistas, pasando de casi el 20% a apenas el 6,6% del total de residentes.

Gráfico 4.10. Alojamiento preferente para unas vacaciones en la Región de Murcia, comparación temporada 2020 y 2021 (%).

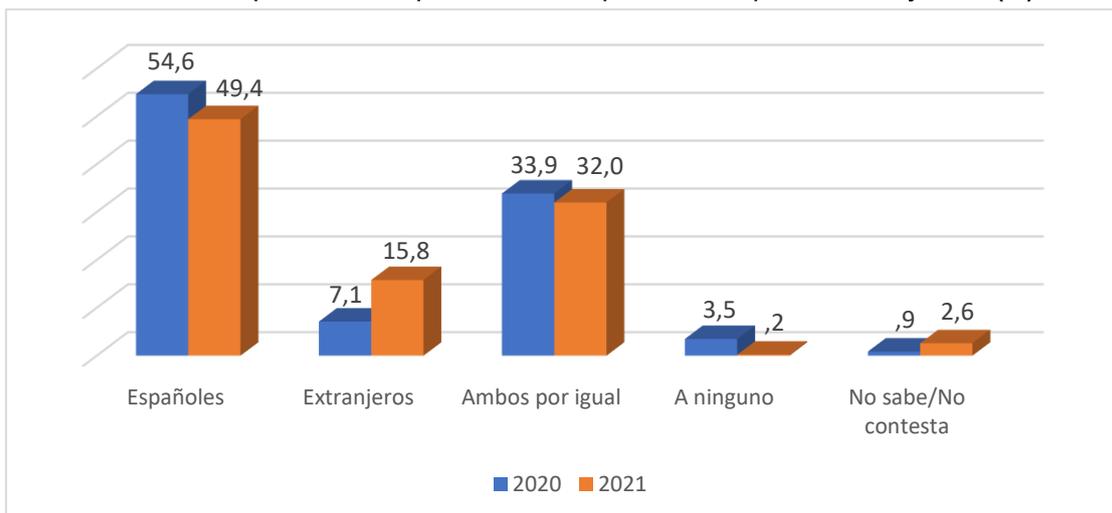


5. Prioridades en la política turística de la Región de Murcia

A continuación se presentan los resultados obtenidos en respuesta a las preguntas 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.

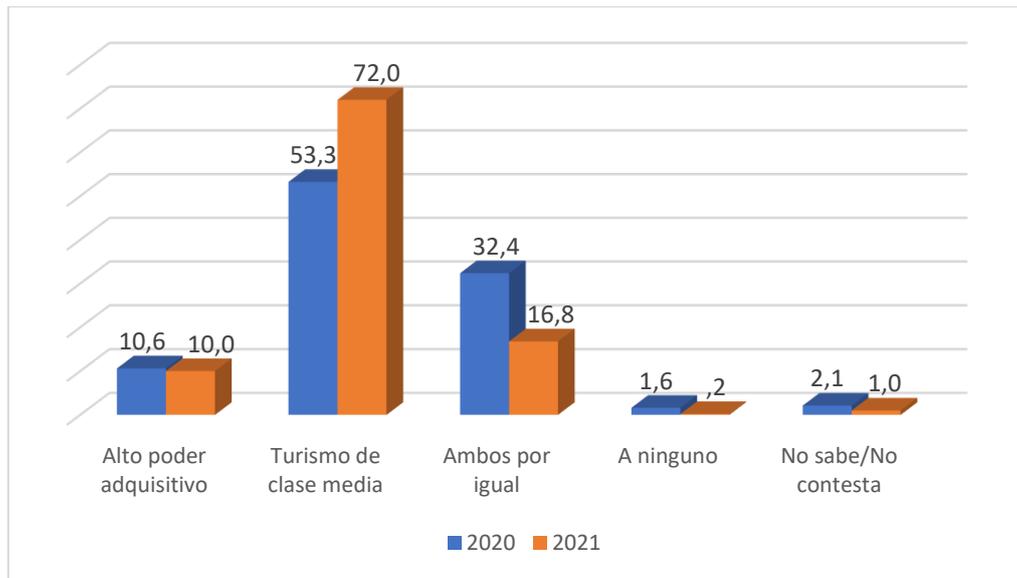
Los residentes, al ser preguntados, nuevamente, sobre hacia quiénes debería orientarse prioritariamente el turismo, si a españoles de otras comunidades o a extranjeros, **la mayor parte sigue considerando que el turismo regional debería enfocarse más a atraer a españoles de otras comunidades**. También, alrededor de una tercera parte de ellos sigue abogando por atraer a ambos sectores por igual, no obstante, son más del doble, respecto al año anterior, las personas que consideran es partidario de orientar el turismo más a la atracción de extranjeros, pasando de un 7% a casi un 16%.

Gráfico 5.1. Tipo de turistas prioritarios, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



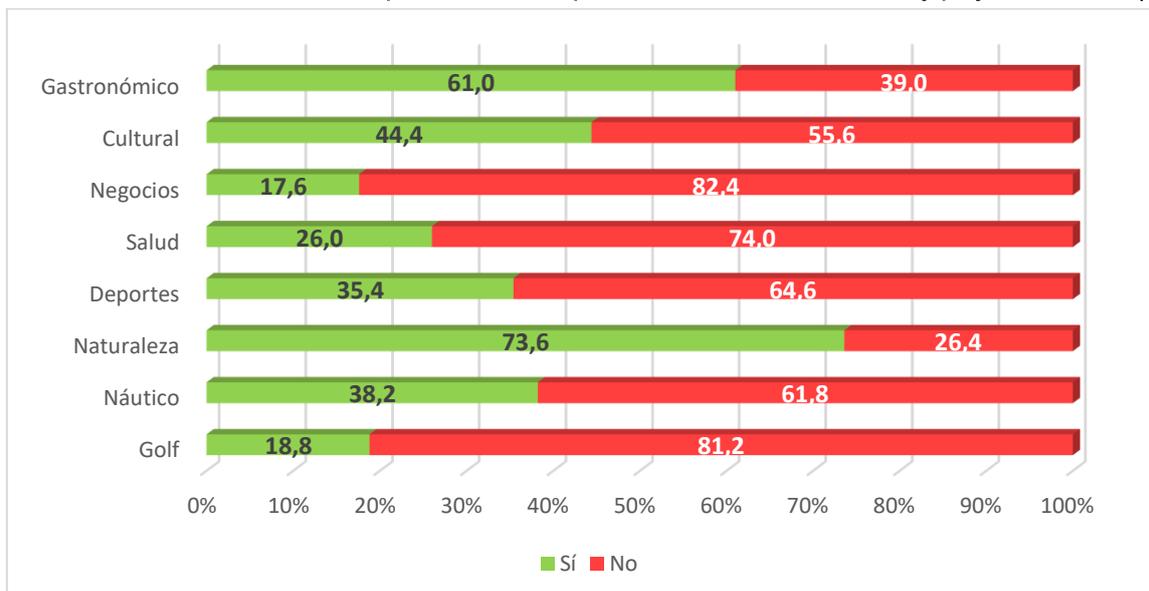
Respecto al modelo de turismo que al que se debería enfocar la oferta turística de la Región de Murcia, **este año, los residentes apuestan mucho más por una orientación del turismo debería hacia el público de clase media**; así lo consideran más del 70% de los entrevistados. De nuevo, solo uno de cada diez piensa que sería mejor orientar el turismo a personas de alto poder adquisitivo. Por otro lado, los partidarios de que la oferta turística en la Región de Murcia se oriente a la atracción de ambos sectores por igual son la mitad que el año anterior. Recordemos, que tal y como se desvelaba en el informe de 2020, el turismo de alto poder adquisitivo era más popular entre los empresarios y trabajadores por cuenta propia.

Gráfico 5.2. Tipo de turismo prioritario, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



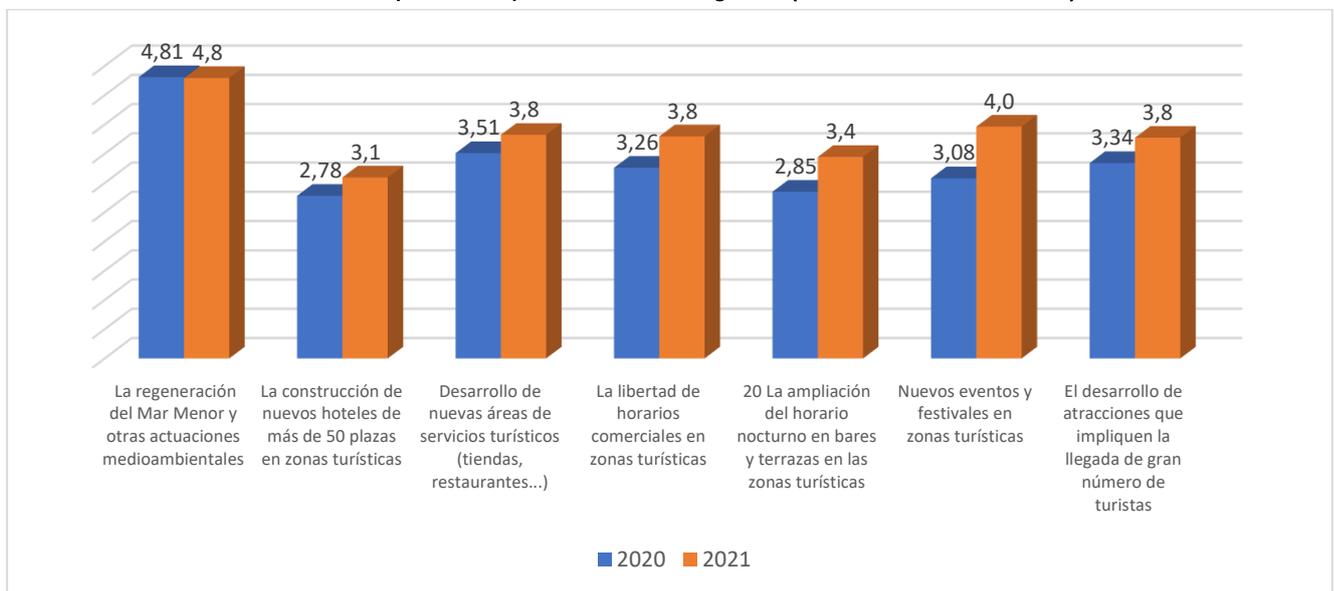
Por otra parte, a la hora de considerar los diferentes modelos de turismo posibles, además del turismo de «sol y playa», característico de la Región de Murcia, los murcianos encuestados son partidarios de promocionar, especialmente, dos opciones más, que coinciden con las más respaldadas el año anterior. En primer lugar, **casi las tres cuartas partes de los residentes consideran que se debería poner un especial énfasis en promocionar el turismo rural y en la naturaleza**. Segundo, **la gastronomía** se vuelve a considerar el otro punto fuerte de la Región de Murcia como destino turístico, siendo más los del 60% quienes consideran que se debe promocionar fuertemente este aspecto. El resto de modelos turísticos no se consideran tan relevantes, aunque el turismo **cultural**, el **náutico** y el deportivo son los que destacan entre el resto, por encima del turismo de golf, de negocios y de salud.

Gráfico 5.3. Modelos de turismo a promocionar, especialmente, además del «sol y playa», en 2021 (%).



Otra información de interés vuelve a ser 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 vuelven a mostrar una prioridad clara: la regeneración del Mar Menor y otras actuaciones medioambientales (4,8)**. En cambio, el segundo tipo de iniciativas consideradas más importantes, en 2021, es **la realización de nuevos eventos y festivales en zonas turísticas (4)**. Después, se identifican igual de importantes el **desarrollo de nuevas áreas de servicios turísticos**, tales como tiendas y restaurantes, el **desarrollo de atracciones** que impliquen la llegada de gran número de turistas y la **libertad de horarios comerciales** en las zonas turísticas, con 3,8 puntos de media todas ellas. También se valoran como importantes 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 tales zonas turísticas.

Gráfico 5.4. Iniciativas importantes para el turismo regional (medias, escala de 1 a 5), 2021.



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 **algo más 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)**, mejorando ligeramente el nivel de conocimiento del organismo por parte de la población.

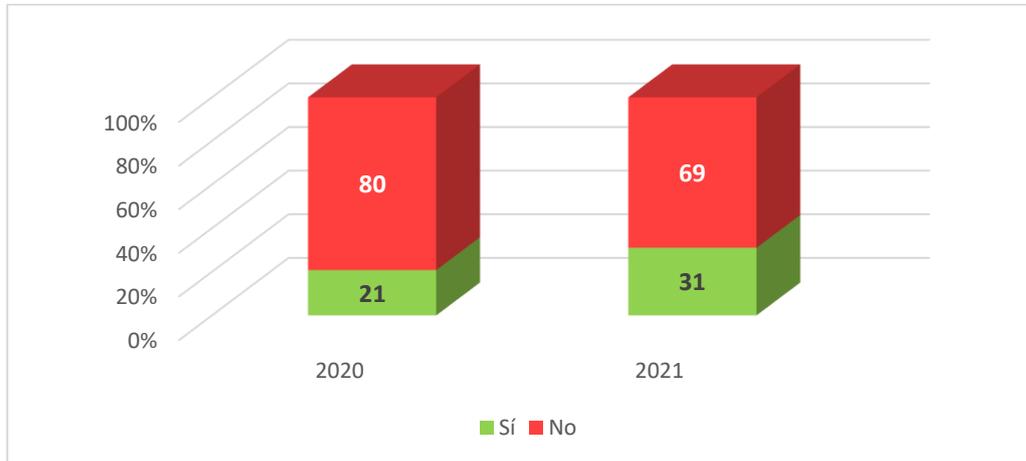
Gráfico 6.1. Conocimiento del ITREM entre los residentes en la Región de Murcia, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



Al igual que sucedía el año anterior, **el grado conocimiento del ITREM mejora en los municipios de mayor tamaño**. No obstante, la diferencia es menor, pues incluso en los municipios pequeños y medianos el nivel de conocimiento se encuentra por encima del 46%; mientras que el año pasado, la cifra bajaba hasta el 36% en el caso de los municipios menores de 10.000 habitantes. En **Murcia capital**, el porcentaje de población que conoce el ITREM se mantiene en el 60%.

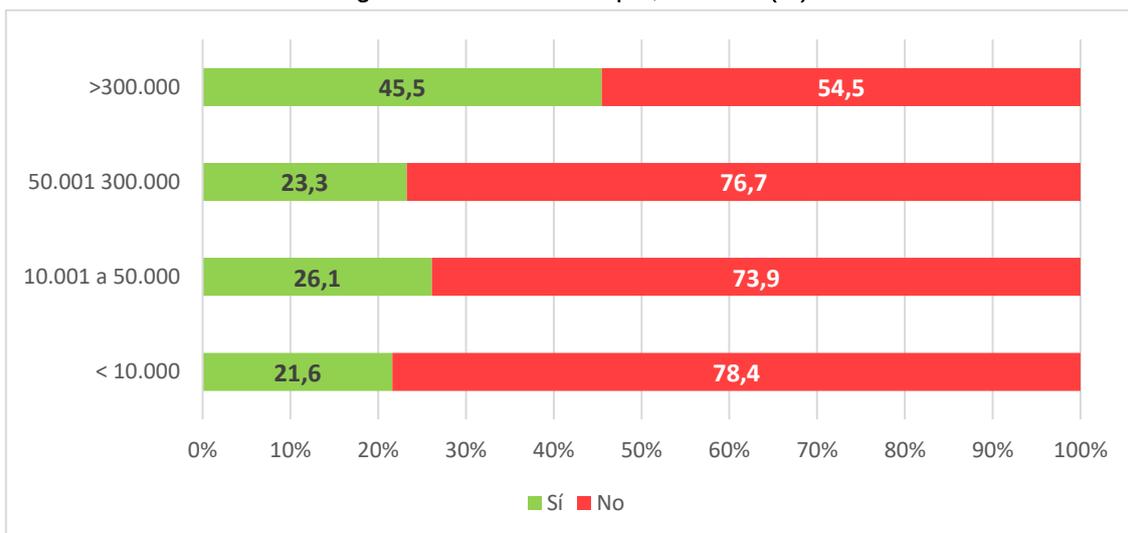
El nivel de conocimiento en el caso del Centro de Cualificación Turística sigue siendo considerablemente menor, pero mejora sustancialmente: **tres de cada diez residentes en la Región de Murcia tienen conocimiento o recuerdan haber oído hablar del CCT**, uno más que el año anterior.

Gráfico 6.2. Conocimiento del CCT entre los residentes en la Región de Murcia, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



El porcentaje de conocimiento del CCT se ha duplicado en los municipios de menos de 10.000 habitantes, y ha ascendido más de once puntos en los municipios de 10.000 a 50.000 habitantes, alcanzando más del 26%. En el caso de los municipios de 50.000 a 300.000 habitantes se mantiene similar. 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, más del 45%, mientras que el año pasado no alcanzaba el 30%.

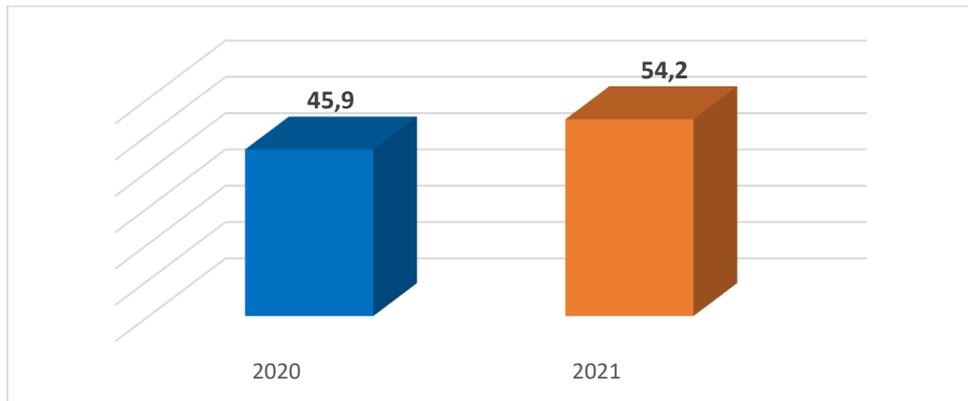
Gráfico 6.3. Conocimiento del CCT entre los residentes en la Región de Murcia, según tamaño del municipio, en 2021 (%).



Respecto al año anterior, en 2021 se han disipado las diferencias de sexo que se presentaban en 2020 respecto al nivel de conocimiento del CCT, conociéndolo ahora por igual tanto hombres como mujeres.

En cuanto a otros organismos fundamentales para la promoción del destino Región de Murcia, como son las oficinas de turismo locales, este año, **más de la mitad de los encuestados afirma haber estado alguna vez en la oficina de turismo de su propio municipio**, superando más de 8 puntos la cifra del año anterior. Este conocimiento de las oficinas de turismo municipales también se refleja más uniforme en los distintos grupos de municipios de la Región, respecto al año anterior.

Gráfico 6.5. Personas que han visitado la oficina de turismo de su municipio, comparación temporada 2020 y 2021 (%).

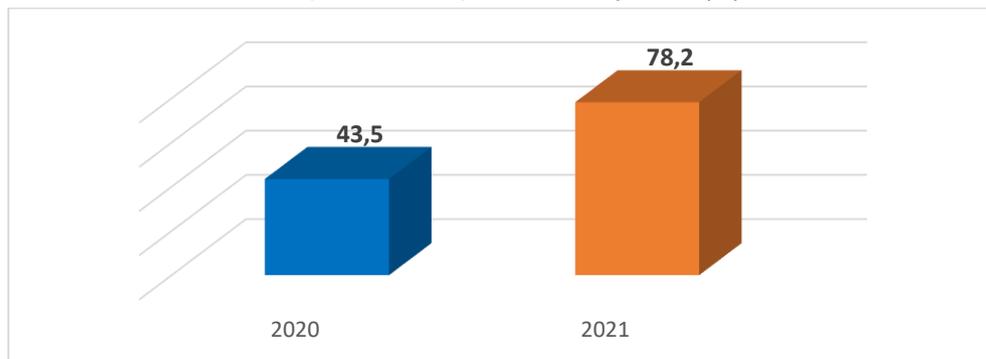


7. Percepción del posicionamiento turístico de la Región de Murcia

Para valorar el posicionamiento turístico de la Región de Murcia en el momento actual, en el 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 relacionados con la calidad de vida, 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 alcance de la información turística entre los residentes ha mejorado en 35 puntos porcentuales en 2021, respecto a 2020, siendo más del **78% de los encuestados quienes recuerdan haber visto información o publicidad turística oficial sobre la Región de Murcia**. Todavía queda, no obstante, un 22% de población por alcanzar.

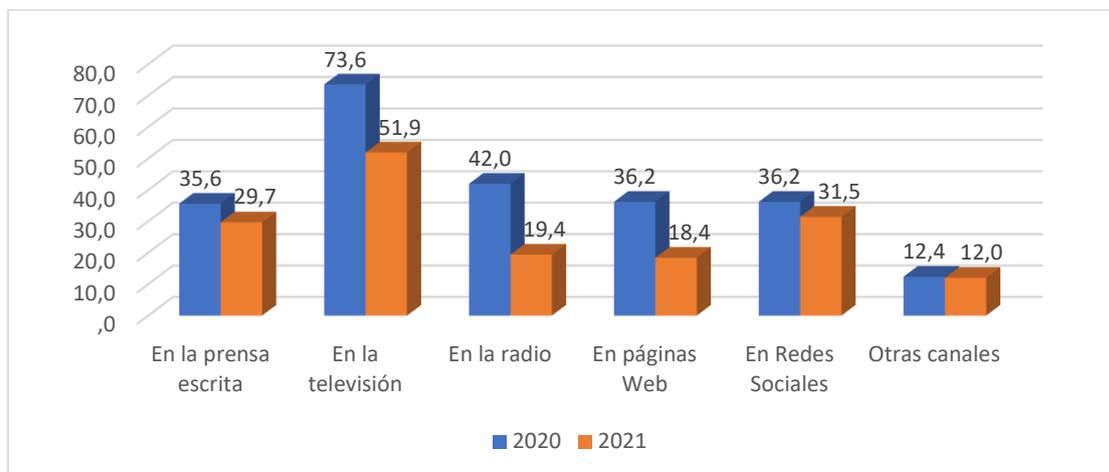
Gráfico 7.1. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



Considerando la edad, **los encuestados más jóvenes (18-30 años) son los que recuerdan haber visto información o publicidad turística oficial en menor medida, el 63%**. En cambio, los de la franja de 45 a 64 años son los que más lo recuerdan, por encima del 84% de los casos.

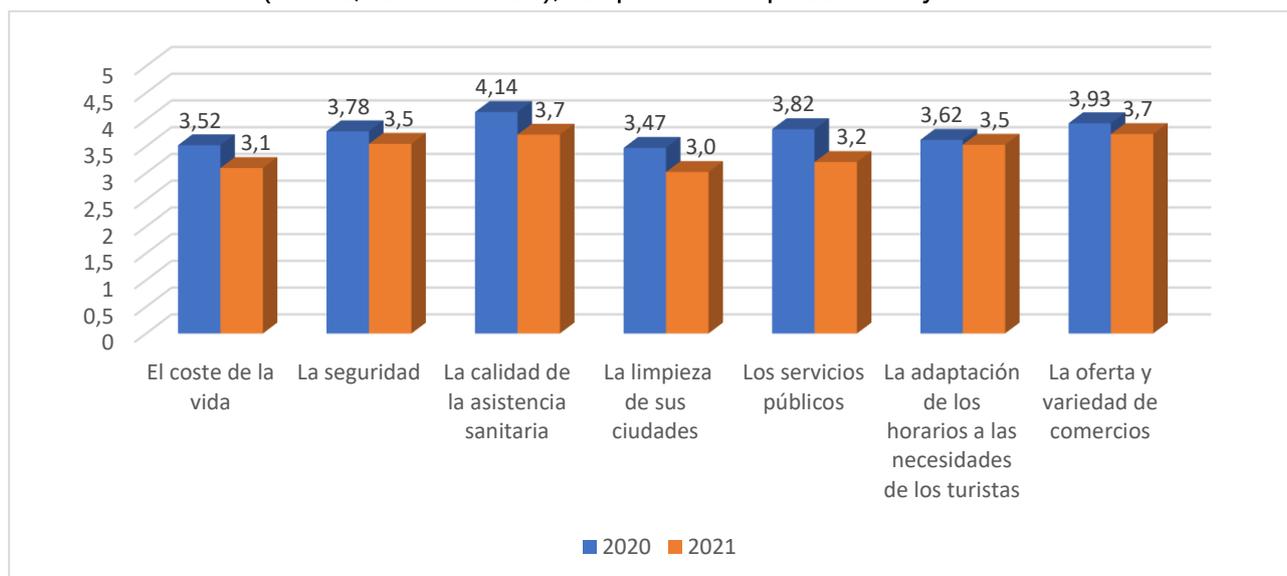
Respecto al medio por el cual han recibido la información del destino Región de Murcia, en 2021 se reflejan resultados más repartidos que en 2020. Los murcianos que recuerdan haber visto publicidad o información turística oficial de la Región de Murcia lo han hecho en la **televisión, que sigue siendo el medio con un impacto mayor entre todos**, aunque no ha sido tan predominante como el año pasado. La **radio** es un canal que ha perdido relevancia respecto al año pasado, mostrando menos de la mitad de puntos porcentuales, el 19,4%. **Las redes sociales y la prensa escrita se mantienen alrededor del 30% de incidencia**, mientras que las páginas web han sido fuente de información y publicidad turística sobre la Región para menos del 20% de la muestra. Apenas el 12% recuerda haber recibido la información o publicidad mediante otros medios.

Gráfico 7.2. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, según medio, comparación temporada 2020 y 2021 (%).



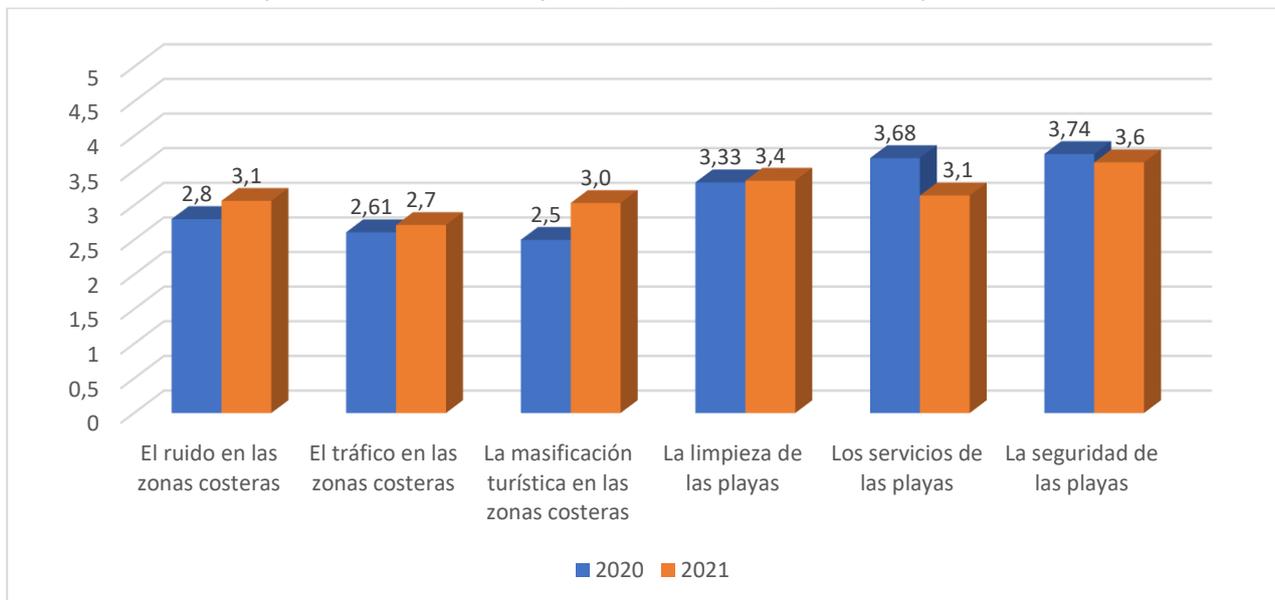
Considerando una serie de factores clave para la calidad de vida y el atractivo turístico de cualquier lugar, en una escala de 1 (nada satisfactorio) a 5 (muy satisfactorio), **los encuestados vuelven a valorar positivamente todos los aspectos de la Región de Murcia por los que han sido preguntados**, con unos valores medios que se encuentran entre satisfactorio (3) y bastante satisfactorio (4). No obstante, todos los aspectos han sufrido una valoración inferior a la del año pasado, especialmente la referente a la valoración de los servicios públicos, que ha pasado de 3,8 a 3,2. La calidad de la asistencia sanitaria sigue siendo la característica mejor valorada, junto a la oferta y variedad de comercios. **El aspecto que se considera más mejorable vuelve a ser el que se corresponde con la limpieza de las ciudades**, con un 3 de media.

Gráfico 7.3. Valoración de aspectos relacionados con la calidad de vida en la Región de Murcia, (medias, escala de 1 a 5), comparación temporada 2020 y 2021.



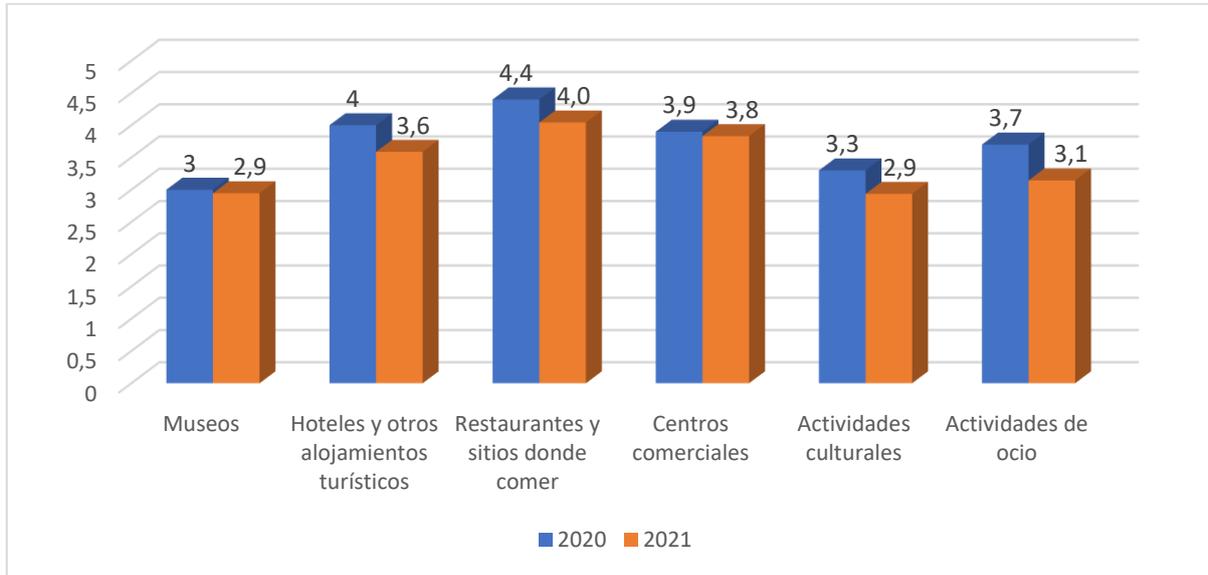
En cuanto a otra serie de aspectos relacionados con **la calidad de las playas** de la Región de Murcia, en una escala de 1 (nada aceptable) a 5 (muy aceptable), los murcianos aprueban, este año, cinco de los seis aspectos de las playas de la costa regional por los que han sido preguntados, suspendiendo únicamente uno: **el tráfico en las zonas costeras**. Consiguen la calificación de “aceptable” el ruido en las zonas costeras, los servicios en las playas, tales como tomas de agua para ducharse o limpiarse, juegos infantiles, etc., y la masificación turística en las zonas costeras. Es posible que, debido a la menor concurrencia de turistas, debida a la pandemia, las problemáticas derivadas de la concentración de grandes cantidades de población durante el verano en las playas de la Región, hayan mejorado, coyunturalmente, las condiciones de disfrute de las vacaciones de “sol y playa” durante el último año. No obstante, las consideraciones sobre los aspectos mencionados podrían volver fácilmente a empeorar si, debido a la mejora de la situación sanitaria, vuelven a darse situaciones de sobrepoblación en la costa durante el verano. **Los dos aspectos que mejor valoran los habitantes de la Región de Murcia son la seguridad y la limpieza en las playas.**

Gráfico 7.4. Valoración de aspectos relacionados con la calidad de las playas de la Región de Murcia, (medias, escala de 1 a 5), comparación temporada 2020 y 2021.



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, este año, cuatro de las seis posibilidades, una menos que el anterior. **La oferta de restaurantes y sitios para comer, seguida de la oferta de centros comerciales y la de hoteles, vuelven a ser los puntos fuertes de la oferta turística de la Región de Murcia en la actualidad**, aunque en distinto orden la segunda y tercera opción. La oferta de actividades de ocio recibe un aprobado raso, en esta ocasión, mientras que la de actividades culturales y la de museos se quedan cerca del aprobado, pero por debajo del mismo. Se mantiene la tendencia entre los murcianos a concebir la Región como **un destino turístico más propicio para el consumo que para otro tipo de actividades** de carácter inmaterial. También se refleja un nivel de exigencia mayor respecto a todas las características de la oferta turística.

Gráfico 7.5. Valoración de aspectos relacionados con la oferta turística de la Región de Murcia, (medias, escala de 1 a 5), comparación temporada 2020 y 2021.

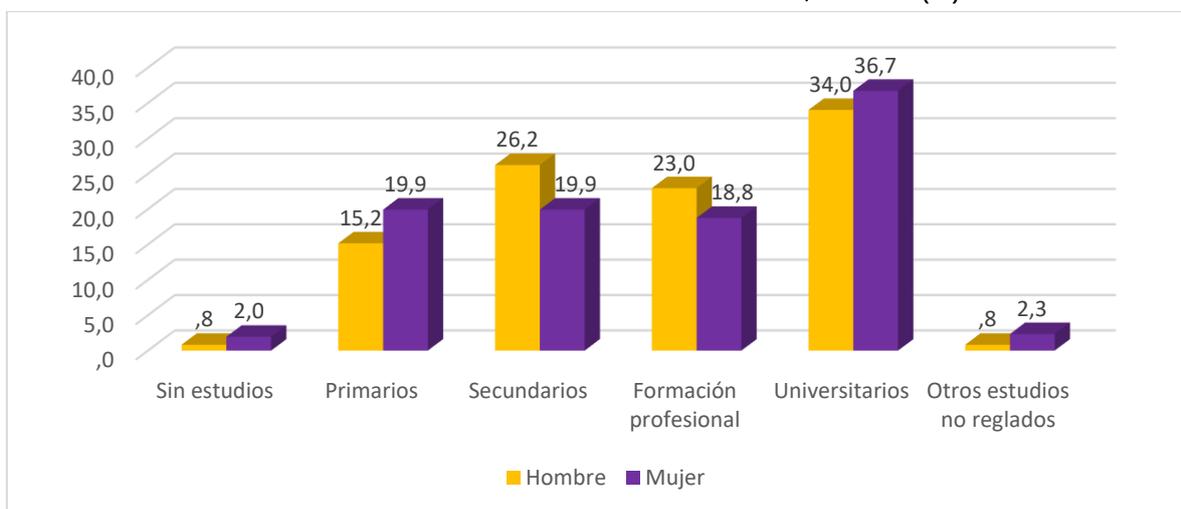


8. Características de la muestra.

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.

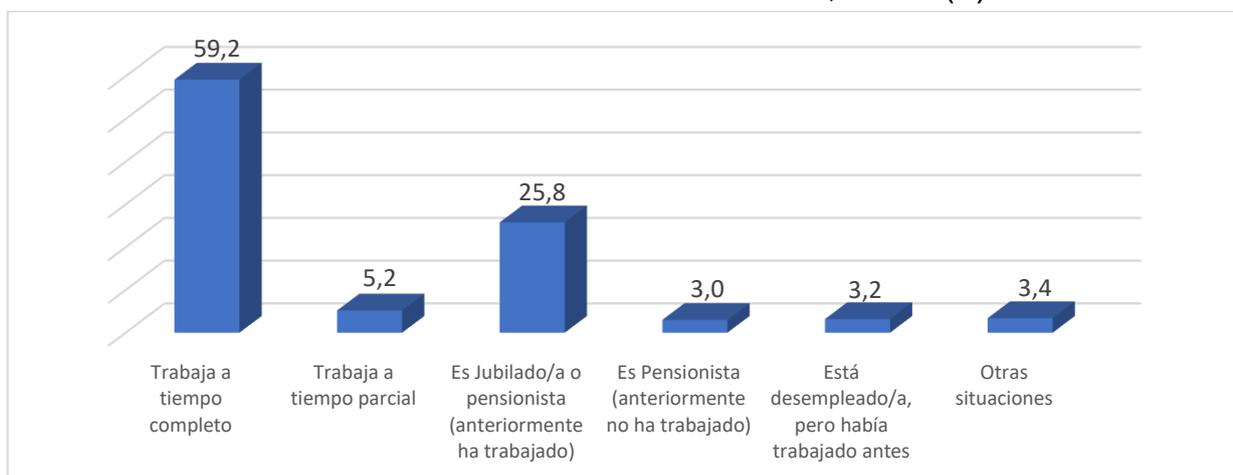
La distribución de la muestra en cuanto a nivel de estudios es la siguiente: el 35% son titulados universitarios, el 23% personas con estudios secundarios, un 21% con formación profesional y otro 18% con estudios primarios. En el gráfico se muestran las diferencias por sexo dentro de cada uno de los niveles de estudio considerados.

Gráfico 8.1. Nivel de estudios de los encuestados, en 2021 (%).



Casi el 60% de las personas que más ingresos aportan al hogar en los domicilios en los que se realizaron las entrevistas, trabaja a tiempo completo (59,2%), mientras que un 5,2% lo hace a tiempo parcial. Otro 29% son jubiladas o pensionistas, y un 3,2% están desempleadas, entre otras situaciones que quedan reflejadas en el Gráfico 8.2.

Gráfico 8.2. Situación laboral de los encuestados, en 2021 (%).



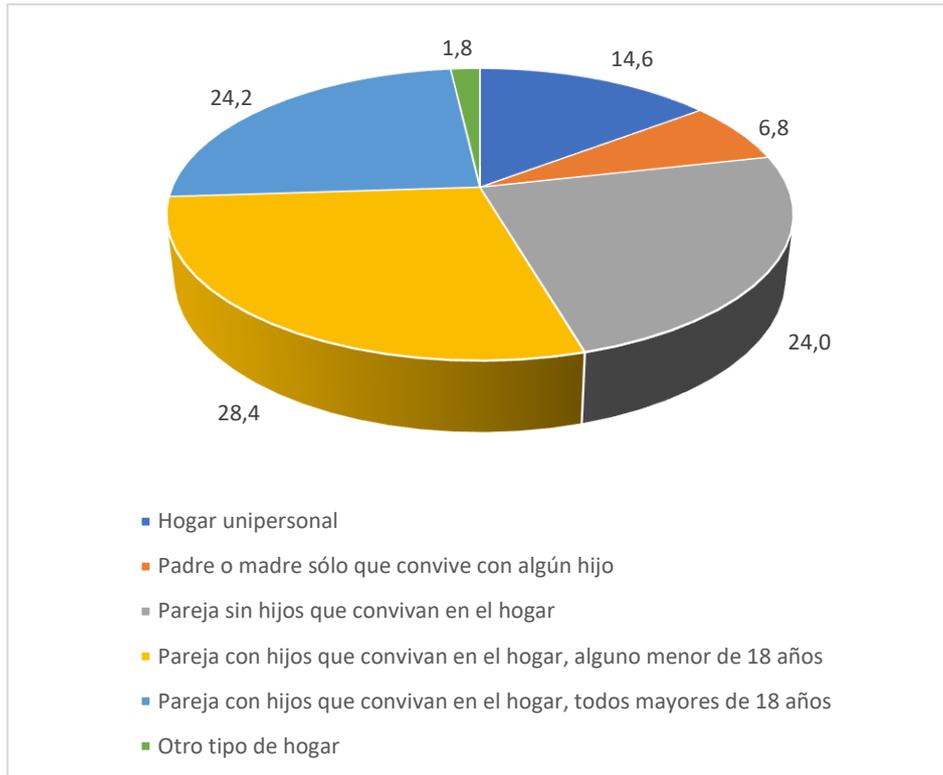
En cuanto a la situación profesional, respecto a las personas que más ingresos aportan al hogar en los domicilios en los que se realizó la entrevista, el 56% trabaja por cuenta ajena con contratos indefinidos, mientras casi un 8% trabaja con contrato eventual o temporal. Uno de cada diez es empresario y emplea a otras personas, y otro se corresponde con el perfil de autónomo que trabaja por cuenta propia. Un 16% es funcionario público.

Gráfico 8.3. Situación profesional de los encuestados, en 2021 (%).



Finalmente, la situación de los hogares de los entrevistados vuelve a ser muy diversa, reflejo de la sociedad actual. Casi un 30% son personas que viven en hogares donde hay una pareja con hijos mayores de edad, mientras que otro 24% viven en hogares en los que vive una pareja con hijos menores de edad. También un 24% pertenecen a hogares en los que conviven una pareja sin hijos y un 6,8% viven en hogares monoparentales con uno o varios hijos. Por último, casi un 15% son personas que viven solas y un 1,8% se corresponde con otro tipo de hogares. Son datos muy similares a la muestra de 2020, con pequeñas variaciones.

Gráfico 8.4. Tipo de hogar de los encuestados, en 2021 (%).



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, con base en el trabajo realizado desde el año anterior.

Línea 1. Promoción del turismo interno de corta duración, escapadas de fin de semana y planes de un día, con seguridad garantizada.

- La seguridad sanitaria sigue siendo importante atractivo del destino Región de Murcia pero la situación sanitaria comienza a percibirse muy similar en el conjunto de España. Por tanto, resulta conveniente **dar por hecho la seguridad del destino y comenzar a poner énfasis en otros aspectos de la experiencia turística** en la Región de Murcia.
- Teniendo en cuenta que la mayoría de los residentes sigue sin desear realizar viajar por turismo en lo que resta de 2021 y que, entres quienes sí, muy pocos desean viajar por la Región, resulta clave **promocionar la actividad turística interna que no conlleve grandes gastos o excesiva planificación.**
- Continúa siendo vital realizar el **mayor esfuerzo promocional durante la campaña de verano**, puesto que es cuando el 86% de los que piensan viajar desean hacerlo, no siendo esto incompatible con otros tipos de turismo propios de otros periodos del año.
- Evitar una excesiva concentración de turismo en La Manga, lo cual resultaría contraproducente. Por el contrario, **promocionar las zonas turísticas menos masificadas** para evitar que se produzcan los problemas derivados de las grandes aglomeraciones de gente (tráfico, ruido, masificación de los servicios, encarecimiento de precios, etc.).
- **Apostar por el turismo rural y de interior**, como señala la tendencia al alza del turismo en el Noroeste.
- Elaborar y ofertar **mayor número de paquetes de experiencias turísticas**, diseñadas para un turismo de corta y media duración.
- **Promocionar (mediante ayudas, descuentos, bonos, etc.) el hospedaje en hoteles entre los turistas internos**, dado que los residentes muestran un deseo de alojarse en este tipo de establecimientos, y la iniciativa institucional puede dar un importante impulso al consumo interno.
- **Crear y promocionar más eventos turísticos**: festejos locales, conciertos, ferias gastronómicas, encuentros deportivos, exhibiciones, etc.

Línea 2. Apuesta decidida por la naturaleza, la gastronomía y la recuperación del Mar Menor como entorno natural y turístico, para un turista de clase media.

- Aunque la atracción de turistas extranjeros es indispensable para el destino turístico Región de Murcia, los residentes continúan mostrando 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.**
- Con la mayor movilización de turistas, respecto a 2020, **se incrementa la importancia del turismo dirigido a un público de clase media.** No obstante, se mantiene una demanda estable de turismo superior, dirigido a experiencias VIP.
- Los residentes en la Región de Murcia entienden que la Región está lista para ir más allá del modelo turístico únicamente de sol y playa. Se debe **continuar reforzando 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. El Mar Menor ha perdido gran parte de su atractivo turístico. Temporalmente, se puede promocionar el turismo gastronómico, el deportivo, el náutico y el de ocio a bajo coste en esta zona, para evitar la pérdida de tejido empresarial turístico en los municipios del Mar Menor.

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

- Resulta necesario **seguir publicitando el ITREM y el CCT como organismos oficiales del turismo en la Región de Murcia,** para continuar mejorando su identificación por parte de la ciudadanía como entidades de referencia y para incrementar la efectividad de las actuaciones que emprendan.
- **Reforzar la relación y la cooperación entre ITREM, CCT y los puntos de información turística,** pues la identificación de los dos primeros y el uso de las terceras evolucionan directamente relacionados.
- **Continuar en el esfuerzo por dar a conocer los organismos turísticos oficiales en los municipios de menor población,** pues han demostrado ser receptivos a la información y publicidad institucional.

Línea 4. Región de Murcia turística 100%.

- Aprovechando que el nivel de alcance de la información y publicidad turística institucional de la Región de Murcia se ha elevado considerablemente, por encima del 78%, resulta oportuno **realizar un nuevo impulso institucional con el objetivo de alcanzar al 100% de la población residente.**
- **Continuar con una acción publicitaria multicanal inteligente**, fundamentada en la identificación de *targets* y elaboración de mensajes ajustados a cada tipo de público.
- Incentivar a los turistas a que compartan en sus redes sociales fotografías y vídeos en espacios y paisajes de la Región de Murcia, difundiendo información sobre **puntos de especial interés fotográfico.**
- **Puesta en valor del turismo responsable**, en términos sanitarios y de respeto al medio ambiente.
- **Realizar un importante esfuerzo en la limpieza de los espacios públicos**, pues es el aspecto de calidad de vida peor valorado en los dos últimos años por los residentes en la Región de Murcia. En 2021, se muestran más exigentes, en general.
- **En la costa, adoptar medidas para mejorar la situación del tráfico**, sin descuidar el resto de aspectos.
- **Elaborar una estrategia a medio-largo plazo para fortalecer el turismo cultural y de museos** en la Región de Murcia, escasamente valorado. Promover campamentos, excursiones y seminarios formativos, destinados a estudiantes, que puedan aprovechar este tipo de actividades en relación con sus estudios. También, atraer a la comunidad científica para que celebre encuentros en los principales patrimonios culturales de la Región. Asimismo, favorecer eventos mixtos, culturales y de ocio (conciertos y/o eventos gastronómicos en museos, etc.).
- **Favorecer un equilibrio territorial de actividades de consumo por toda la Región**, evitando la concentración en unos pocos sitios. Por ejemplo, promoviendo la creación de zonas comerciales, gastronómicas y de ocio en los casos urbanos de los municipios y de los núcleos urbanos más pequeños, que sean capaces de competir con los grandes centros comerciales de las ciudades.