

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

Julio 2021



REGIÓN
MURCIA

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



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

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Universidad de Murcia

2021



Índice

1. Justificación, objetivos y equipo investigador	4
2. Ficha técnica y estructura de la muestra.....	6
3. Síntesis de resultados	7
4. Identificación de la Región de Murcia	10
5. Posicionamiento de la Región de Murcia	16
6. Comportamiento turístico de los potenciales turistas, en el marco de la Covid-19, en relación al destino Región de Murcia.....	22
7. Características de la muestra.....	30
8. Recomendaciones estratégicas para el turismo de la Región de Murcia, basadas en la percepción de los turistas	34

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, acumulando información gracias a datos de nuevas ciudades.

Objetivos del estudio

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

1. Determinar la identificación que realizan los residentes en las ciudades de Oviedo, Gijón, Santander y Bilbao del destino turístico Región de Murcia y de sus principales componentes.
2. Analizar la percepción de la Región de Murcia como destino turístico que tienen los residentes en dichas ciudades y su grado de sensibilización con los *inputs* y *outputs* de la actividad turística.
3. Conocer el comportamiento turístico de los entrevistados en el actual contexto sanitario provocado por el coronavirus COVID-19.
4. Formular recomendaciones para el diseño de programas de actuación y seguimiento de las líneas estratégicas del ITREM.

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:	A- Personas de ambos sexos de 18 años o más, empadronadas en la actualidad en la ciudad de Gijón. B- Personas de ambos sexos de 18 años o más, empadronadas en la actualidad en la ciudad de Oviedo. C- Personas de ambos sexos de 18 años o más, empadronadas en la actualidad en la ciudad de Santander. D- Personas de ambos sexos de 18 años o más, empadronadas en la actualidad en la ciudad de Bilbao.
Método de recogida	Entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI)
Tamaño de la Muestra	A- Gijón. 175 entrevistas. B- Oviedo. 175 entrevistas. C- Santander. 200 entrevistas. D- Bilbao. 200 entrevistas.
Error Muestral	+/- 6.93% para los supuestos de máxima indeterminación ($p=q=0,5$) en cada una de las poblaciones.
Procedimiento de Muestreo	Selección de unidades muestrales (hogares) por sistema aleatorio y cuotas de sexo y edad proporcionales atendiendo a la distribución real de la población en cada uno de los municipios.
Nº de Ítems estudiados	Ítems 28
Periodo de Recogida	Del 31 de mayo al 18 de junio 2021

		SEXO	
		HOMBRE	MUJER
GIJÓN	18-30	10	10
	31-44	19	19
	45-64	30	33
	65 y más	22	32
OVIEDO	18-30	11	11
	31-44	19	21
	45-64	30	35
	65 y más	19	29
SANTANDER	18-30	13	15
	31-44	21	22
	45-64	32	38
	65 y más	23	36
BILBAO	18-30	15	13
	31-44	22	22
	45-64	34	37
	65 y más	22	35

3. Síntesis de resultados

Identificación de la Región de Murcia

- Tres de cada diez personas entrevistadas dicen conocer o haber oído hablar del destino turístico Costa Cálida, aunque es una marca prácticamente desconocida entre los menores de 30 años.
- La marca Costa Cálida se identifica sólo parcialmente con la Región de Murcia, dado que el 60% de los encuestados que decía conocerla la ubica en otras zonas geográficas de España.
- Por el contrario, el Mar Menor es más identificado con el destino turístico Región de Murcia, aunque también es desconocido por casi el 70% de los menores de 30 años.
- Sólo un 35,5% de las personas residentes en las cuatro ciudades del estudio ha visitado alguna vez la Región de Murcia para hacer turismo. El porcentaje sube hasta el 50% entre los mayores de 65 años, pero cae por debajo del 20% entre los jóvenes menores de 30 años.
- Los destinos más populares de la Región de Murcia, entre aquellos turistas que la visitaron, son La Manga y el Mar Menor. Les siguen las ciudades de Murcia y Cartagena, y, en menor medida, Mazarrón, Águilas, Lorca y Archena.
- El nivel de satisfacción con la Región de Murcia como destino turístico es muy elevado, más del 80% de los turistas quedaron más que satisfechos con su visita.
- Seis de cada diez turistas que visitaron la Región recomendaron a sus conocidos que también hicieran turismo en la Región de Murcia, siendo los propios turistas una de las principales fuentes de promoción del destino turístico Región de Murcia.

Posicionamiento de la Región de Murcia

- Los residentes en las ciudades estudiadas identifican de forma inequívoca el destino Región de Murcia con el turismo de sol y playa. Pero también, en menor medida, el destino se asocia al turismo gastronómico, al turismo cultural y al turismo rural y en la naturaleza.
- Los principales elementos que componen la identidad del destino Región de Murcia para los encuestados son: el buen clima, las playas, la gastronomía, la vida cultural, los monumentos, el paisaje y la vida rural, respectivamente.
- Cuatro de cada diez encuestados recuerda haber recibido, por algún medio, información o publicidad turística de la Región de Murcia, pero solo uno de cada cuatro, entre los más jóvenes.
- Los entrevistados coinciden en el uso de la televisión como principal medio para recibir información y publicidad sobre el turismo en la Región de Murcia. En cambio, apenas la han recibido por radio, o por redes sociales.
- La prensa escrita se muestra eficaz para transmitir información y publicidad turística oficial a las personas de mayor edad y, por el contrario, las redes sociales se demuestran más eficaces para llegar a la gente más joven.
- Casi la mitad de los entrevistados considera que la Región de Murcia es un destino turístico que merece la pena visitarse durante todo el año. No obstante, otro 42% considera que es, principalmente, un destino de verano.
- Las personas de entre 18 y 44 años son las que en mayor medida consideran la Región de Murcia como un destino únicamente de verano, a diferencia del público mayor de 45 años que lo considera mayoritariamente un destino visitable durante todo el año.
- Un 45% de los entrevistados piensa que sus familiares y conocidos consideran a la Región de Murcia como un destino muy o bastante interesante, sin embargo, otro 30% que piensa que consideran que tiene poco o ningún interés.

Comportamiento turístico de los de los potenciales turistas, en el marco de la Covid-19, en relación al destino Región de Murcia

- La mitad de las personas encuestadas responden que sí planifican viajar este año. Los perfiles más dispuestos a viajar son: estudiantes, empresarios y funcionarios. Los residentes de Bilbao tienen mayor pretensión de viajar que el resto.
- Cerca del 80% de los encuestados que viajarían este año lo harían dentro de España, a otra comunidad autónoma distinta a la que residen. Un 12% lo haría al extranjero y sólo un 7% viajaría dentro de su comunidad autónoma.
- Los entrevistados perciben que la Región de Murcia es un destino tanto o más seguro frente al coronavirus Covid-19 que el resto de destinos nacionales. Pero solo un 16% considera que sea sensiblemente más seguro que el resto de destinos.
- Casi el 50% de los encuestados que viajarían a la Región lo harían a la costa, siendo La Manga la playa preferida, seguida de las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón, y de las playas del Mar Menor, en tercer lugar. También hay bastante gente que se decidiría por Murcia ciudad, por el turismo rural y de interior y por la Ciudad de Cartagena.
- Las personas de 31 a 44 años prefieren, en mayor medida que el resto, las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón y, además, son las que muestran un menor porcentaje de indecisión.
- Quienes ya han visitado la Región, desean volver a la Manga: el 28% de los turistas que ya han visitado la Región visitarían La Manga. Además, casi un 20% de los que volverían a la Región, lo harían a las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón
- La población de la muestra se plantea estancias en la Región de Murcia de una duración similar a las que se plantean los propios murcianos, predominando la media y, especialmente, la corta duración. La experiencia de visitar la Región anima a los turistas a prolongar más sus estancias en visitas futuras.
- Los turistas procedentes del norte de España prefieren, fundamentalmente, las opciones hoteleras para alojarse. También los apartamentos turísticos o viviendas alquiladas y las casas rurales.
- Más del 60% de los encuestados han respondido que vendrían a la Región en su propio vehículo. La segunda opción sería en avión, por la que optan uno de cada cinco entrevistados.

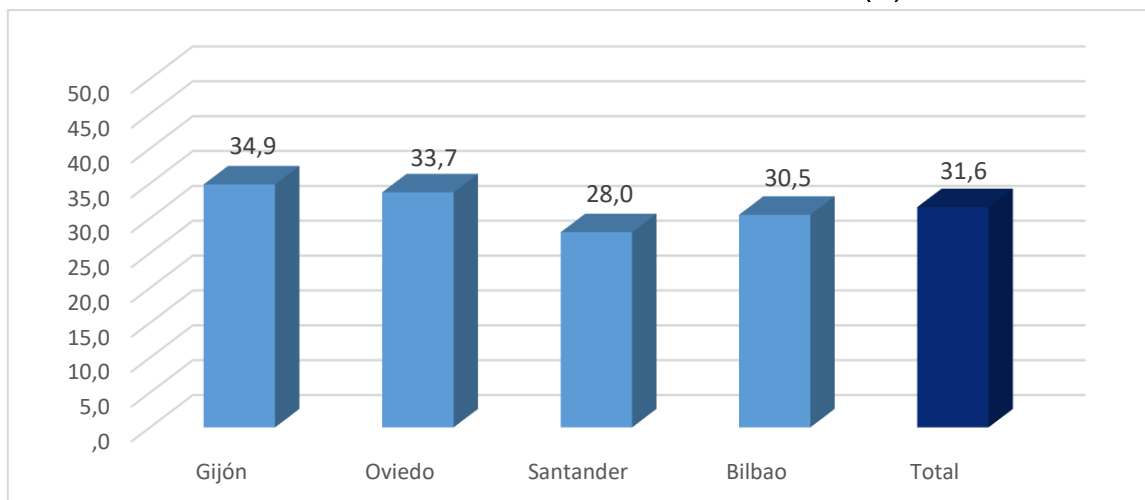
4. Identificación de la Región de Murcia

Las personas entrevistadas, residentes en varias ciudades del norte de España, han respondido a una serie de cuestiones destinadas a revelar **el nivel de conocimiento del destino turístico Región de Murcia y la identificación que realizan del mismo.**

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

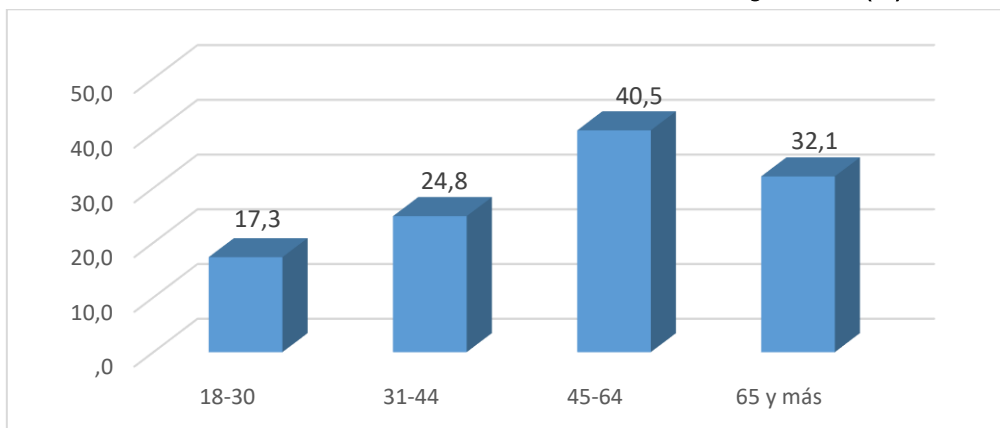
En primer lugar, respecto al nivel de conocimiento de la marca Costa Cálida, que comprende los aproximadamente 250 km. de costa mediterránea perteneciente a la Región de Murcia, debe señalarse que **tres de cada diez personas conocen o han oído hablar del destino turístico Costa Cálida.** Entre las cuatro ciudades, Gijón y Oviedo son las que muestran un nivel de conocimiento mayor, superior a la tercera parte. En cambio, en Santander, sólo el 28% de los entrevistados respondió afirmativamente conocer o haber oído hablar del destino, mientras que en Bilbao fue un 30,5%.

Gráfico 4.1. Conocimiento de la marca Costa Cálida (%).



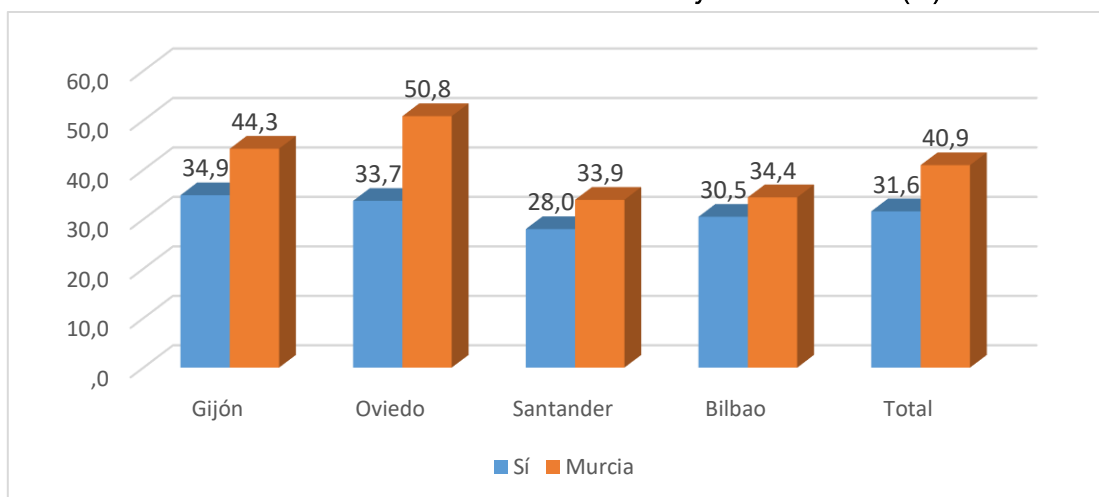
En relación a la edad, el desconocimiento del destino turístico es mucho más acentuado entre la población joven, apenas un 17% de los menores de 30 años conoce o ha oído hablar de la Costa Cálida. **Las personas maduras, de entre 45 y 64 años, son las que muestran un nivel de conocimiento del destino sensiblemente mayor, superior al 40%.**

Gráfico 4.2. Conocimiento de la marca Costa Cálida, según edad (%).



Por otra parte, existe una notable confusión entre las personas entrevistadas a la hora de situar geográficamente la Costa Cálida. Entre aquellos que afirman conocer o haber oído hablar de la Costa Cálida, seis de cada diez no aciertan al indicar la comunidad autónoma a la que pertenece, señalando otras regiones. **No obstante, los datos son significativamente mejores que los mostrados, en 2020, por la población de Madrid:** menos del 20% ubicaba correctamente la Costa Cálida. Entre las ciudades de este año, resulta de interés señalar que entre las ciudades en las que más se conoce el destino, Gijón y Oviedo, el porcentaje de acierto sobre la ubicación geográfica es mayor que en las otras dos ciudades. En Santander y en Bilbao, además de conocerse menos el destino Costa Cálida, entre quienes afirman conocerlo, apenas una tercera parte lo ubican correctamente. En consecuencia, se puede concluir que, entre la población entrevistada, **la marca Costa Cálida tiene un nivel bajo de identificación con la Región de Murcia**, dado que el total de personas que conocen la Costa Cálida y la ubican correctamente se sitúa en el 12,4%.

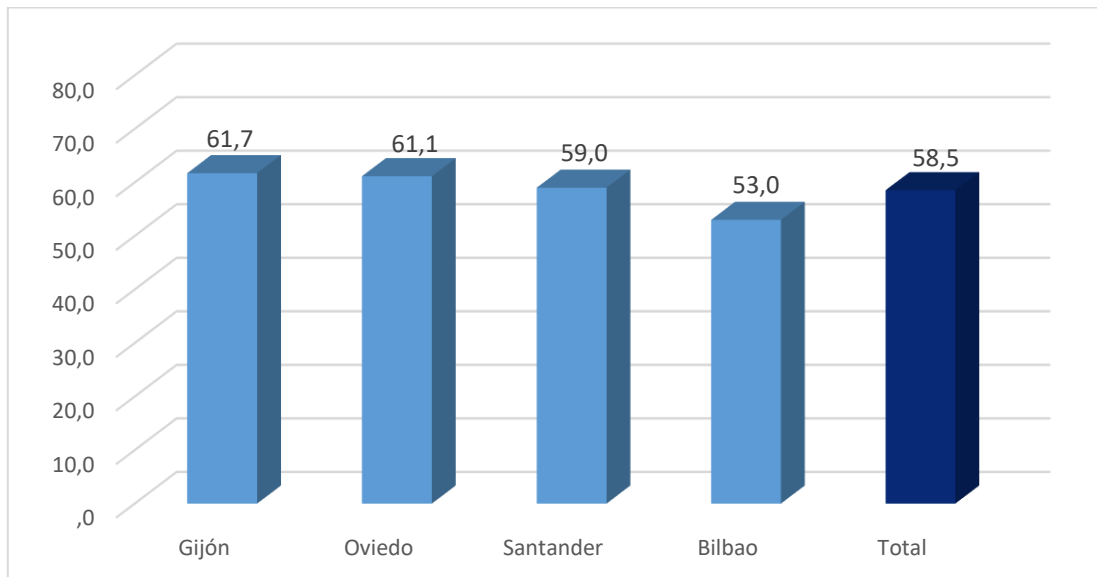
Gráfico 4.3. Conocimiento de la Costa Cálida y de su ubicación (%).



En cambio, cuando se pregunta acerca del Mar Menor al conjunto de los entrevistados, casi un 60% de ellos sabe contestar que la laguna se encuentra en la Región de Murcia. Al igual que sucedía con la población madrileña, **el Mar Menor vuelve a revelarse como un elemento nítido en la identificación del destino turístico Región de Murcia**, muy por encima de la marca Costa Cálida. Por ciudades, los habitantes

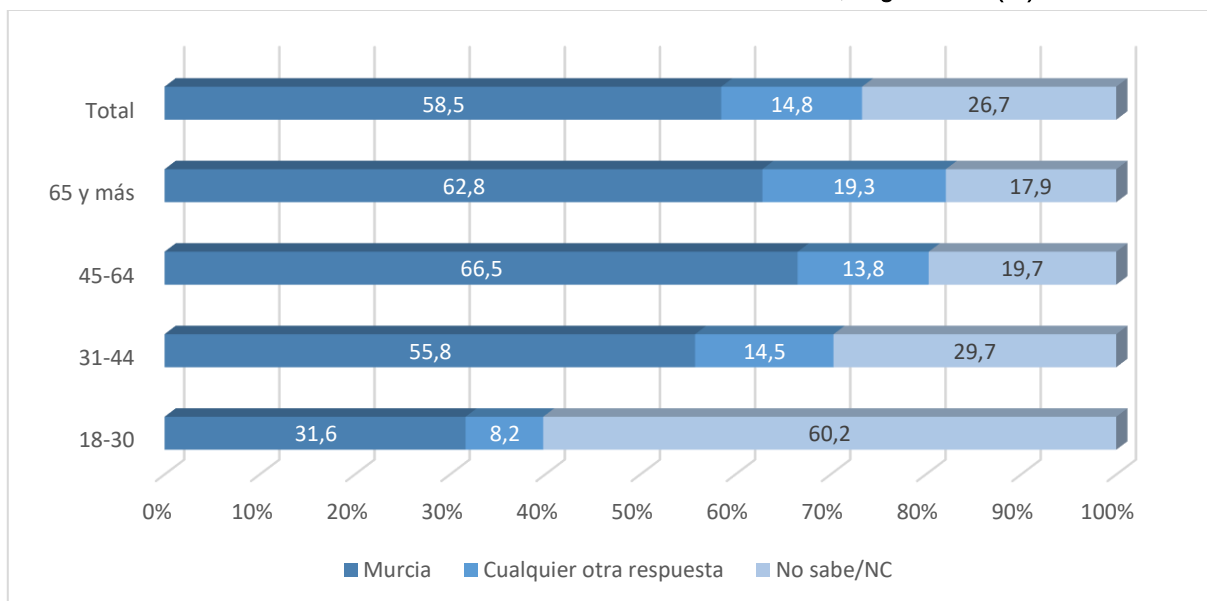
de Gijón, Oviedo y Santander son los que más fácilmente ubicaron el Mar Menor en la Región de Murcia, algo por encima de los de Bilbao. Por otra parte, el 80% de quienes ya han visitado la Región supieron ubicar correctamente el Mar Menor, frente a un 47% de éxito entre quienes no habían visitado la Región.

Gráfico 4.4. Conocimiento de la ubicación del Mar Menor (%).



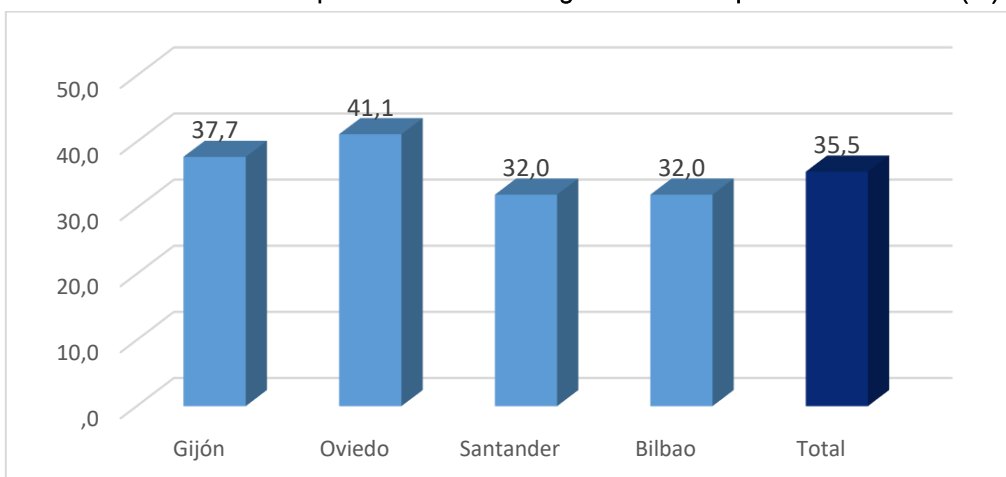
Analizando las respuestas a esa misma pregunta según franjas de edad, destaca que **los jóvenes son los que conocen, en menor medida, la ubicación del Mar Menor**, en poco más del 30% de los casos. En cambio, las personas de más de 45 años presentan niveles de conocimiento superiores al 62%. En resumen, son muy pocos los jóvenes que conocen y ubican el Mar Menor correctamente, entre la población de las ciudades del norte de España estudiadas.

Gráfico 4.5. Conocimiento de la ubicación del Mar Menor, según edad (%).



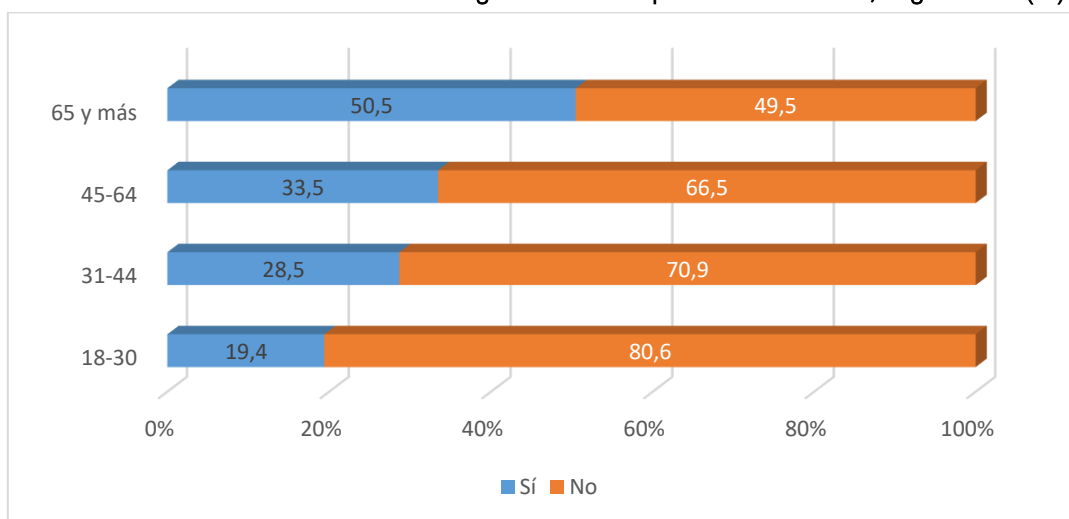
En cuanto a las visitas turísticas recibidas, la **Región es un destino turístico moderadamente conocido en el norte de España**, como demuestra el hecho de que solo el 35,5% de los residentes en las cuatro ciudades de la muestra han visitado alguna vez la Región de Murcia para hacer turismo. Comparando las cuatro ciudades, **en Oviedo hay más personas que han realizado turismo en la Región de Murcia alguna vez en su vida**, más del 40%, seguido de Gijón, con casi el 38%. En cambio, la proporción de turistas baja en Santander y Bilbao, al 32%.

Gráfico 4.6. Personas de que han visitado la Región de Murcia para hacer turismo (%).



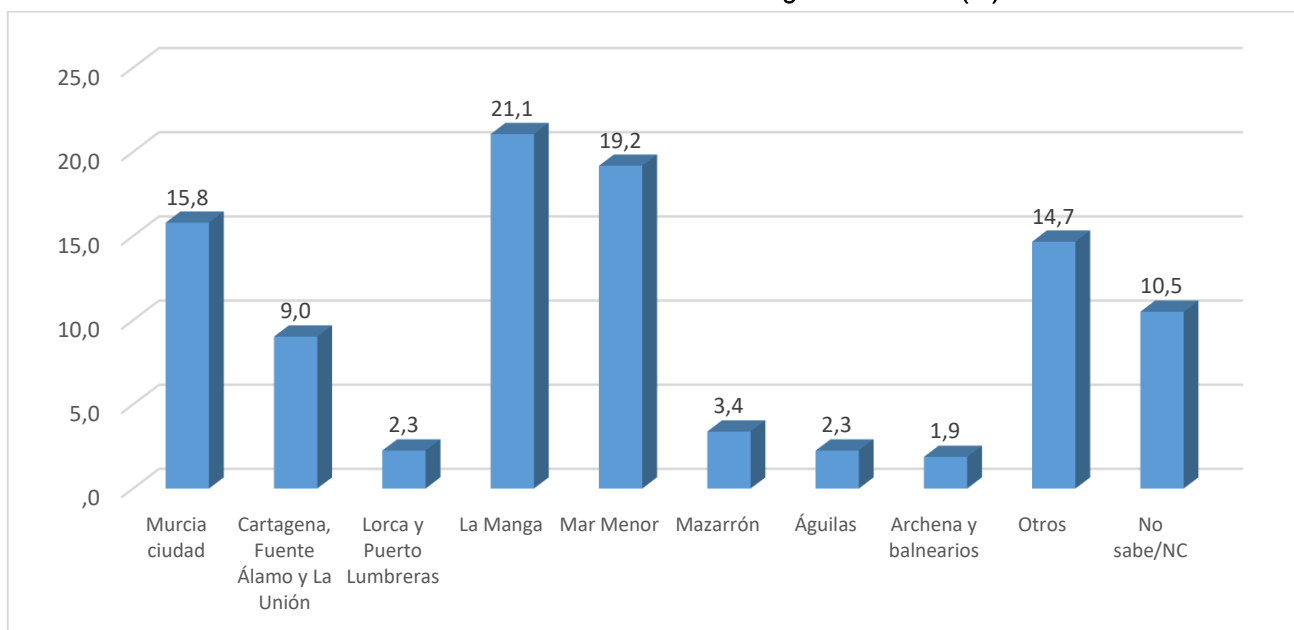
Atendiendo a la distribución por edad, podemos ver que **la mitad de las personas mayores de 65 años ha hecho turismo en la Región de Murcia alguna vez en su vida**. En cambio, ocho de cada diez jóvenes de las zonas estudiadas, de 18 a 30 años, todavía no han hecho turismo en la Región de Murcia. Existe, como se puede observar en el gráfico 4.7, una evidente relación entre la edad y la visita turística a la Región de Murcia. Esto indica que gran parte de las personas han visitado la Región en una edad avanzada pero también podría alertar de una pérdida paulatina de turistas con el paso de los años.

Gráfico 4.7. Personas han visitado la Región de Murcia para hacer turismo, según edad (%).



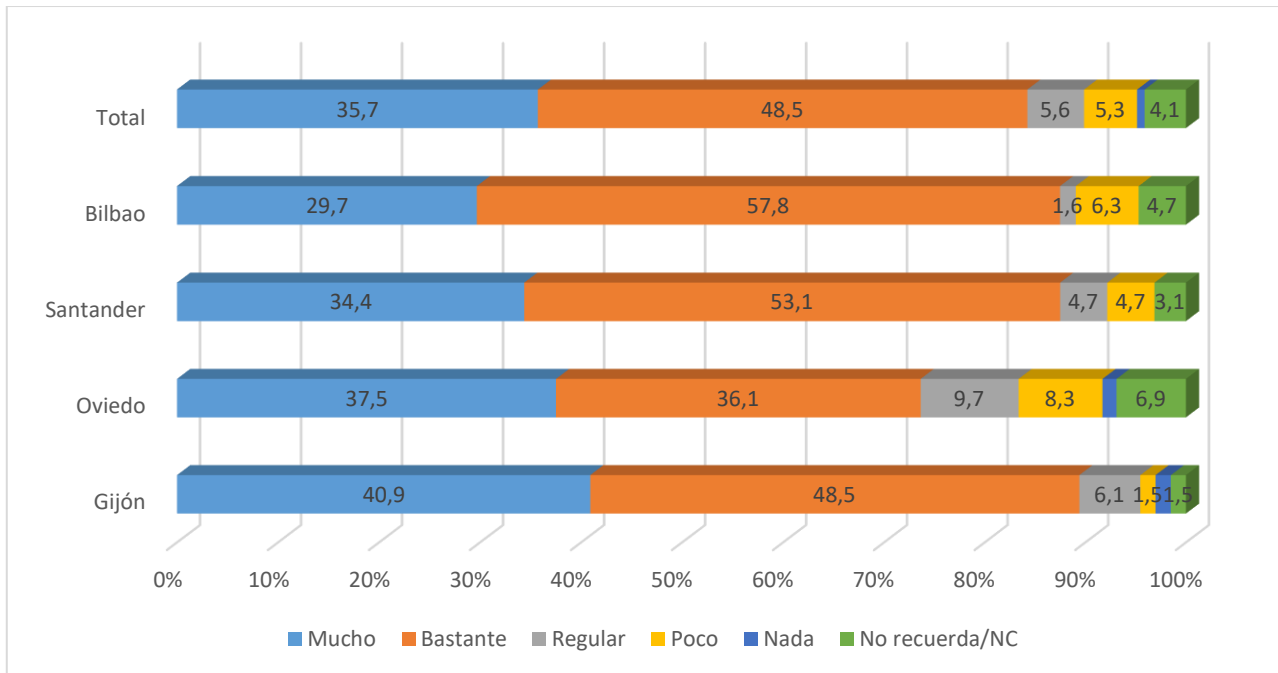
En cuanto a los destinos más populares de la Región de Murcia, **entre aquellos que la visitaron, la mayor parte se alojó en La Manga y en el Mar Menor**. Les siguen las dos principales ciudades, Murcia y Cartagena, y, en menor medida, los municipios costeros más al Sur, Águilas y Mazarrón, así como Lorca y Puerto Lumbreras y, finalmente, Archena. Los datos reflejan, por tanto, **un predominio de las visitas turísticas a la costa y a las dos principales ciudades de la Región, entre los residentes del norte de España**. Se muestra un comportamiento muy similar al de los turistas madrileños, estudiados en 2020, en este sentido.

Gráfico 4.8. Zonas más visitadas de la Región de Murcia (%).



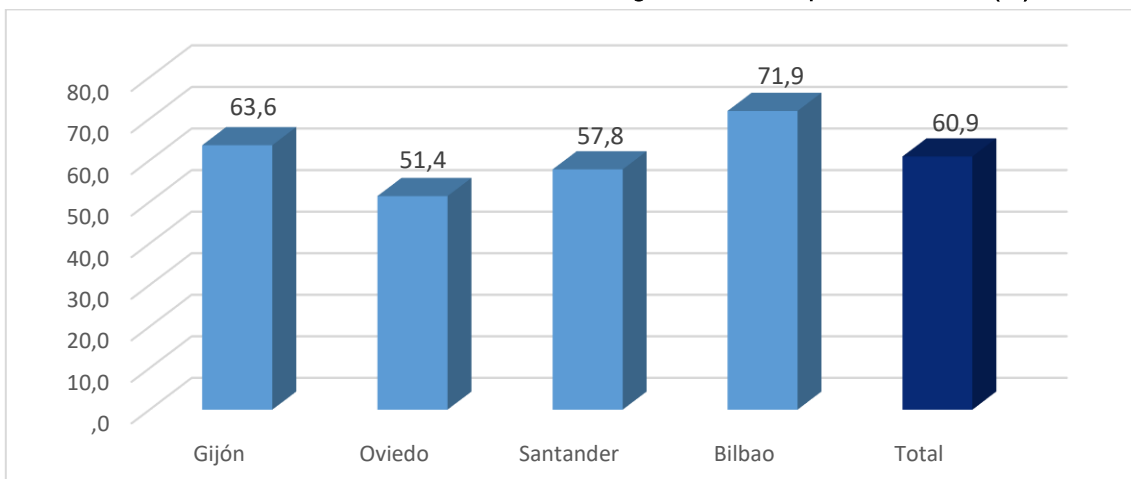
Respecto al nivel de satisfacción de los turistas, **la Región de Murcia es un destino turístico que no decepciona a los visitantes del norte de España**, demostrando altos niveles de satisfacción. Más de un tercio de quienes la visitaron quedaron muy satisfechos y otro 48,5% se han mostrado bastante satisfechos con su visita. La proporción de turistas poco o nada satisfechos con su visita a la Región apenas supera el 6% del total. Por ciudades, los visitantes de Gijón son los que muestran un mayor nivel de satisfacción, cercano al 90%, con un 41% de respuestas de alta satisfacción. También son muy satisfactorias las respuestas de los entrevistados de Santander y de Bilbao, por encima del 85%. En cambio, el nivel de satisfacción baja entre los turistas de Oviedo, quedando casi un 10% de ellos poco o nada satisfechos y otro 10% satisfecho sólo parcialmente.

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



El nivel de satisfacción de los turistas del norte de España también se ve reflejado en un relativamente elevado grado de recomendación del destino: **seis de cada diez recomendaron a sus conocidos que hicieran turismo en la Región de Murcia**. Se confirma que son los propios visitantes de la Región de Murcia una de las principales fuentes de promoción del destino turístico, tal y como sucedía con los visitantes madrileños, a los que se les preguntó en 2020. En la muestra de este año, los turistas procedentes de Bilbao fueron los que recomendaron en mayor medida el destino Región de Murcia, hasta en un 72% de los casos, mientras que los procedentes de Oviedo fueron los menos propicios a hacerlo; poco más de la mitad lo hicieron.

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

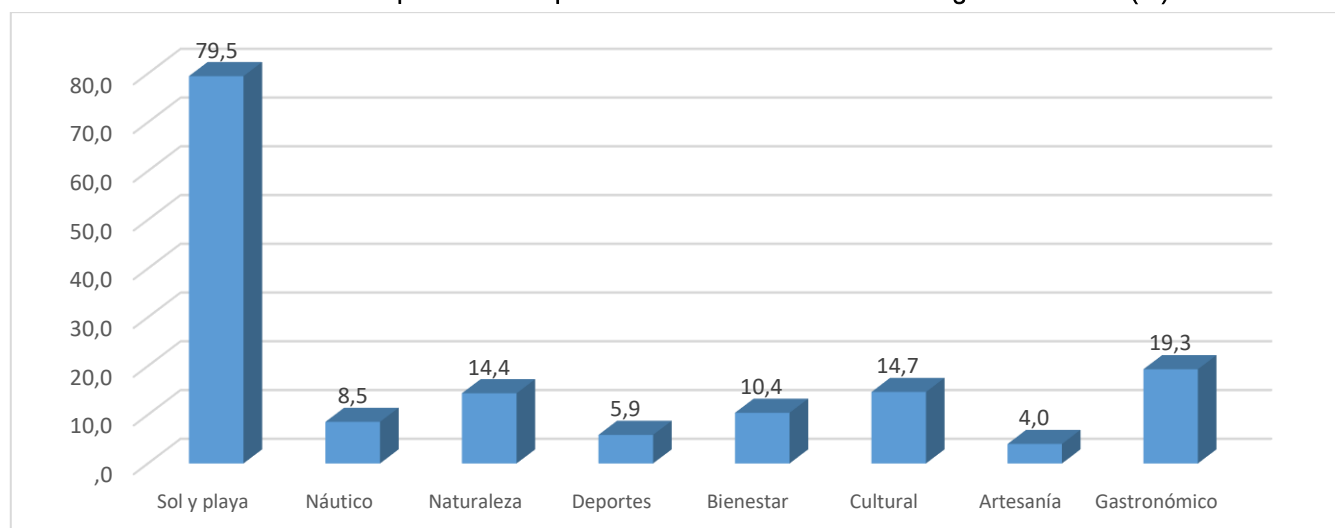


5. Posicionamiento de la Región de Murcia

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

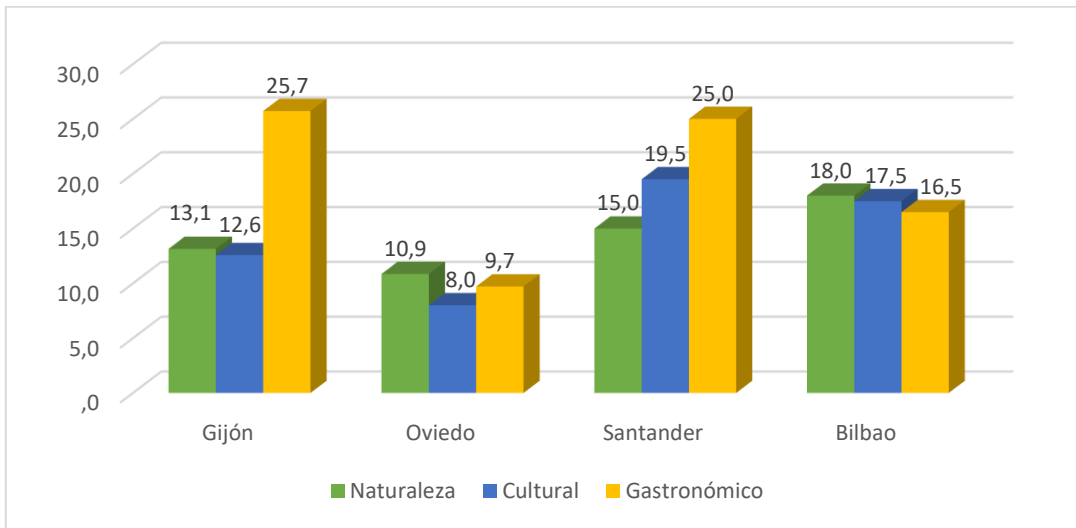
Los encuestados relacionan, claramente, el destino Región de Murcia, con el **turismo de sol y playa** (79,5% de respuestas), muy por encima del resto de opciones turísticas. En segundo lugar, casi un 20% considera que es un destino propicio para realizar **turismo gastronómico**. Las otras dos opciones que destacan sobre el resto son el **turismo cultural** y el **turismo rural y en la naturaleza**, con niveles de respuesta cercanos al 15%. En menor medida, el turismo de salud, bienestar y balnearios, el náutico y el de actividades físicas y deportivas y el relacionado con la artesanía. Por debajo de un 4% de respuestas se encuentran el turismo religioso, el relacionado con el golf o el de negocios y congresos. La etiqueta de sol y playa está altamente consolidada entre los turistas del norte de España y, en consecuencia, existe un gran potencial para promocionar otras características del destino, sin perjudicar al turismo de costa. Además, la mayor parte de estos tipos de turismo resultan altamente combinables, por ejemplo: sol y playa junto a náutico, deportes y gastronómico; o naturaleza junto a deportes, cultural, artesanía y bienestar.

Gráfico 5.1. Percepción de los tipos de turismo realizables en la Región de Murcia (%)



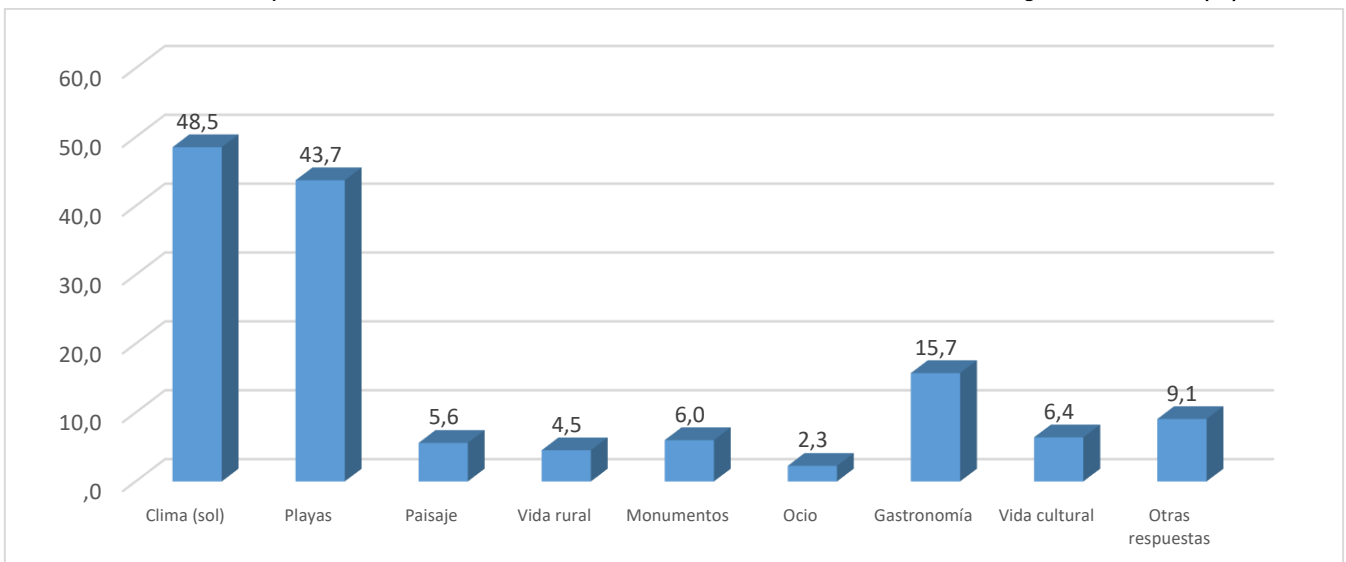
Conviene señalar algunas diferencias significativas que se han producido en la identificación de la Región de Murcia como destino turístico de diferentes modalidades, entre la población de las cuatro ciudades respecto a algunos ítems. En concreto, los residentes en Oviedo perciben en menor medida las posibilidades del turismo de naturaleza, del cultural y, especialmente, del gastronómico, que el resto. Por el contrario, **los residentes en Gijón y en Santander son los que muestran mayores apoyos al turismo gastronómico en la Región de Murcia**. Por otra parte, los residentes en Santander y en Bilbao, son los que muestran mayor interés por el turismo cultural cuando piensan en la Región de Murcia.

Gráfico 5.1.bis. Percepción de los tipos de turismo realizables en la Región de Murcia, diferencias entre ciudades de procedencia de los turistas (%).



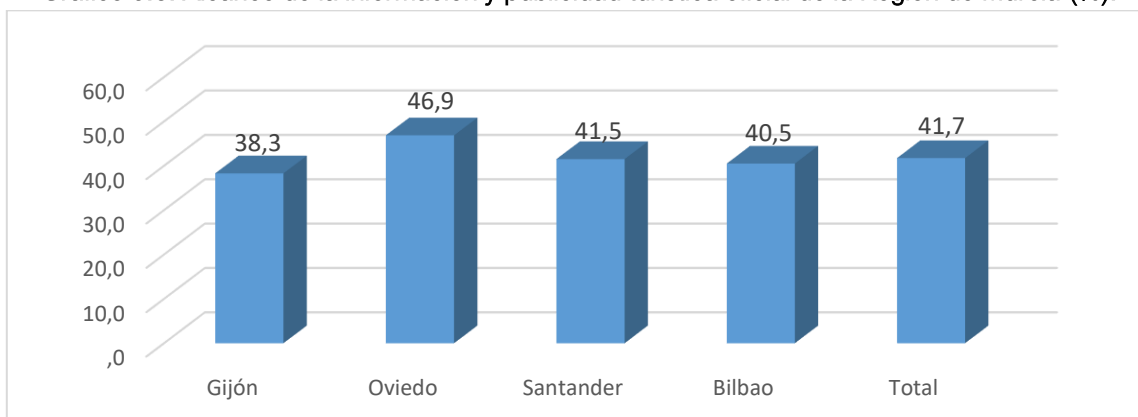
En relación con la pregunta anterior, las personas entrevistadas, tanto por su experiencia personal como por el conocimiento que tienen al respecto, opinan que el aspecto más relevante de la oferta turística de la Región de Murcia es su **clima, principalmente soleado**. También señalan, de forma espontánea, las **playas** y, en tercer lugar, la **gastronomía**. Asimismo, la **vida cultural**, los **monumentos**, el **paisaje** y la **vida rural** forman parte significativa de la identidad del destino turístico Región de Murcia, según los turistas del norte de España. Otros aspectos como el ocio o el precio de las cosas no son apenas considerados puntos fuertes.

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



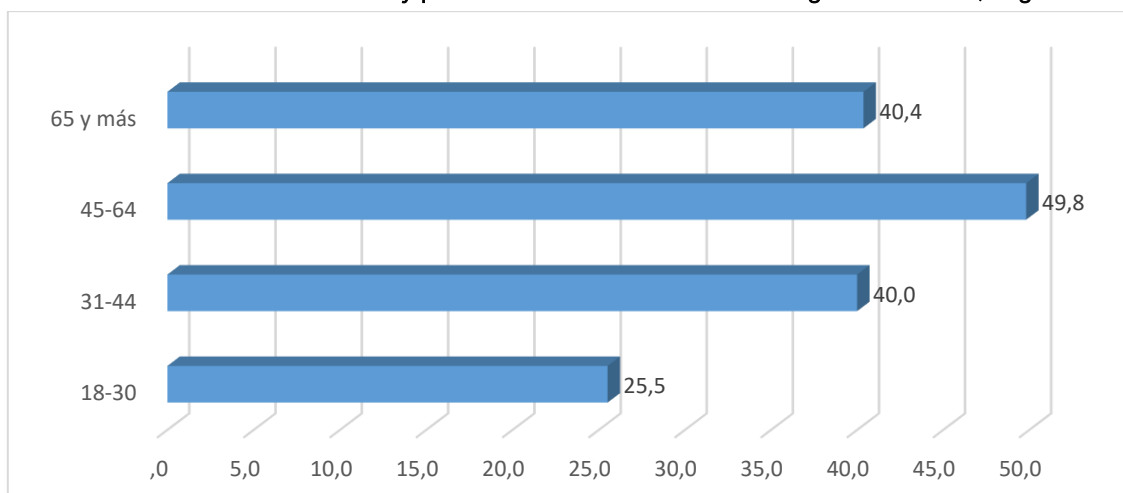
Un aspecto muy importante para el turismo regional es que las campañas informativas y publicitarias oficiales del destino turístico Región de Murcia tengan un amplio alcance entre la población, tanto interior como exterior. En este sentido, **cuatro de cada diez entrevistados recuerdan haber recibido, por algún medio, información o publicidad turística de la Región de Murcia.** En comparación, Oviedo es la ciudad que muestra una tasa de respuesta más alta (47%) y Gijón la más baja (38%), mientras que Santander y Bilbao muestran valores similares a la media total, alrededor del 41%.

Gráfico 5.3. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia (%).



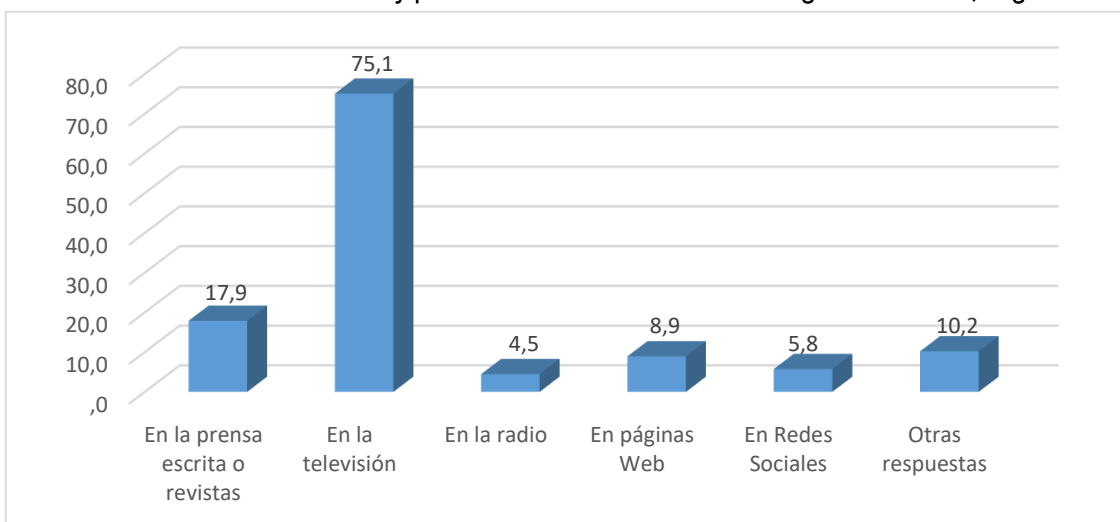
Si atendemos a la distribución por edad, resulta reseñable que solo el 25,5% de los entrevistados más jóvenes recuerdan haber visto u oído información o publicidad del turismo de la Región de Murcia, encontrándose en un nivel bastante inferior al del resto de tramos de edad. Por lo tanto, además del público en general, **un *target* de interés para las campañas publicitarias del destino Región de Murcia serían los jóvenes de otras regiones**, concretamente los del norte, que en su gran mayoría desconocen las características del turismo en la Región de Murcia, en cuanto a la información y publicidad oficial se refiere.

Gráfico 5.4. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, según edad (%).



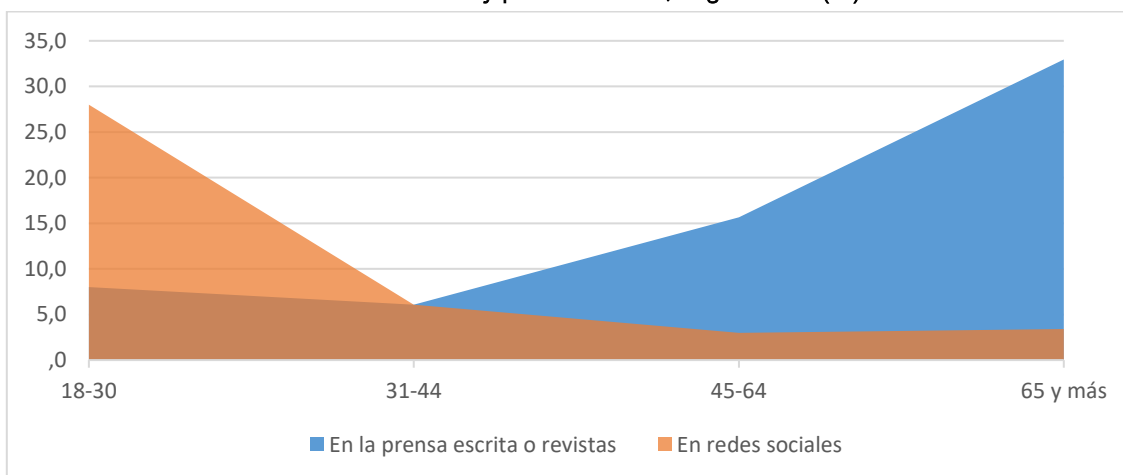
Entre quienes sí que recuerdan haber recibido información o publicidad del turismo en la Región de Murcia, la tres cuartas partes de ellos recuerdan haberlo hecho por **televisión**. Otro 18% recuerda haberla visto en **prensa escrita o revistas**, siendo menor la cantidad de personas que la han visto mediante **páginas web** (9%). El impacto de las **redes sociales** y de la **radio** ha sido bajo entre esta población, inferiores al 6%. Por otro lado, un 10% recuerda haber visto la publicidad y la información turística de la Región de Murcia por otros canales (vallas publicitarias, folletos, *merchandising*, etc.).

Gráfico 5.5. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia, según medio (%).



A la hora de elaborar los diferentes mensajes informativos y publicitarios, debe tenerse en cuenta la brecha generacional que afecta al medio que las personas utilizan para informarse o entretenerse. Tal y como muestra el gráfico 5,6, hay una relación directa muy marcada entre la edad y el recurso a la prensa escrita, por un lado, y a las redes sociales, por otro. **Los jóvenes apenas usan la prensa escrita, pero reciben mucha información a través de las redes sociales**, mientras que los mayores de 65 apenas usan las redes sociales, pero sí que recurren a la prensa escrita para informarse. Entre las personas de mediana edad, se recurre más a la prensa escrita, por lo que esta tiene un mayor alcance global entre los potenciales turistas, para la población analizada.

Gráfico 5.6. Alcance de la información y publicidad turística oficial de la Región de Murcia en redes sociales y prensa escrita, según edad (%).

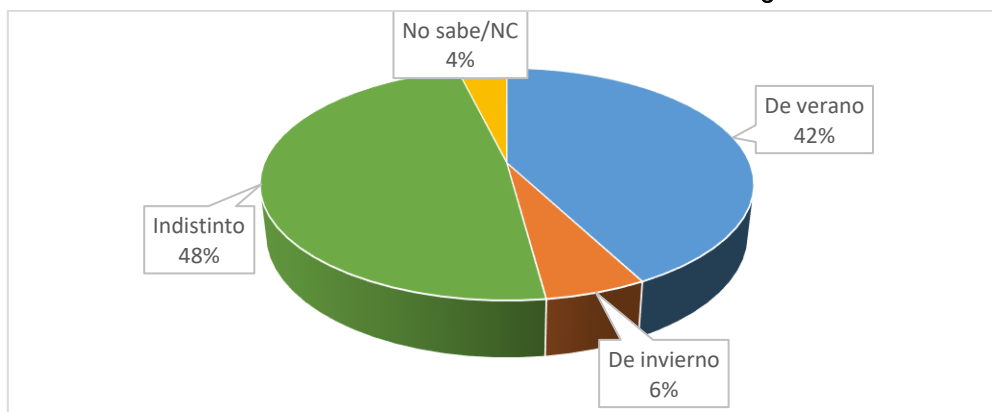


Al ser preguntados sobre la época del año adecuada para visitar la Región, **casi la mitad de los entrevistados considera que la Región de Murcia es un destino turístico que merece la pena visitarse durante todo el año**. No obstante, **otro 42% considera que es principalmente un destino de verano**. Solo un 6% la identifica como un destino de invierno. Los resultados coinciden casi por completo con los de la población madrileña, entrevistada el año 2020.

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

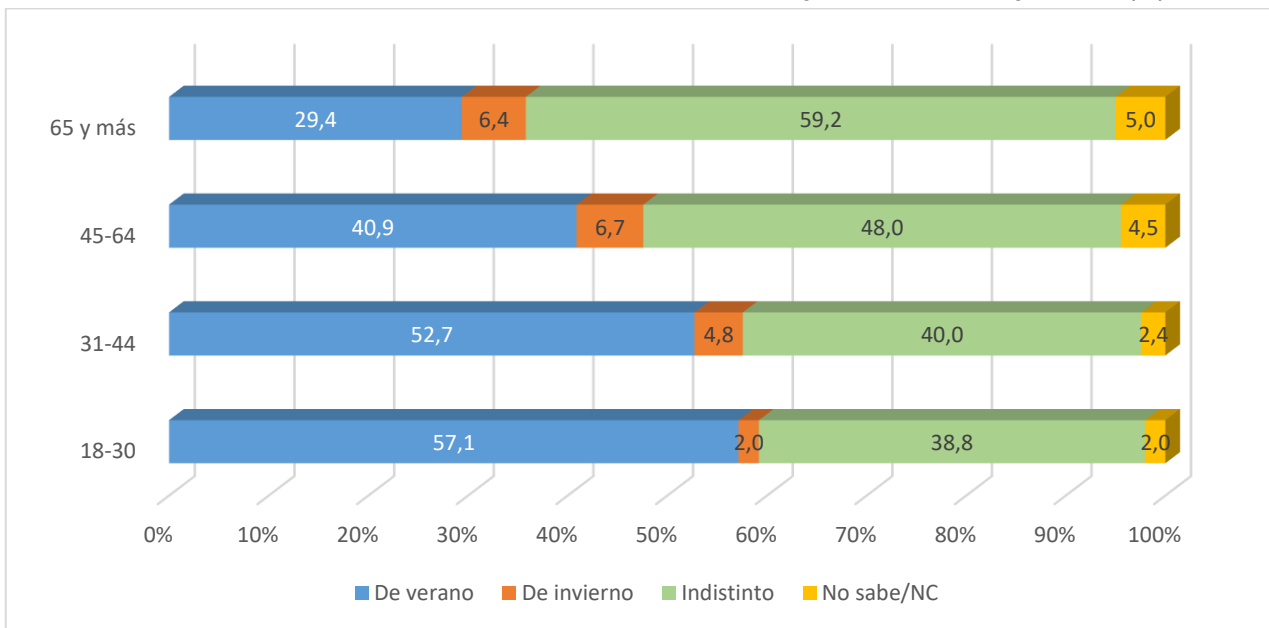
La percepción del destino Región de Murcia varía según la edad de los encuestados. **Más de la mitad de las personas entre 18 y 44 años considera la Región de Murcia como un destino únicamente de verano**. En cambio, esa opinión solo se da en tres de cada diez mayores de 65 años, entre los cuales un 6,4% ve a la Región como un destino más adecuado para pasar el invierno. Los mayores de 65 años también son los que más perciben a la Región como un lugar para visitar durante todo el año.

Gráfico 5.7. Periodo del año asociado al destino turístico Región de Murcia.



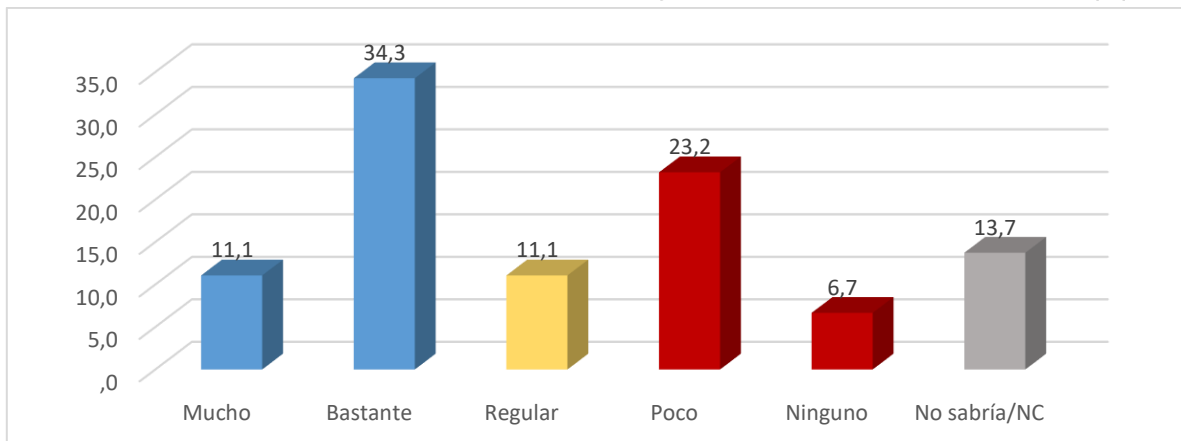
Por tanto, al igual que sucedía con los entrevistados de Madrid, para ampliar la percepción de la Región de Murcia como un destino de turismo atractivo para todas las temporadas es importante que la población entre 18 y 44 años cambie su opinión al respecto, y deje de verlo como un destino solo de verano.

Gráfico 5.8. Periodo del año asociado al destino turístico Región de Murcia, según edad (%)



Para finalizar este apartado, destacamos que un 45% de los entrevistados piensa que sus familiares y conocidos considera a la Región de Murcia como un destino muy o bastante interesante. Sin embargo, hay otro 30% que muestra poco o ningún interés por hacer turismo en la Región. Un mayor conocimiento del destino, de sus principales puntos turísticos y de la marca Costa Cálida, sin duda ayudarían a despertar un mayor interés.

Gráfico 5.9. Percepción de interés por el destino Región de Murcia en el entorno cercano (%).



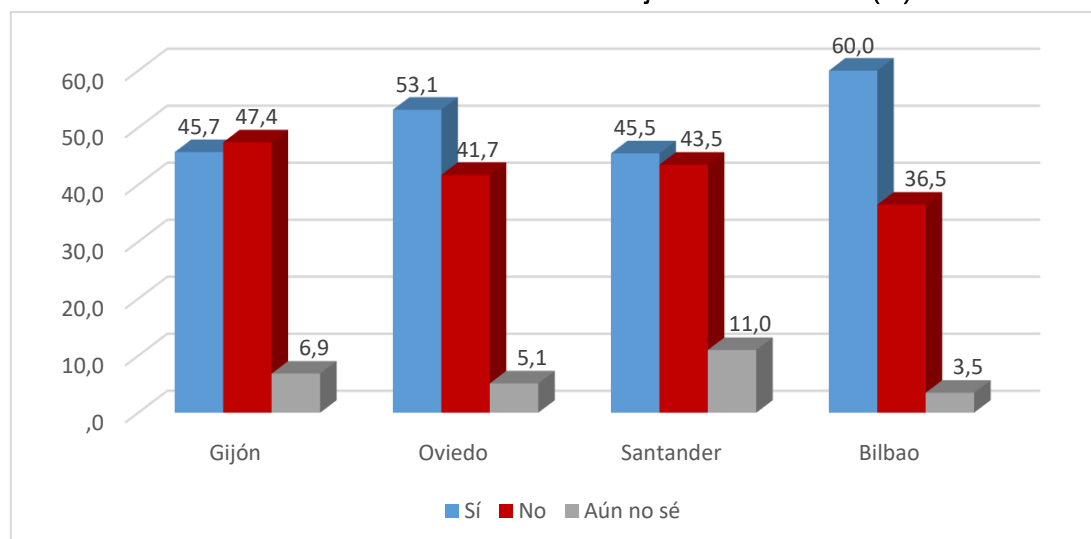
6. Comportamiento turístico de los potenciales turistas, en el marco de la Covid-19, en relación al destino Región de Murcia

Finalmente, en este apartado se toma el pulso al comportamiento previsible de los residentes en las cuatro ciudades estudiadas en la actual campaña turística de 2021, especialmente afectada por el impacto de la crisis sanitaria, la desaceleración económica y las restricciones de movilidad provocadas por la Covid-19 y la aparición de nuevas variantes del virus. Se analizan las respuestas ofrecidas por los encuestados sobre los temas relativos a la intención de realizar un viaje turístico en lo que resta de 2021, el destino preferente para viajar este verano, la percepción de seguridad del destino Región de Murcia frente al coronavirus, los destinos turísticos preferentes en la Región de Murcia, la duración estimada de las vacaciones, la preferencia de alojamiento turístico, el medio de transporte favorito para viajar hasta la Región de Murcia y, finalmente, el nivel de conocimiento de las conexiones aéreas de sus provincias con la Región.

En primer lugar, ante la pregunta en la que se plantea a las personas encuestadas si tienen pensado realizar algún viaje turístico en el 2021, **el 51% responde que sí piensa viajar este año**, mientras que otro 7% todavía no lo sabe. La parte restante (42%) descarta realizar viaje alguno en lo que resta de año. Los datos de la encuesta también han mostrado una ligera mayor disposición a viajar entre los hombres (54,4%) que entre las mujeres (48,5%). Los perfiles más dispuestos a viajar son: **estudiantes (75%), empresarios (68%) y funcionarios (65%)**.

Por ciudades, los residentes en **Bilbao** son los que muestran mayor intención de realizar turismo este año, el 60% de ellos, por delante de los residentes en Oviedo, Gijón y Santander, respectivamente. No obstante, en Santander se ha detectado un porcentaje de indecisos muy superior al resto, del 11%.

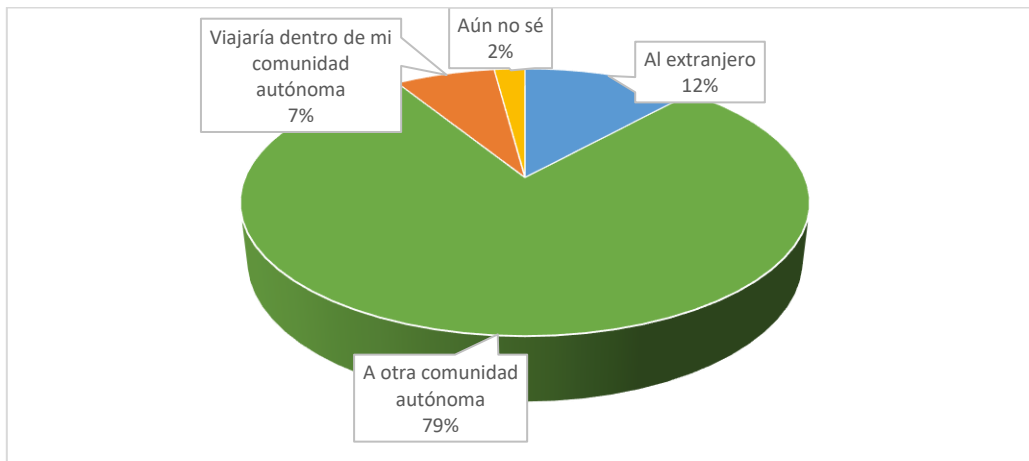
Gráfico 6.1. Intención de realizar un viaje turístico en 2021 (%).



A los entrevistados que respondieron que viajarían este año, también se les preguntó sobre dónde lo harían preferentemente. Con un elevado resultado, **el 79% de los potenciales turistas viajarían a otra comunidad autónoma distinta** a la que residen. Apenas el 12% lo haría al extranjero y sólo un 7% viajaría dentro de su comunidad autónoma. Únicamente un 2% de los entrevistados aún no habrá decidido a qué tipo de destino

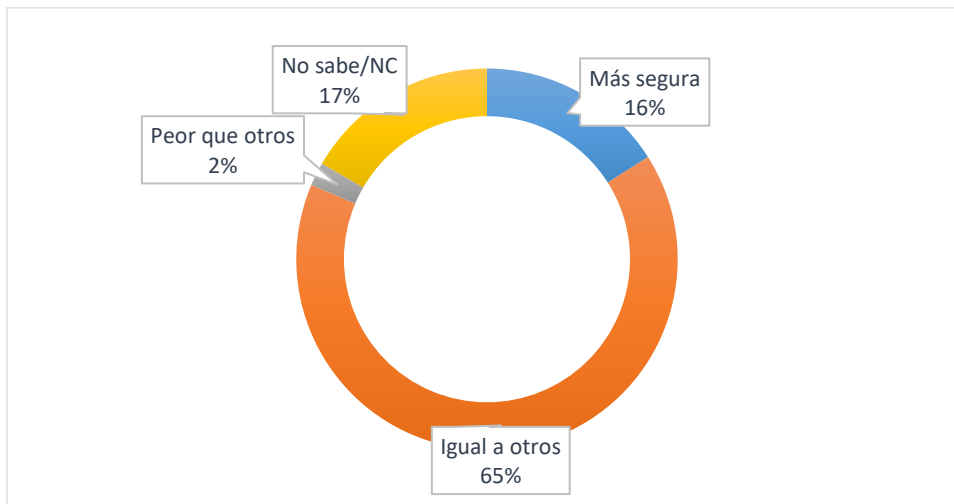
acudir. Estos datos demuestran una buena oportunidad para atraer turistas del norte de España, dado que casi todos ellos prefieren hacer turismo en otras regiones del territorio nacional. No se encuentran grandes diferencias entre las cuatro ciudades en este aspecto.

Gráfico 6.3. Destinos turísticos preferentes, en 2021.



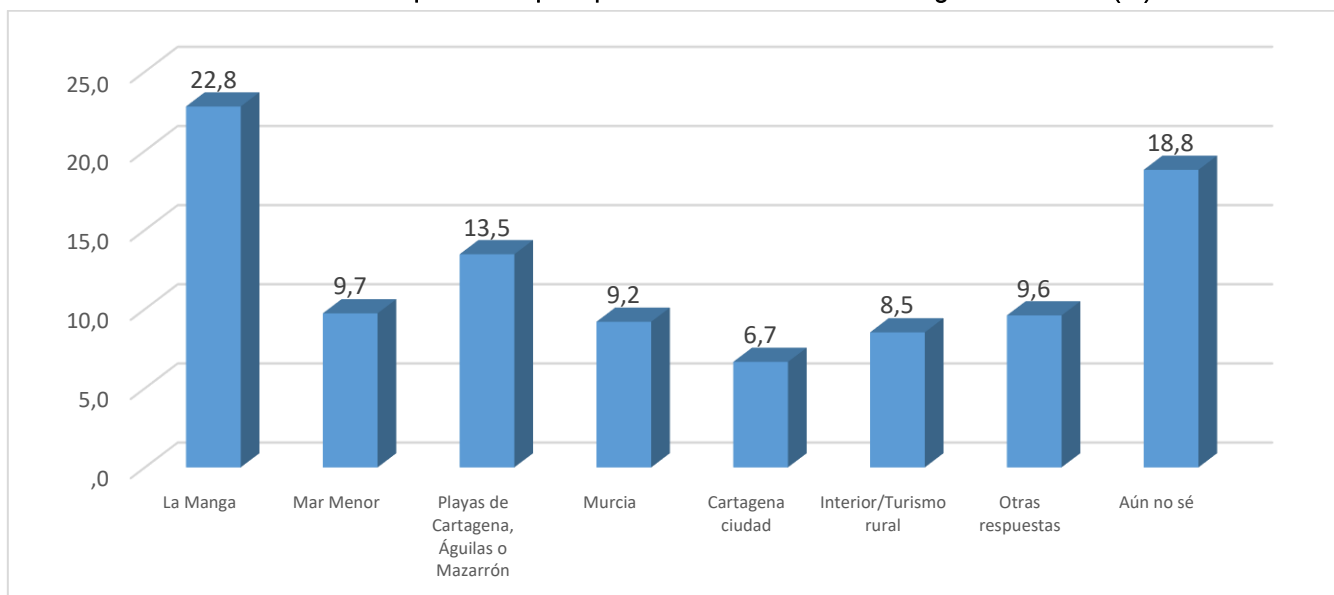
Para valorar percepción de seguridad sanitaria en la Región de Murcia como destino turístico, se introdujo una pregunta en la que las personas entrevistadas debían valorar si la Región es más, igual o menos segura frente al contagio por coronavirus en comparación con otros destinos nacionales. Los resultados señalan que casi las dos terceras partes de las personas encuestadas piensan que la Región es igual de segura que otros destinos turísticos nacionales para hacer turismo, mientras que un 16% cree que es más seguro realizar turismo en la Región de Murcia. Solo un 2% expresa una opinión desfavorable, mientras que otro 17% no sabe pronunciarse o decide no hacerlo. Por lo tanto, **la percepción mayoritariamente extendida entre los entrevistados es que la Región de Murcia es un destino tanto o más seguro frente al coronavirus que el resto de destinos nacionales.**

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



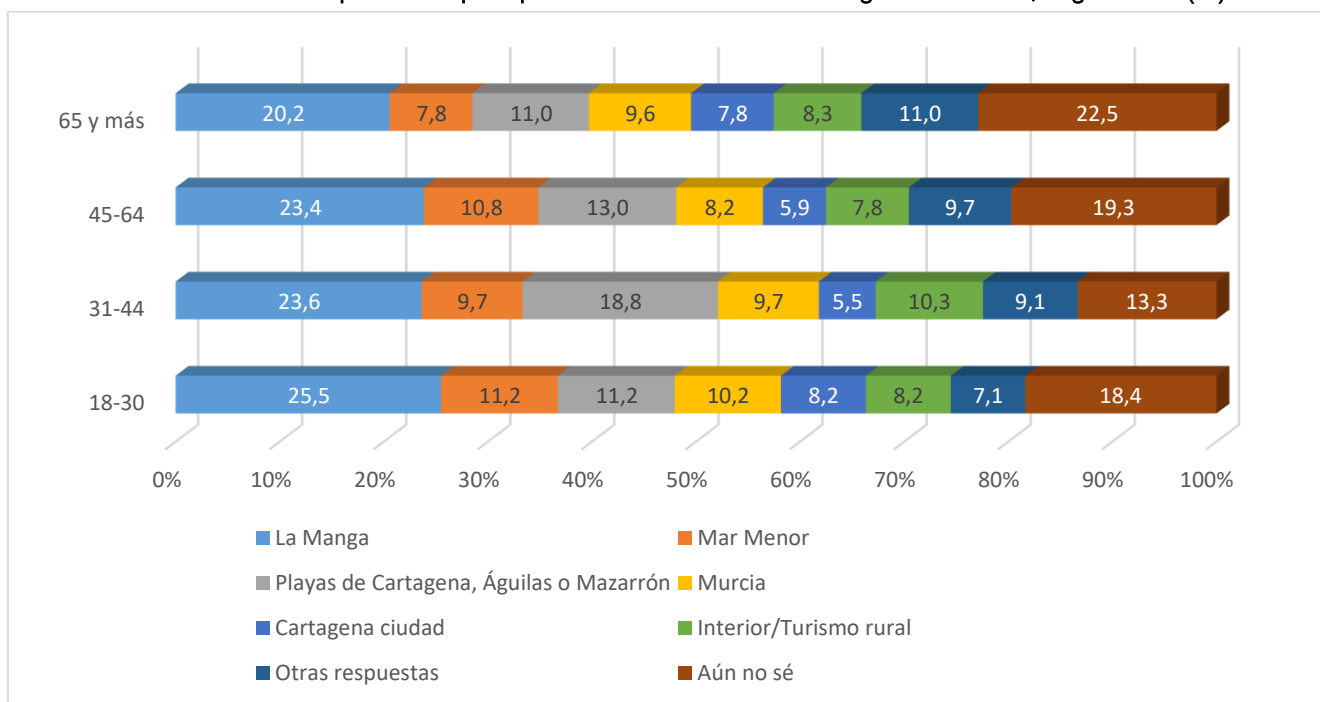
Son diversos los lugares en los que se puede realizar turismo en la Región de Murcia, en ese sentido, se les ofreció a los encuestados que mencionaran los lugares que visitarían si decidieran viajar a la Región. El **46% de los entrevistados que decidiese viajar a la Región lo haría a la costa, siendo La Manga la playa preferida por los potenciales turistas**: el 19,1% la visitarían si hiciera turismo en la Región de Murcia. En segundo lugar se encuentran las playas de Cartagena, Águilas o Mazarrón con el 13,5% de intencionalidad. En tercer y cuarto lugar, se sitúan las playas del Mar Menor, con el 9,7%, y la ciudad de Murcia, con el 9,2% de respuestas. Además, un 8,5% de los turistas se decidirían por el turismo rural y/o de interior, y otro 6,7% por la ciudad de Cartagena. Otro 9,6% señaló otras opciones diversas, pero debe resaltarse, especialmente, que cerca de un 20% no sabría a dónde iría. No se aprecian grandes diferencias entre los habitantes de las cuatro ciudades, salvo que los residentes en Santander apostarían, en menor medida, por los destinos de playa de la Región de Murcia, y lo harían más por los de interior.

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



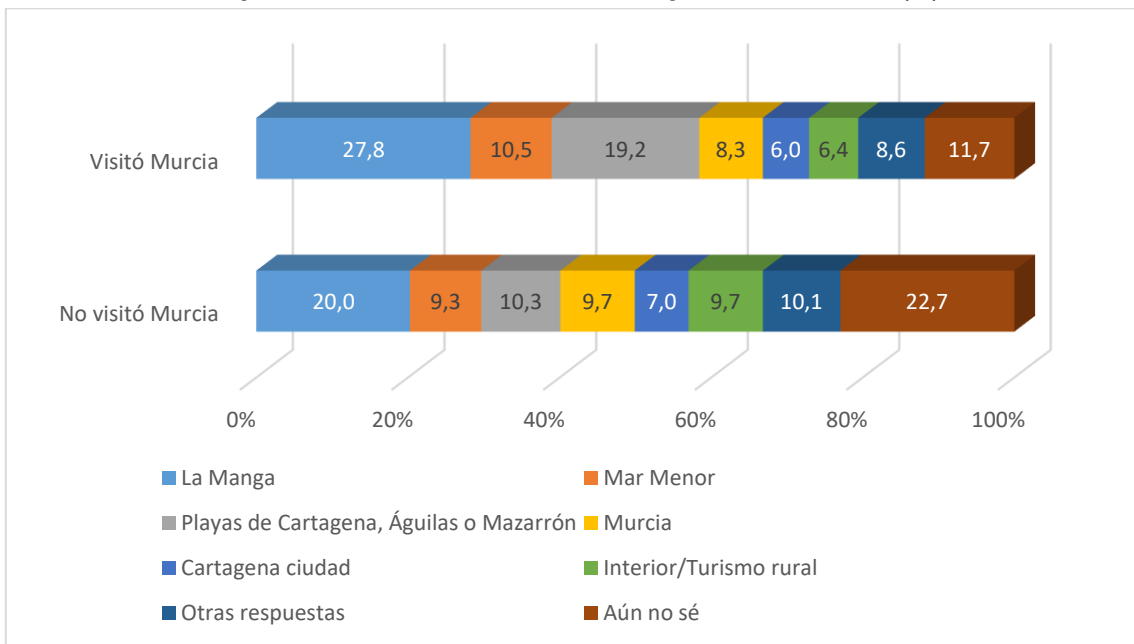
Respecto a la misma cuestión, los tramos de edad no se muestran determinantes sobre la elección del destino favorito, más allá de ligeros matices. La mayor diferencia la encontramos en el tramo de 31 a 44 años, quienes prefieren, en mayor medida que el resto, las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón y, además, son los que muestran un menor porcentaje de indecisión. Por su parte, los mayores de 65 años son los que más dudas muestran para elegir un posible destino en la Región, y tienden a elegir destinos de playa en menor proporción que el resto de grupos de edad.

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



En cuanto a los encuestados que ya han visitado la Región de Murcia, estos tienen más claro qué lugares visitarían si volvieran a la Región. En ese sentido, el 28% de las personas que ya ha visitado la Región visitaría La Manga, aunque el porcentaje también es alto entre quienes no lo han hecho (20%). Mientras que el interés por visitar el Mar Menor se mantiene similar entre quienes han visitado ya la Región y quienes no. En cambio, el interés por visitar las playas de Cartagena, Águilas y Mazarrón es casi el doble entre quienes sí que han estado en la Región previamente. Entre quienes no, hay más de un 22% que no sabría dónde acudir. También, resulta ser algo inferior el interés por realizar turismo de interior o rural entre quienes ya han realizado turismo en la Región, mientras que el interés por ir a las ciudades de Murcia o Cartagena se muestra similar, para ambos casos.

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

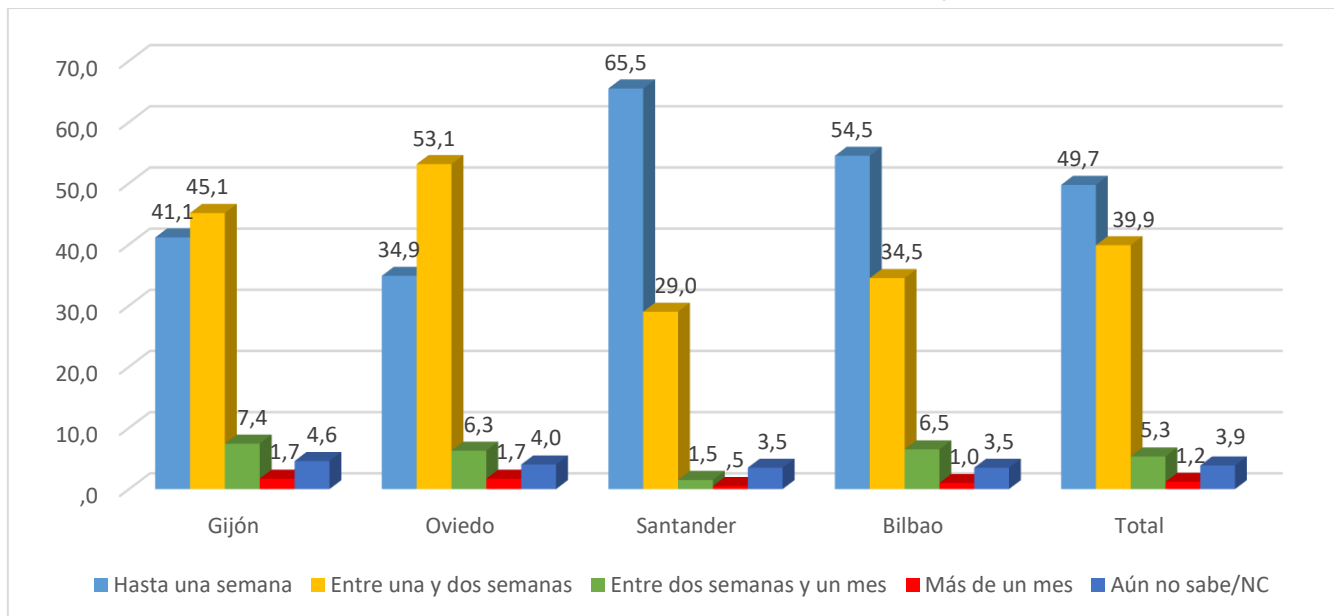


También es preciso tener en cuenta la duración de las estancias de aquellos turistas que pasarían vacaciones en la Región. **La mitad de los entrevistados concibe sus vacaciones en la Región de Murcia como una estancia de corta duración, de hasta una semana.** Además, otro 40% de los potenciales turistas del norte de España se quedaría en la Región entre una y dos semanas. Solo un 5,3% de los visitantes se quedarían entre dos semanas y un mes, y apenas el 1,2% lo haría durante más de un mes.

Resulta interesante señalar que se observa un repunte en alargar su estancia entre una y dos semanas en los turistas que han visitado Murcia (44,4%) frente a los que no la han visitado hasta el momento (37,4%), incluso entre dos semanas y un mes: un 7,5% frente a un 4,1%, respectivamente. Sin duda, esto indica - como sucedía, en 2020, con los turistas madrileños- que **la experiencia de visitar la Región anima a los turistas a prolongar más sus estancias en visitas futuras.**

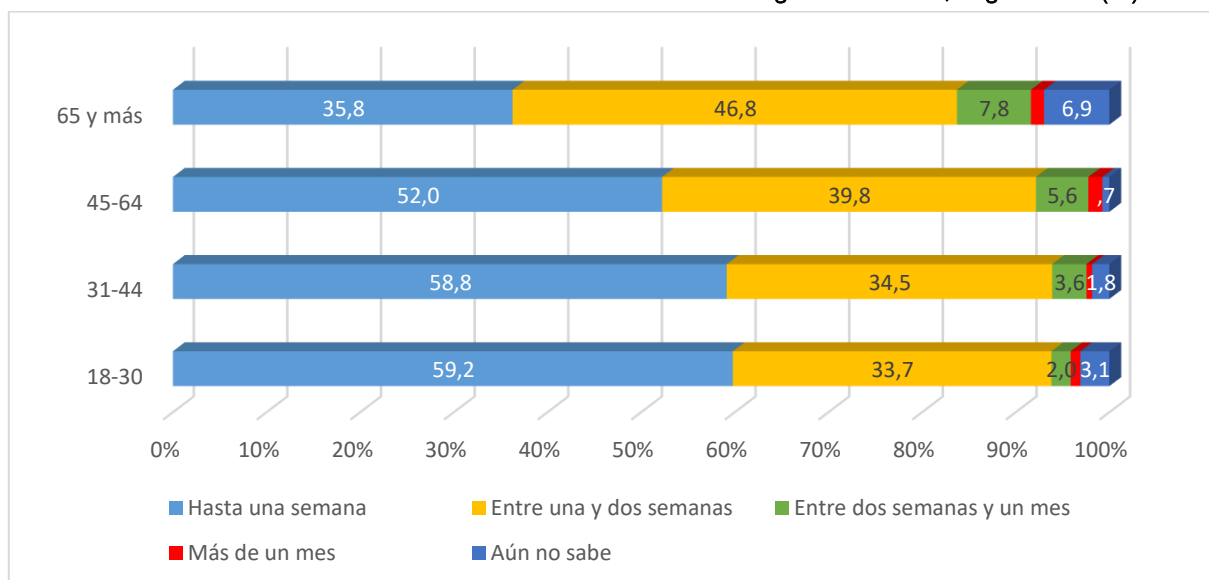
En cuanto a la diferencia según las ciudades de origen, son los residentes en Santander los que apuestan más decididamente por las estancias de corta duración, hasta en el 65% de los casos, como también lo hacen los de Bilbao. En cambio, en Oviedo y en Gijón existe una mayoría de personas que viajaría a la Región más de una semana.

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



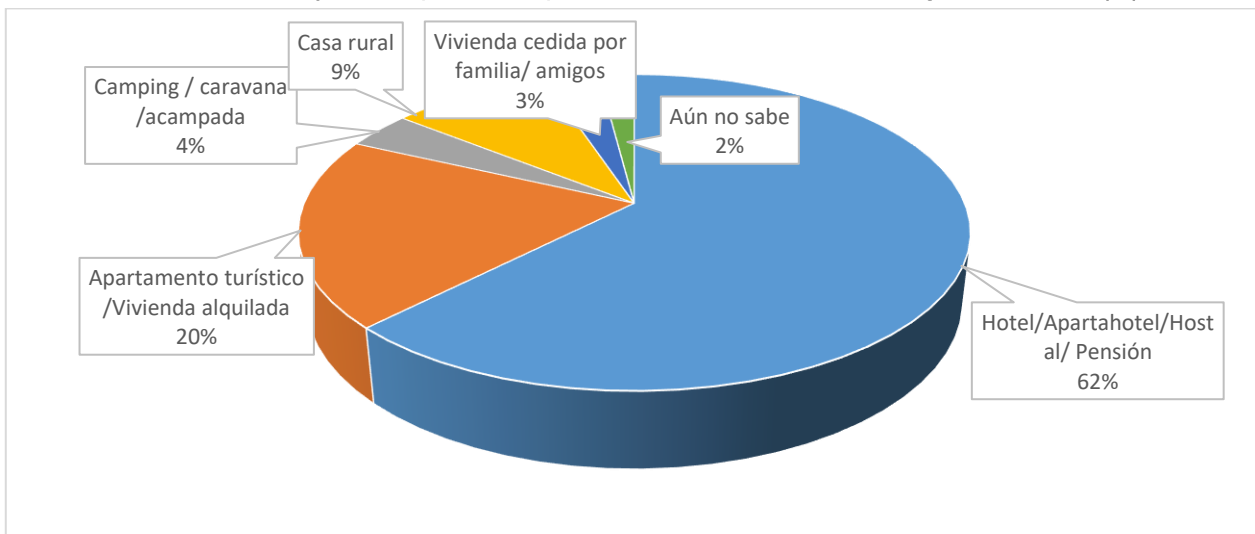
Atendiendo a los resultados por tramos de edad, al igual que sucedía con los residentes en Madrid, en 2020, conforme aumenta la edad de los turistas, estos están más dispuestos a alargar la duración de sus estancias en la Región de Murcia. Recordemos, también, que a mayor edad se producían mayores niveles de conocimiento sobre la Región y también mayores niveles de visitas previas.

Gráfico 6.9. Duración estimada de unas vacaciones en la Región de Murcia, según edad (%).



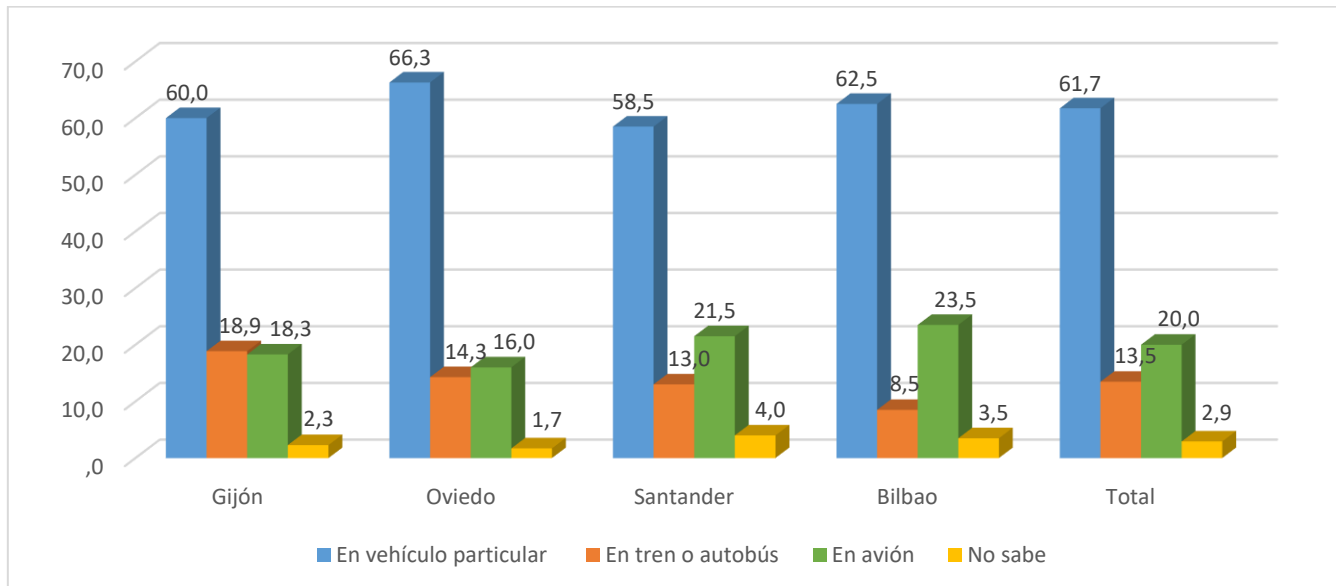
Al ser preguntados sobre el tipo de alojamiento preferido para pasar las vacaciones en la Región de Murcia, los potenciales turistas procedentes del norte de España han señalado mayoritariamente opciones hoteleras para alojarse: hoteles, aparta-hoteles, hostales o pensiones, son las opciones para el 62% de los entrevistados. En cambio, una quinta parte de los turistas optarían por apartamentos turísticos o viviendas alquiladas. Además, un 9% optaría por casas rurales, mientras que otro 4% preferiría campings, caravanas o acampadas, y otro 3% recurriría a viviendas cedidas por familiares o amigos.

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



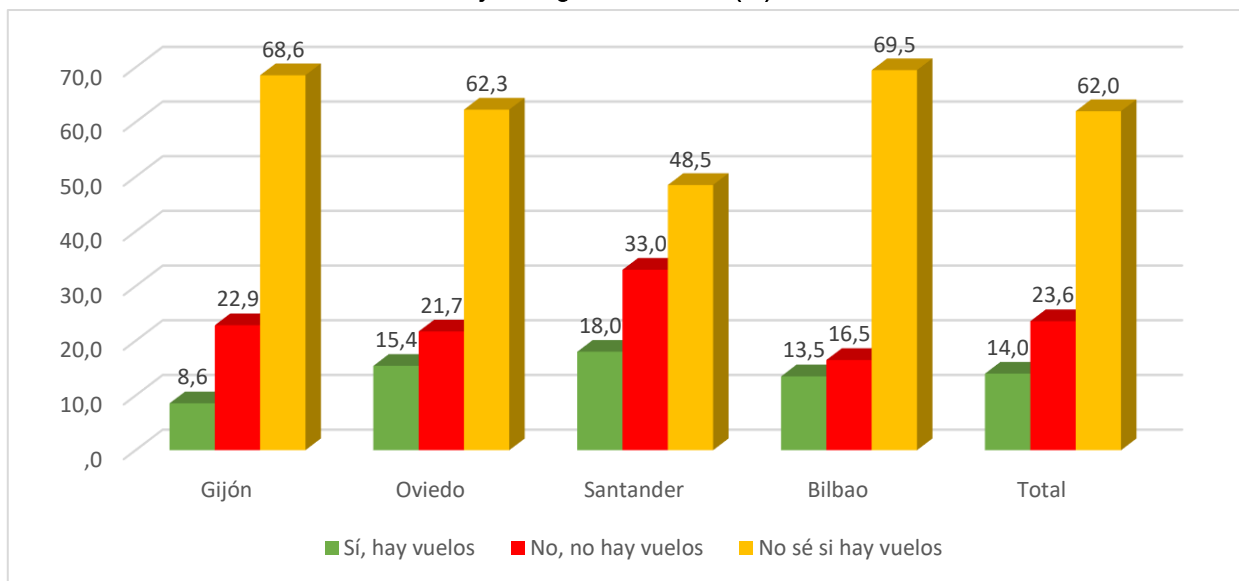
Como novedad, este año se ha preguntado a los potenciales turistas por el medio de transporte que utilizarían, previsiblemente, para desplazarse desde sus casas hasta la Región de Murcia. **Más del 60% han respondido que vendrían a la Región en su propio vehículo.** La segunda opción sería en avión, por la que optan uno de cada cinco entrevistados, siendo los residentes en Bilbao y en Santander los que, en mayor medida, optarían por esta opción, y los residentes en Oviedo los que menos. El tren y el autobús son las opciones menos preferidas, representando un 13,5% en su conjunto, aunque estaría por delante del avión para los residentes en Gijón.

Gráfico 6.11. Medio de transporte previsible para viajar hasta la Región de Murcia (%).



Finalmente, se ha preguntado a los residentes en las cuatro ciudades si conocen de la existencia de conexión aérea directa con Murcia, desde sus provincias. **El 62% de los encuestados no han sabido determinar si existen vuelos directos entre sus provincias y la Región de Murcia.** Además, otro 23% ha respondido, erróneamente, que no existen. Es decir, el 85% de los residentes en estas cuatro ciudades desconocen de la existencia de vuelos entre sus lugares de residencia y la Región de Murcia. Los residentes en Santander, aunque son los que más se equivocan al decir que no, también son los que más aciertan, hasta en el 18% de los casos. El nivel de conocimiento de la conexión aérea es del 15,4% en Oviedo y del 13,5% en Bilbao, mientras que es tremendamente bajo en Gijón, de tan sólo el 8,6%.

Gráfico 6.12. Nivel de conocimiento de la conexión aérea entre las provincias de los entrevistados y la Región de Murcia (%).

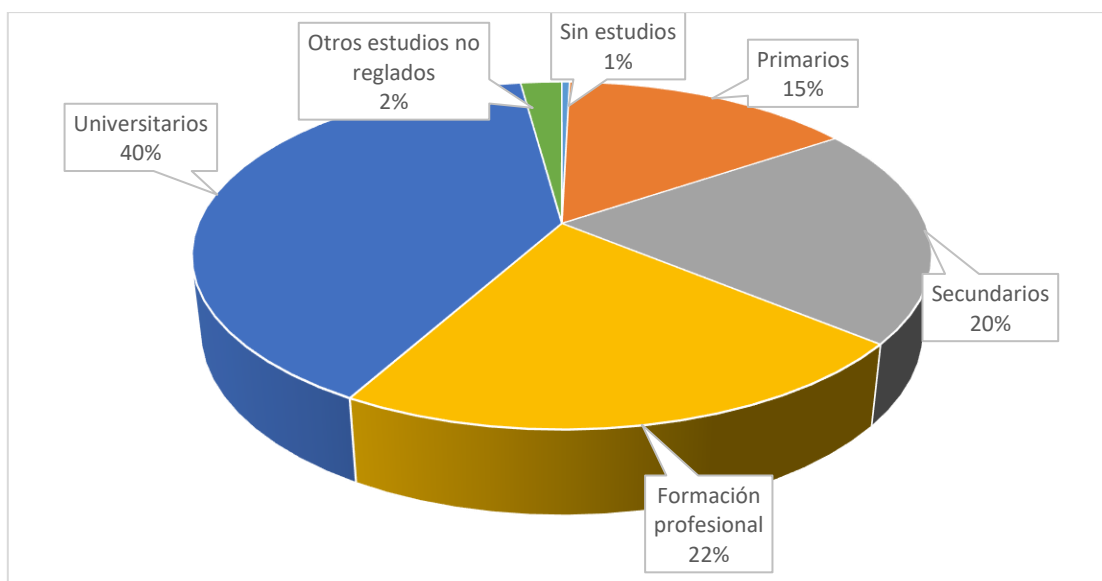


7. Características de la muestra.

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

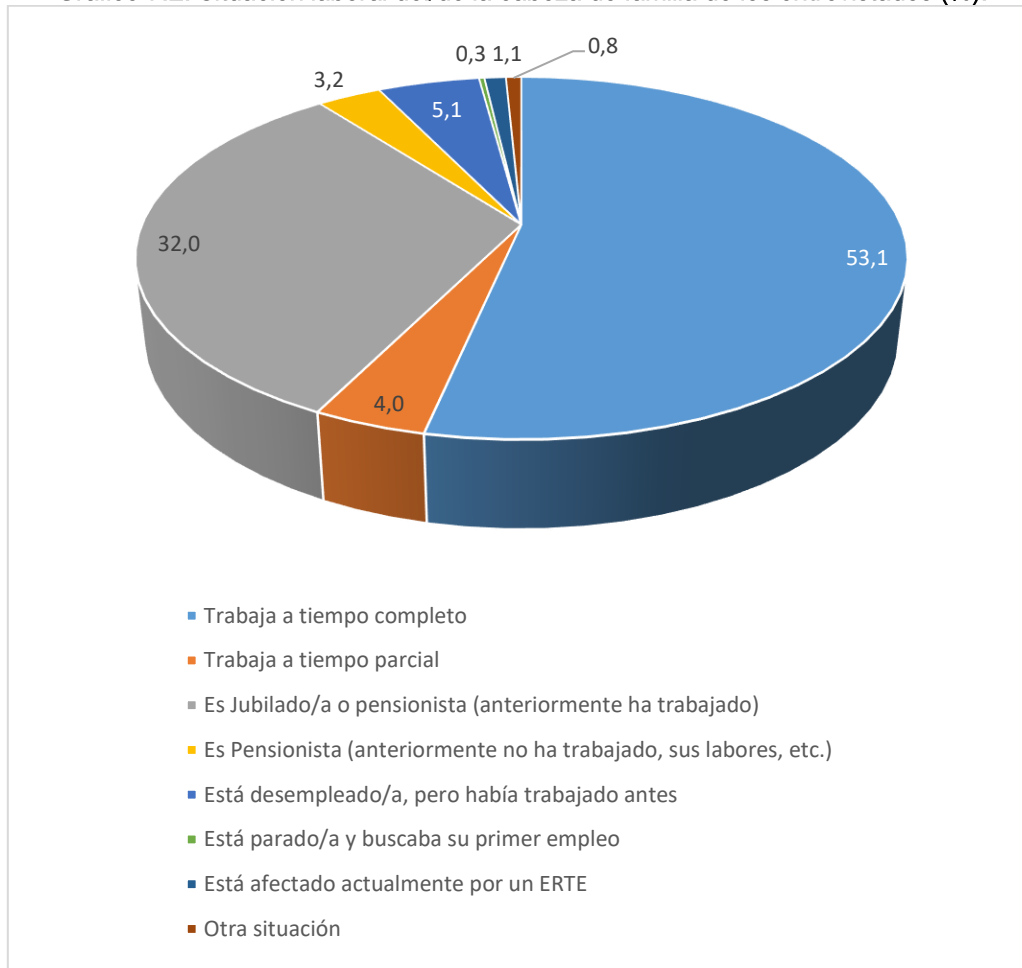
La distribución de los encuestados según nivel de estudios arroja los siguientes resultados: con estudios **universitarios** (40%), personas con **estudios secundarios** (20%), **formación profesional** (22%) y **primarios** (15%), con un reparto muy similar, a grandes rasgos, entre hombres y mujeres.

Gráfico 7.1. Nivel de estudios de los entrevistados.



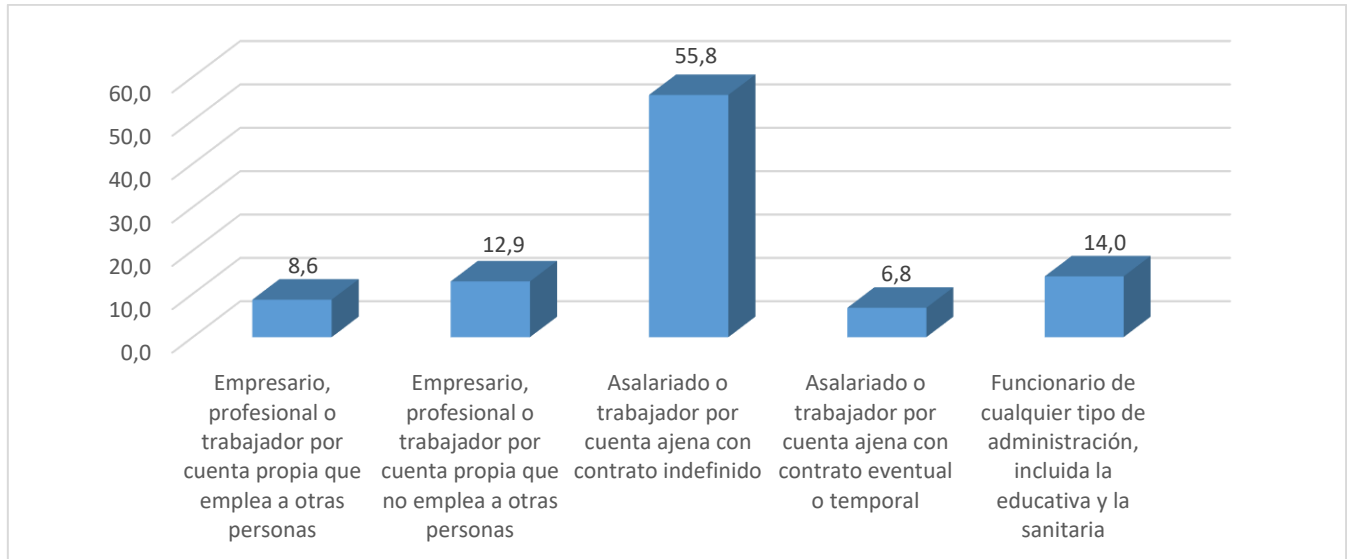
En cuanto a la situación profesional, el 53% de las personas que aportan mayores ingresos al hogar de los entrevistados trabajan a tiempo completo y solo un 4% a tiempo parcial. Un 32% es jubilado o pensionista y un 5% está desempleado, pero ha tenido empleo anteriormente. Un 1% se encontraba afectado por un ERTE en el momento de realizar la encuesta y un 0,8% se encontraba en otras situaciones.

Gráfico 7.2. Situación laboral del/de la cabeza de familia de los entrevistados (%).



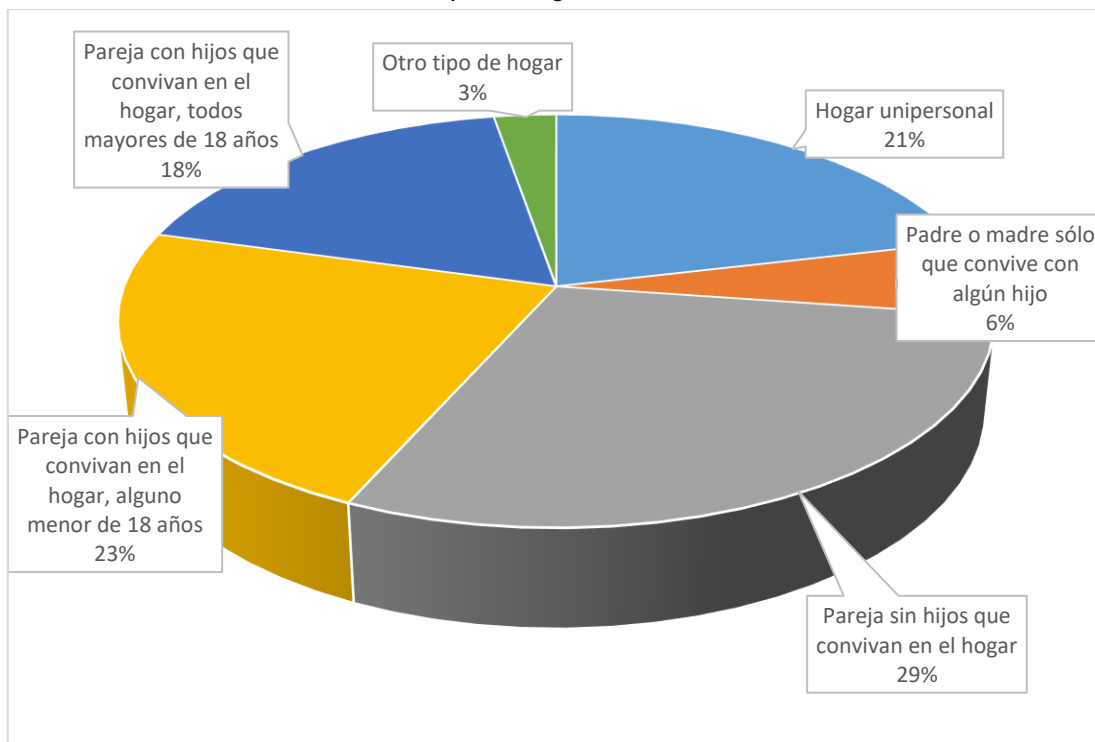
Entre las personas que aportan el mayor nivel de ingresos al hogar y estaban en el momento de la encuesta trabajando, un 55,8% tiene **contrato de trabajo indefinido** y otro 12,9% uno **temporal**. Un 14% son funcionarios, mientras que un 8,6% son **empresarios** que emplean a otras personas y un 12,9% se corresponden con el perfil de **profesional autónomo** por cuenta propia.

Gráfico 7.3. Situación profesional del/de la cabeza de familia de los entrevistados (%).



Finalmente, la situación de los hogares de los entrevistados es muy variada. Un 23% son personas que viven en hogares donde hay una pareja con hijos menores de edad, mientras que casi otro 18% vive en hogares en los que hay una pareja con hijos mayores de edad. Un 29% pertenece a hogares en los que convive una pareja sin hijos y un 6% vive en hogares monoparentales con uno o varios hijos. Por su parte, un 21% son personas que viven solas y un 3% se corresponde con otro tipo de hogares.

Gráfico 7.4. Tipo de hogar de los entrevistados



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

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

Línea 1. Promoción directa de la Región de Murcia como destino no únicamente de costa.

- Dado el escaso conocimiento de la marca Costa Cálida en esta zona de España, conviene plantearse la idoneidad de promocionar dicha marca entre esta población. Además, el término “cálido” puede resultar arriesgado en el actual contexto de oleadas extremas de calor. Por tanto, puede ser recomendable **empezar desde cero con la promoción del destino Región de Murcia hacia estos destinatarios**.
- Por otra parte, resulta **imprescindible consolidar una imagen atractiva de las playas del Mar Menor**, dado que, junto a La Manga, es uno de los lugares turísticos más identificados con la Región de Murcia, como demuestran los niveles de conocimiento del lugar.
- Más de un 60% de los residentes en las cuatro ciudades estudiadas no ha visitado la Región de Murcia, por lo que es necesario revertir tal situación para que la población pueda tener una imagen del destino Región de Murcia cercana a la realidad. **Es necesario atraer turistas nuevos para extender la popularidad y la identidad del destino**.

Línea 2. Publicidad masiva del destino Región de Murcia y de los vuelos directos hacia el destino.

- Resultaría oportuno **contratar publicidad en televisión y prensa escrita** para promocionar el destino Región de Murcia en estas zonas de España. Además, un **uso intensivo de las redes sociales**, muy poco explotadas hacia esta población.
- Una campaña agresiva de publicidad del destino turístico podría valerse de **caras conocidas y de éxito de la Región**, con gran poder de atracción, por ejemplo: Carlos Santos, Ginés García Millán o Alejandro Valverde.
- Es vital **dar a conocer la existencia de vuelos directos** entre las provincias del norte de España y la Región de Murcia, pues apenas se conocen. Se puede recurrir para ello, además de anuncios publicitarios, a sorteos de billetes y a promociones.
- **Realizar ofertas en vehículos de alquiler** para quienes vengan mediante vuelo directo a Murcia, facilitando así también la movilidad de los turistas por toda la Región.
- Realizar **ofertas especiales para estudiantes**, que son quienes más desean viajar.

Línea 3. Proyectar el estilo de vida mediterráneo durante todo el año.

- El buen clima, la gastronomía y la vida cultural, elementos característicos del **estilo de vida mediterráneo** y propios de la identidad del destino Región de Murcia, junto con sus playas, asimismo indican que es posible realizar **un turismo muy atractivo en la Región durante cualquier época del año**, algo que ya entienden casi la mitad de los turistas. El objetivo es trasladar la idea a la otra mitad.
- La Región de Murcia puede ser un destino **especialmente atractivo por el clima** para los residentes en el norte de España en las **temporadas de primavera, otoño e invierno**, teniendo en cuenta que en sus lugares de residencia el clima suele ser frío y lluvioso, mientras que en Murcia hay un tiempo excelente casi todo el año.
- **La hospitalidad, generosidad, sociabilidad y buen carácter de los murcianos** son aspectos que pueden ser trasladados fácilmente como parte del estilo de vida del destino Región de Murcia.

Línea 4. Reconquistar la normalidad turística: olvidar la pandemia en un entorno seguro.

- Se debe **aprovechar el elevado número de potenciales turistas que desean viajar por el resto de España**, durante lo que resta de 2021, para atraerlos a la Región de Murcia.
- El potencial turista puede verse atraído por **la seguridad sanitaria que ofrece la Región de Murcia**, pero como elemento de refuerzo de otros aspectos positivos, pues no es suficientemente diferenciador del destino frente a otros.
- **Evidenciar la calidad del sector hotelero** en la Región de Murcia, y su buena relación calidad-precio, es pieza clave para atraer a turistas del norte de España, dado que apuestan fuertemente por este tipo de alojamientos.
- Es importante **fidelizar a los turistas que ya han estado en la Región de Murcia**, dado que tienen más claro cuáles son sus espacios preferidos de la Región y están más predispuestos a volver, algo que sucede de especial manera cuando nos referimos a La Manga y a las playas de Cartagena, Mazarrón y Águilas. Además, quienes repiten se quedarían durante más tiempo.
- Dado que la mayoría de turistas apuesta por vacaciones de corta y media duración, hay que ofrecerle al turista la idea de que cada vez que vuelva podrá disfrutar de sus vacaciones de una forma distinta. Por ejemplo, **ofreciendo propuestas planificadas de las vacaciones por semanas**, sean consecutivas en el tiempo o no; de tal modo que el esfuerzo en organizar el viaje sea reducido y la oferta de actividades sea amplia, diversa y durante todo el año.