

ESTUDIO EN ORIGEN DE LAS PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS

Universidad de Cantabria
Grupo de I+D+i de Inteligencia de Marketing

30 noviembre 2017

SITUC
SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE CANTABRIA

ÍNDICE

- 1. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**
- 2. NECESIDADES DE INFORMACIÓN**
- 3. METODOLOGÍA**
- 4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN**
- 5. PERFIL DE LA MUESTRA**
- 6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS**
- 7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA**
- 8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA**



OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1. Estudiar las preferencias y comportamientos turísticos en general en los siguientes países de origen: Italia, Francia, Reino Unido y Alemania.
2. Examinar el grado de conocimiento y las percepciones que tienen los citados segmentos de turistas en relación con España como destino turístico.
3. Explorar el grado de conocimiento y las percepciones que tienen los cuatro segmentos de turistas respecto a la región de Cantabria como destino turístico.



NECESIDADES DE INFORMACIÓN

2. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

- (1) Preferencias y comportamientos turísticos en general de italianos, franceses, británicos y alemanes:
- Frecuencia de viaje y criterios de elección de destinos internacionales.
 - Comportamientos en destinos internacionales: forma de viaje, duración de la estancia y niveles de gasto.
 - Preferencias en la realización de actividades turísticas en destinos internacionales.
 - Fuentes de información en la organización de sus visitas a destinos internacionales.
 - Contratación on-line de alojamientos en los destinos internacionales.

2. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

- (2) Grado de conocimiento y percepciones en relación con España como destino turístico:
- Experiencia vacacional previa en destinos turísticos españoles.
 - Características diferenciales que perciben en los destinos españoles previamente visitados.
 - Intención de visitar España en el futuro por motivos vacacionales.
 - Preferencias en la elección de destinos turísticos españoles (futuras visitas).

2. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

(3) Grado de conocimiento y percepciones respecto a la región de Cantabria como destino turístico:

- Experiencia vacacional previa en la región de Cantabria.
- Valoración de su experiencia previa en la región de Cantabria, así como de sus intenciones futuras.
- Fuentes de información turística sobre la región de Cantabria e imagen percibida (a partir de tales fuentes).
- Principales motivaciones turísticas para visitar una región del norte de España.



METODOLOGÍA

3. METODOLOGÍA

1. Estudio cuantitativo a turistas potenciales de Italia, Francia, Reino Unido y Alemania.
2. Método de contacto: encuestas electrónicas (paneles on-line).
3. Procedimiento de muestreo: no probabilístico (por cuotas, según sexo y edad de los turistas potenciales).
4. Tamaño muestral: 800 encuestas válidas (200 por país).
5. Trabajo de campo: octubre - noviembre de 2017.



CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 1 - PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1. Sexo:

Hombre

Mujer

2. Edad:

3. Estudios:

Sin Estudios

E. Básicos

E. Medios

E. Superiores

4. Ocupación:

Trabajador

Estudiantes

Ama de casa

Desempleado/Jubilado

5. Tamaño familiar: _____ (número de personas en el hogar)

6. Renta familiar mensual:

Menos de 1.000e

1.000-2.000e

2.001-3.000e

Más de 3.000e

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 2 – COMPORTAMIENTO TURÍSTICO EN GENERAL (i)

7. ¿Con qué frecuencia viaja al extranjero (por ejemplo, otros países europeos) por motivos vacacionales?

Más de 1 vez al año
 1 vez al año
 Menos de 1 vez al año
 Nunca he viajado al extranjero

8. ¿Cuál suele ser la duración de su estancia cuando viaja al extranjero por motivos vacacionales?

Menos de 5 días
 Entre 5 y 10 días
 Más de 10 días

9. ¿Cómo suele viajar al extranjero por motivos vacacionales?

Solo
 En pareja
 En familia (con niños)
 Con amigos

10. Por favor, indique la importancia que concede a las siguientes razones para visitar un destino en el extranjero por motivos vacacionales (1= importancia baja; 2= importancia media; 3= importancia alta):

Patrimonio cultural / artístico	
Gastronomía	
Entorno natural / paisajes	
Seguridad	
Ambiente nocturno	
Playas	
Visita a familiares y/o amigos	
Rutas culturales/religiosas	

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 2 – COMPORTAMIENTO TURÍSTICO EN GENERAL (ii)

11. Por favor, indique con qué frecuencia realiza las siguientes actividades cuando visita un destino en el extranjero por motivos vacacionales (1= nunca o casi nunca; 2= a veces; 3= frecuentemente):

Actividades de aventura (trekking, rafting, climbing...)	
Actividades culturales (museos, eventos religiosos...)	
Actividades de salud (spa, balnearios...)	
Compras	
Golf	
Deportes acuáticos (surfing, sailing, snorkel...)	
Visitas a parques naturales	
Visitas a cuevas	

12. Por favor, indique a través de qué fuentes busca información habitualmente para organizar sus visitas a un destino en el extranjero por motivos vacacionales (SÍ/NO):

Amigos y familiares	
Ferías turísticas	
Guías de viaje	
Revistas especializadas, suplementos de viaje	
Oficinas de información turística (en el propio destino)	
Web Oficial del destino	
Agencias de viaje online (Indique su agencia preferida: _____)	
Agencias de viaje físicas	
Webs de recomendación – Tripadvisor	
Redes sociales - Facebook, Instagram o Twitter	
Blogs de viajes (por favor, indicar: _____)	
Otras webs (por favor, indicar: _____)	

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 2 – COMPORTAMIENTO TURÍSTICO EN GENERAL (iii)

13. Por favor, indique cuál es su modalidad de alojamiento preferido cuando visita un destino en el extranjero por motivos vacacionales:

- | | | |
|----------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> Hotel | <input type="checkbox"/> Auto-caravana | <input type="checkbox"/> Vivienda vacacional (p.ej. Air B&B) |
| <input type="checkbox"/> Camping | <input type="checkbox"/> Alojamiento rural | <input type="checkbox"/> Otro: _____ |

14. ¿Habitualmente reserva el alojamiento a través de Internet? SI / NO

15. Si su respuesta es Sí, por favor indique su forma preferida de hacer reservas online (p.ej. web del alojamiento o centrales de reserva online como Booking.com): _____

16. Durante su estancia en el extranjero por motivos vacacionales, ¿cuánto dinero suele gastar al día, por término medio, en cada uno de los siguientes conceptos?

Alojamiento _____ euros (persona y día)

Manutención (comida y bebidas) _____ euros (persona y día)

Compras _____ euros (persona y día)

Ocio _____ euros (persona y día)

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 3 – CONOCIMIENTO/EXPERIENCIA CON “ESPAÑA”

17. ¿Ha visitado previamente España por motivos vacacionales? Sí / NO

18. *Si su respuesta es SÍ*, por favor indique cuál es su destino preferido en España: _____

19. Ahora, por favor indique dos palabras que mejor describan su destino preferido en España: _____

20. ¿Tiene intención de visitar España en el futuro? Sí / NO

21. *Si su respuesta es SÍ*, por favor indique cuáles serían sus tres destinos preferidos para su futura visita a España:

Andalucía	
Baleares	
Canarias	
Castilla y León	
Cataluña	
“España Verde” (Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco)	
Madrid	
C. Valenciana	
Otro destino (_____)	

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 4 – CONOCIMIENTO/EXPERIENCIA CON “CANTABRIA” (i)

22. ¿Ha visitado previamente la región de Cantabria por motivos vacacionales? Sí / NO

23. Si su respuesta es **Sí**, por favor indique su percepción de las siguientes características de Cantabria basada en su experiencia personal (1= muy negativa; 10= muy positiva):

Alojamientos turísticos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Restaurantes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Transporte público	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Infraestructuras turísticas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hospitalidad/amabilidad de los residentes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Calidad de vida	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Facilidad para comunicarse en su lengua	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seguridad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

24. Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre su experiencia en Cantabria (1= total desacuerdo; 10= total acuerdo):

Disfruté mi estancia en Cantabria	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Trataré de regresar a Cantabria en el futuro	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Animaré a familiares y amigos a visitar Cantabria	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cantabria es un destino conocido en mi país	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 4 – CONOCIMIENTO/EXPERIENCIA CON “CANTABRIA” (ii)

25. Si su respuesta es NO, ¿ha oído hablar de la región de Cantabria alguna vez? SÍ / NO

26. Si ha oído hablar de la región de Cantabria, por favor indique a través de qué fuentes ha obtenido la información (SÍ/NO):

Familiares y amigos	
Folleto u otra información en su localidad	
Ferias turísticas	
Revistas especializadas, suplementos de viaje	
Internet (Indique la Web: _____)	
Facebook	
Instagram	
Twitter	
Otra red social (por favor, indicar: _____)	

27. Por favor, indique su percepción de las siguientes características de la región de Cantabria basada en la información de las fuentes anteriormente indicadas (1= muy negativa; 10= muy positiva):

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Patrimonio cultural / artístico										
Gastronomía										
Entorno natural / paisajes										
Seguridad										
Playas										
Rutas culturales/religiosas										

4. CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

BLOQUE 4 – CONOCIMIENTO/EXPERIENCIA CON “CANTABRIA” (iii)

Por favor, imagine que está pensando en visitar el norte de España (ESPAÑA VERDE) en un futuro próximo. Esta zona geográfica de España tiene una gran variedad de paisajes, acantilados que alternan con pequeñas islas, amplias bahías y hermosas playas. Además, tiene una de las herencias de arte rupestre más importantes del mundo. Por último, esta zona tiene una gran variedad de pueblos, cada uno más fascinante que el anterior.

28. Con esto en mente, por favor indique las tres motivaciones más importantes para visitar el norte de España:

Actividades de aventura (trekking, rafting, climbing...)	
Playas	
Patrimonio cultural	
Paisaje	
Gastronomía local	
Naturaleza	
Deportes acuáticos (surfing, sailing, snorkel...)	
Clima	
Rutas culturales/religiosas	
Estilos de vida	

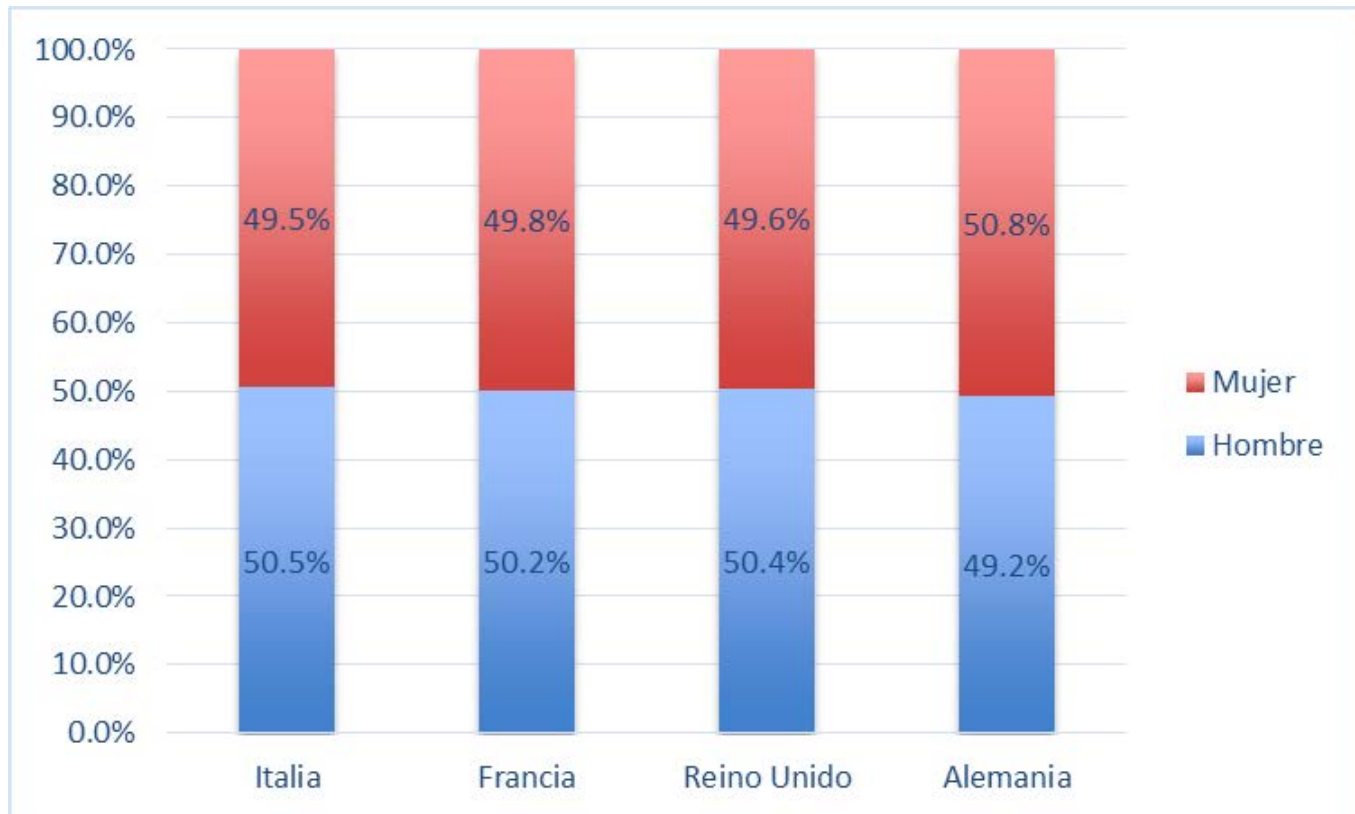
COMENTARIO FINAL



PERFIL DE LA MUESTRA

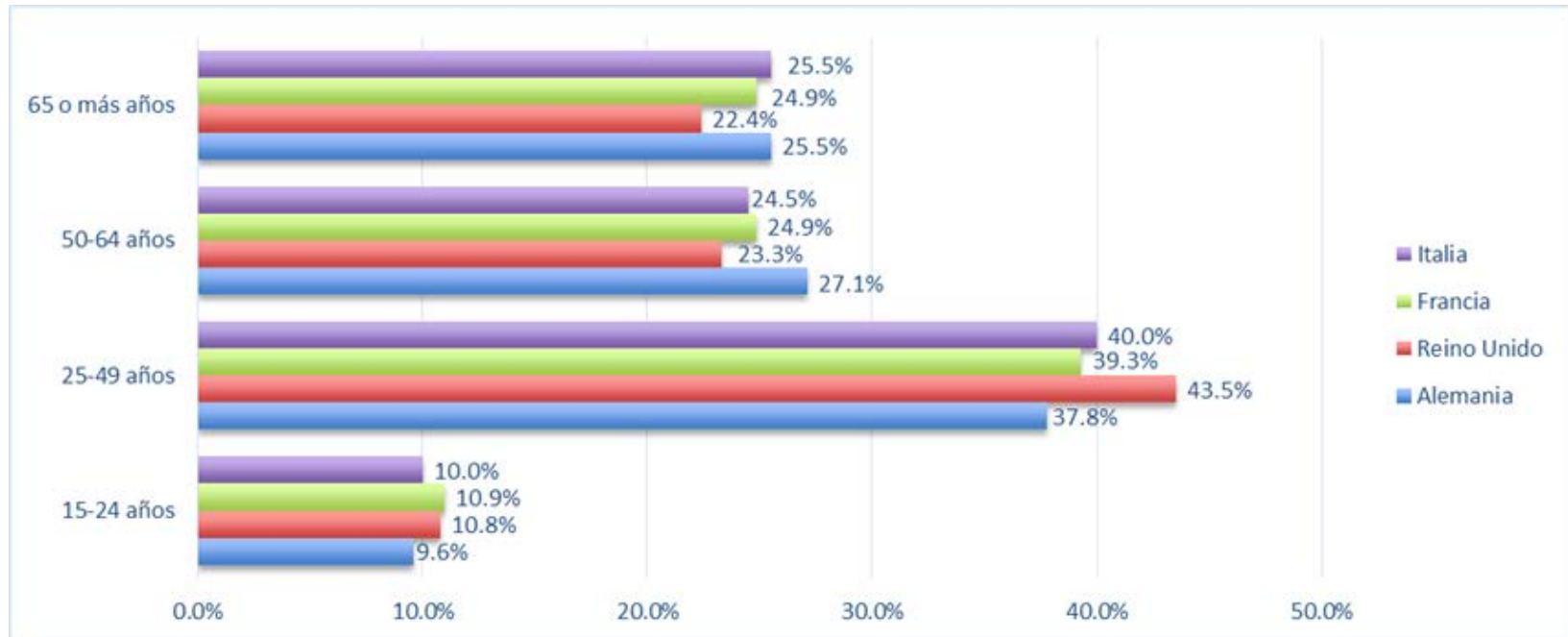
5. PERFIL DE LA MUESTRA

Género (variable de estratificación a partir de datos de Eurostat)



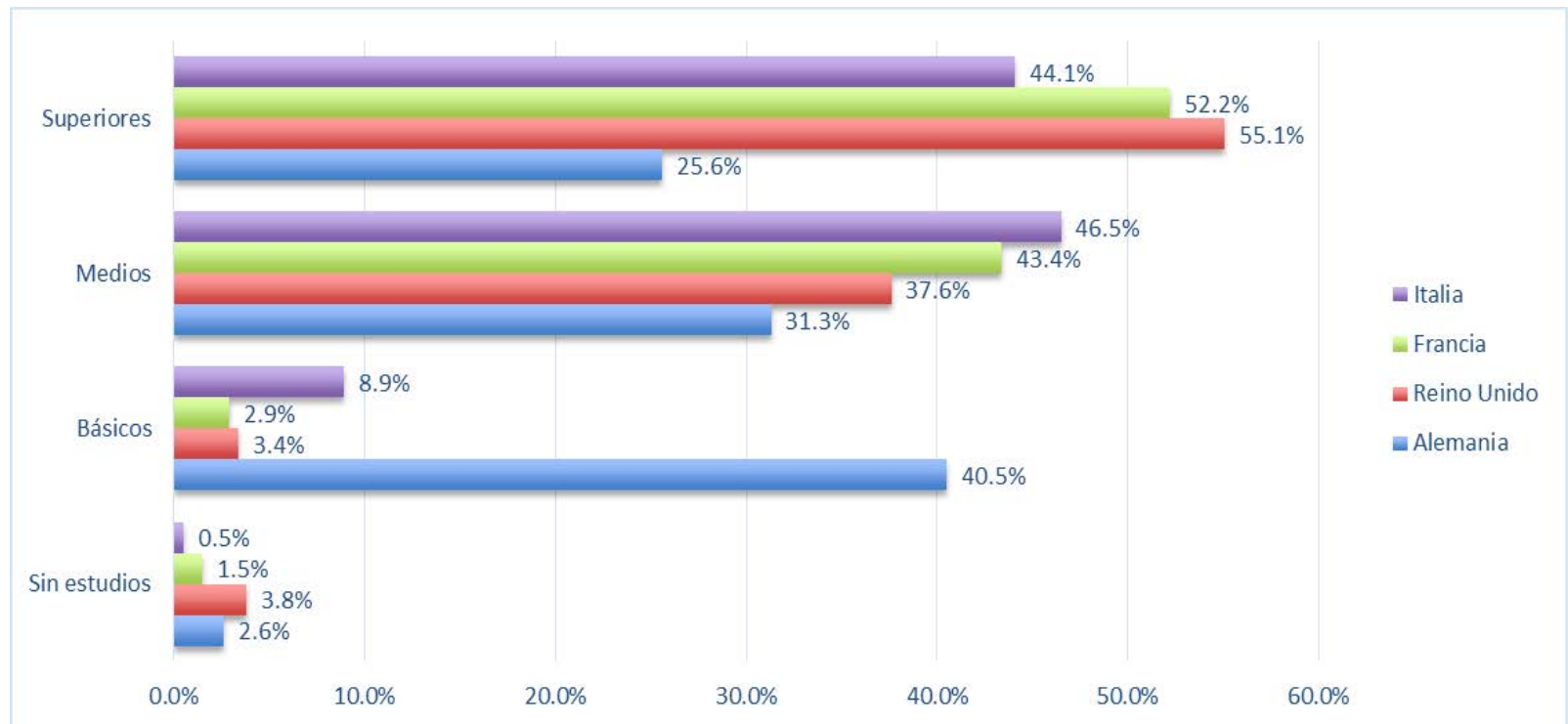
5. PERFIL DE LA MUESTRA

Edad (variable de estratificación a partir de datos de Eurostat)



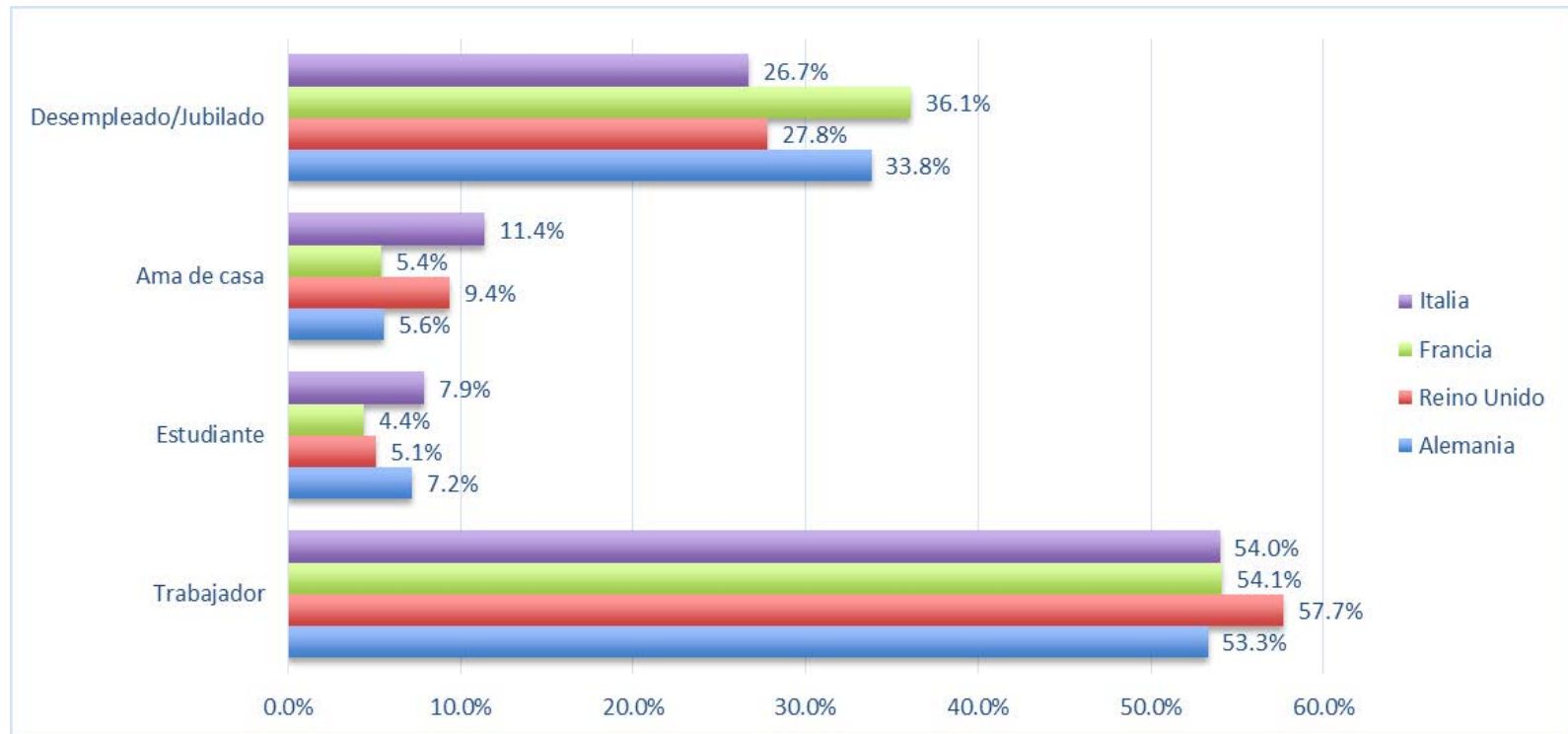
5. PERFIL DE LA MUESTRA

Nivel de estudios



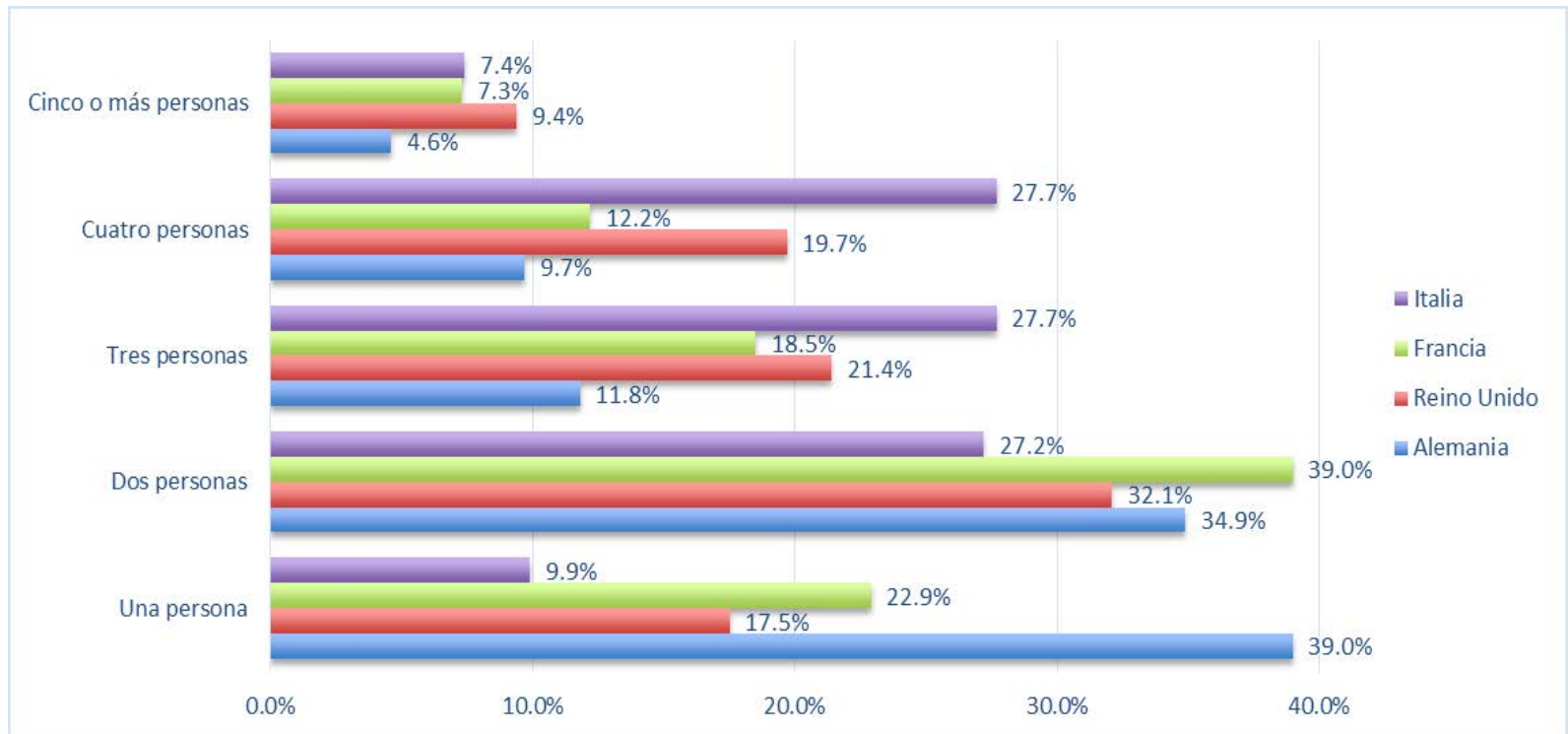
5. PERFIL DE LA MUESTRA

Ocupación



5. PERFIL DE LA MUESTRA

Tamaño familiar



5. PERFIL DE LA MUESTRA

Renta familiar mensual

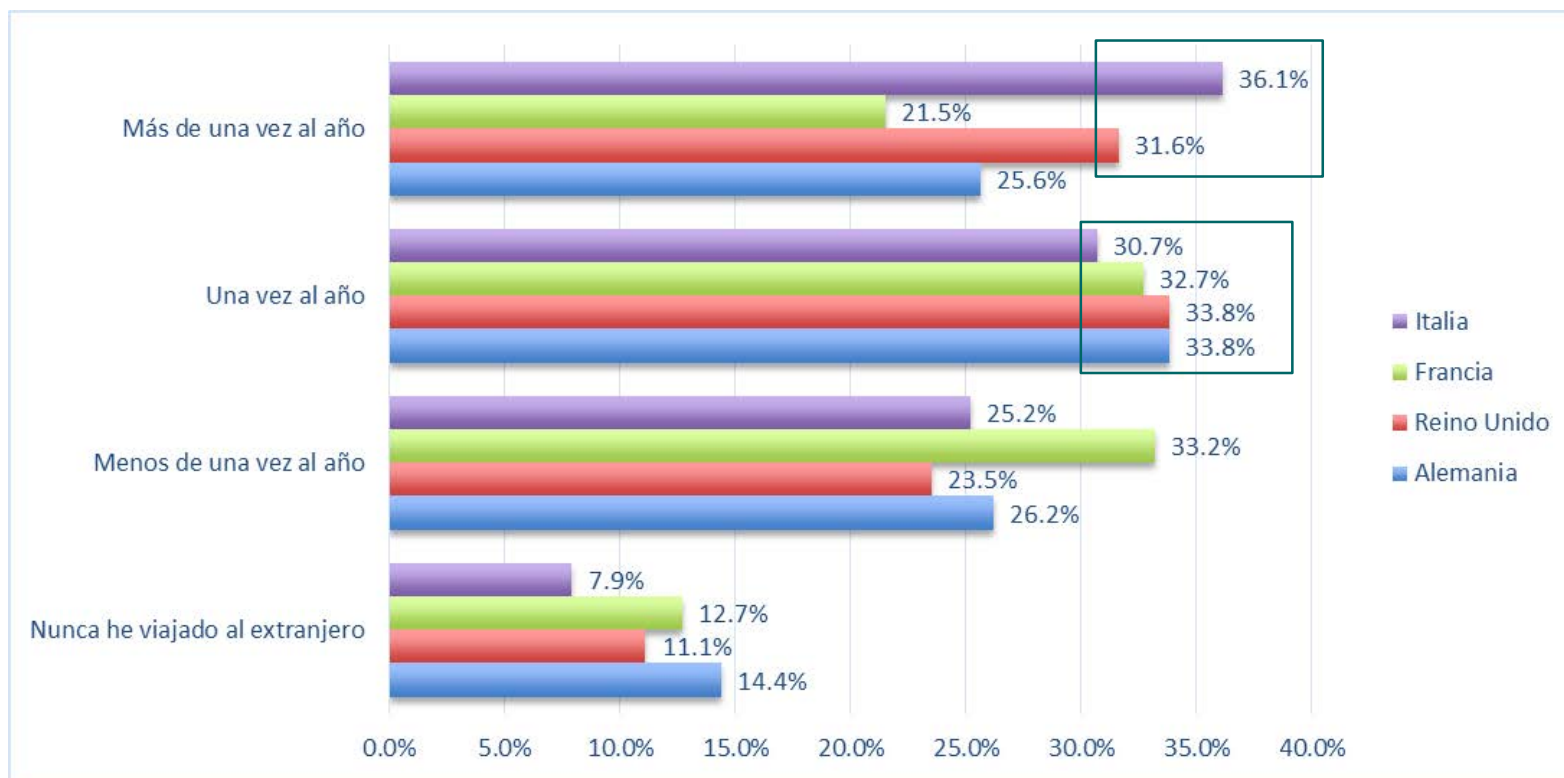




PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

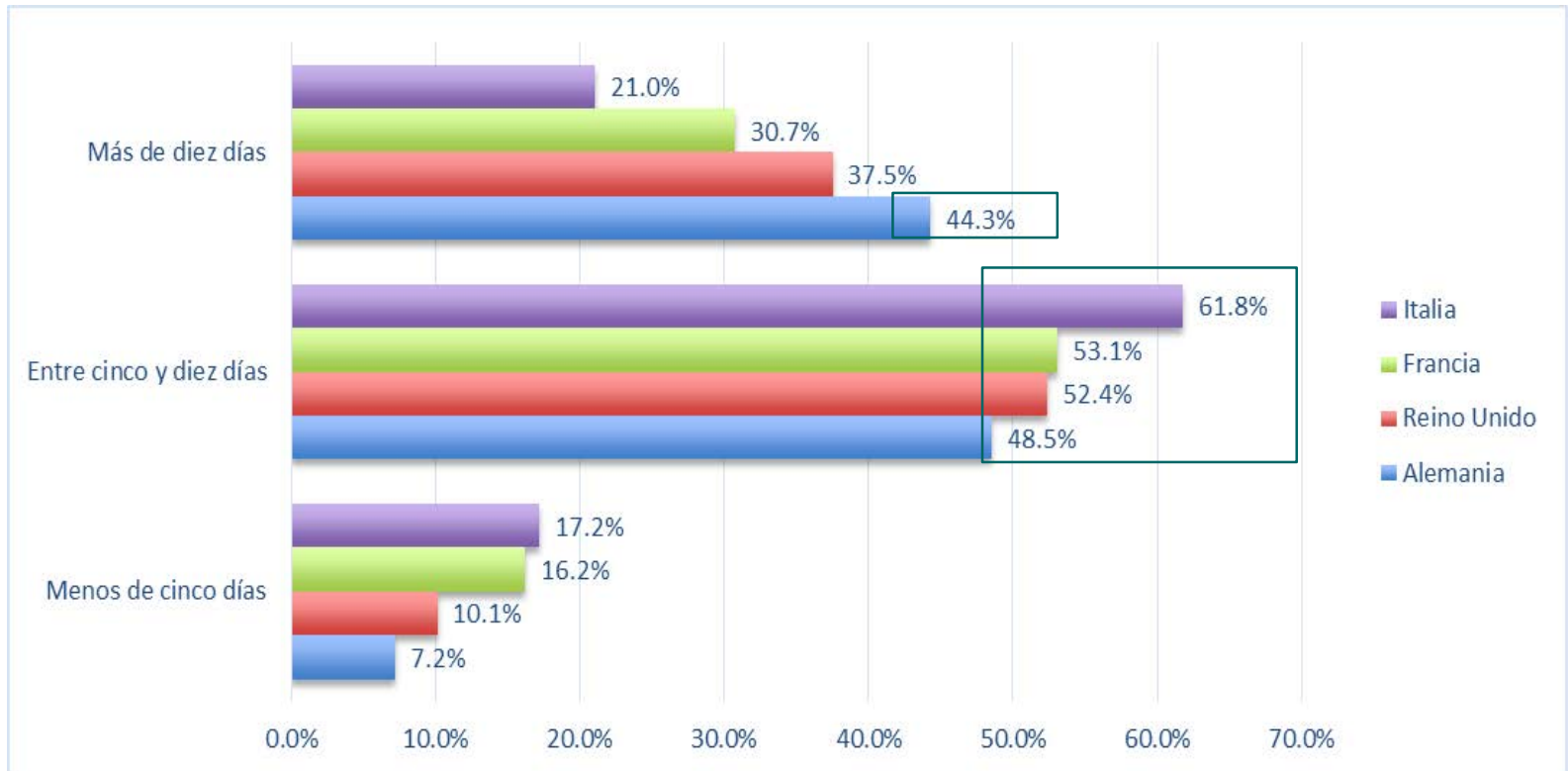
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Frecuencia de viajes al extranjero por motivos vacacionales



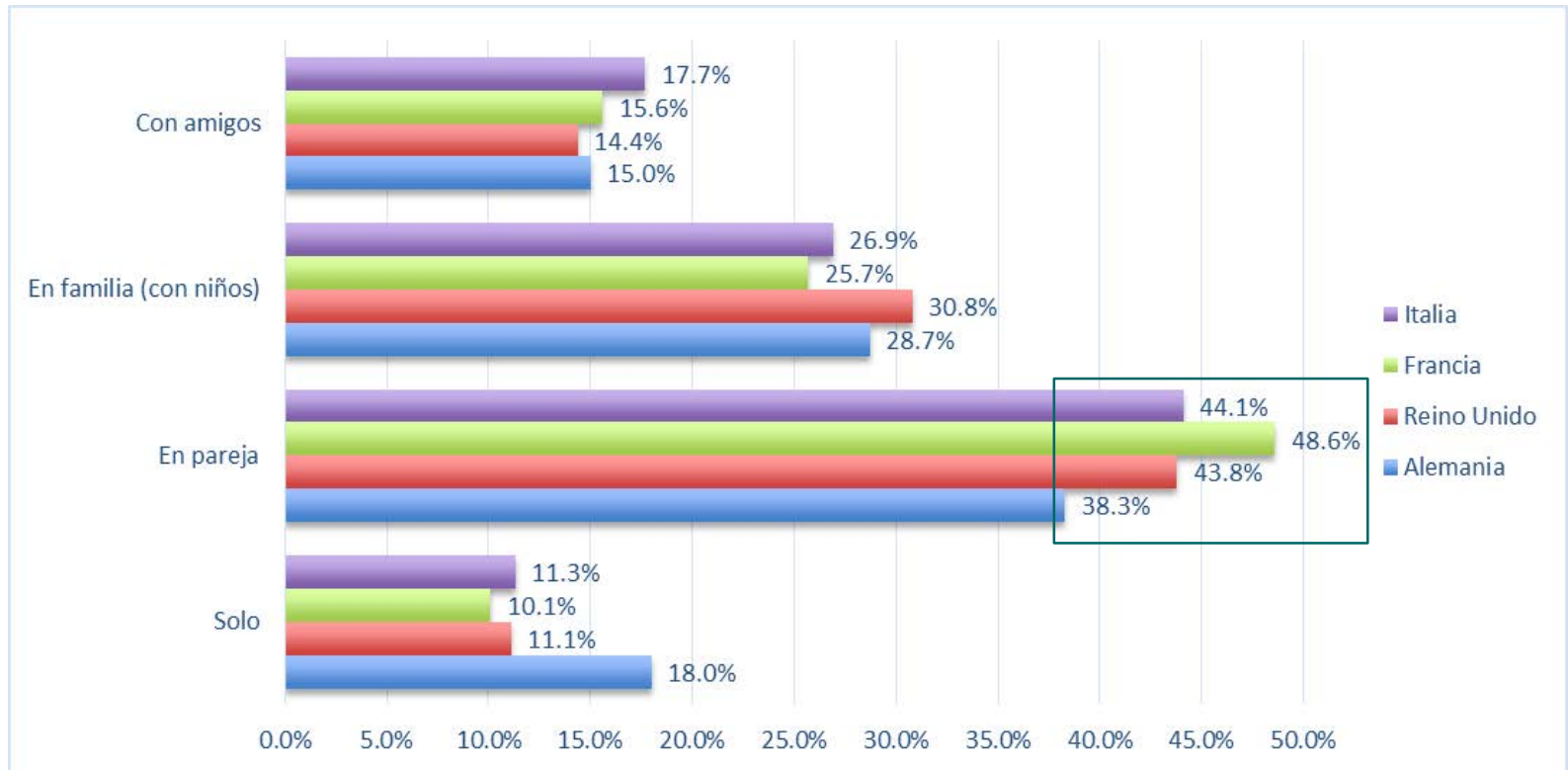
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Duración de la estancia en el extranjero



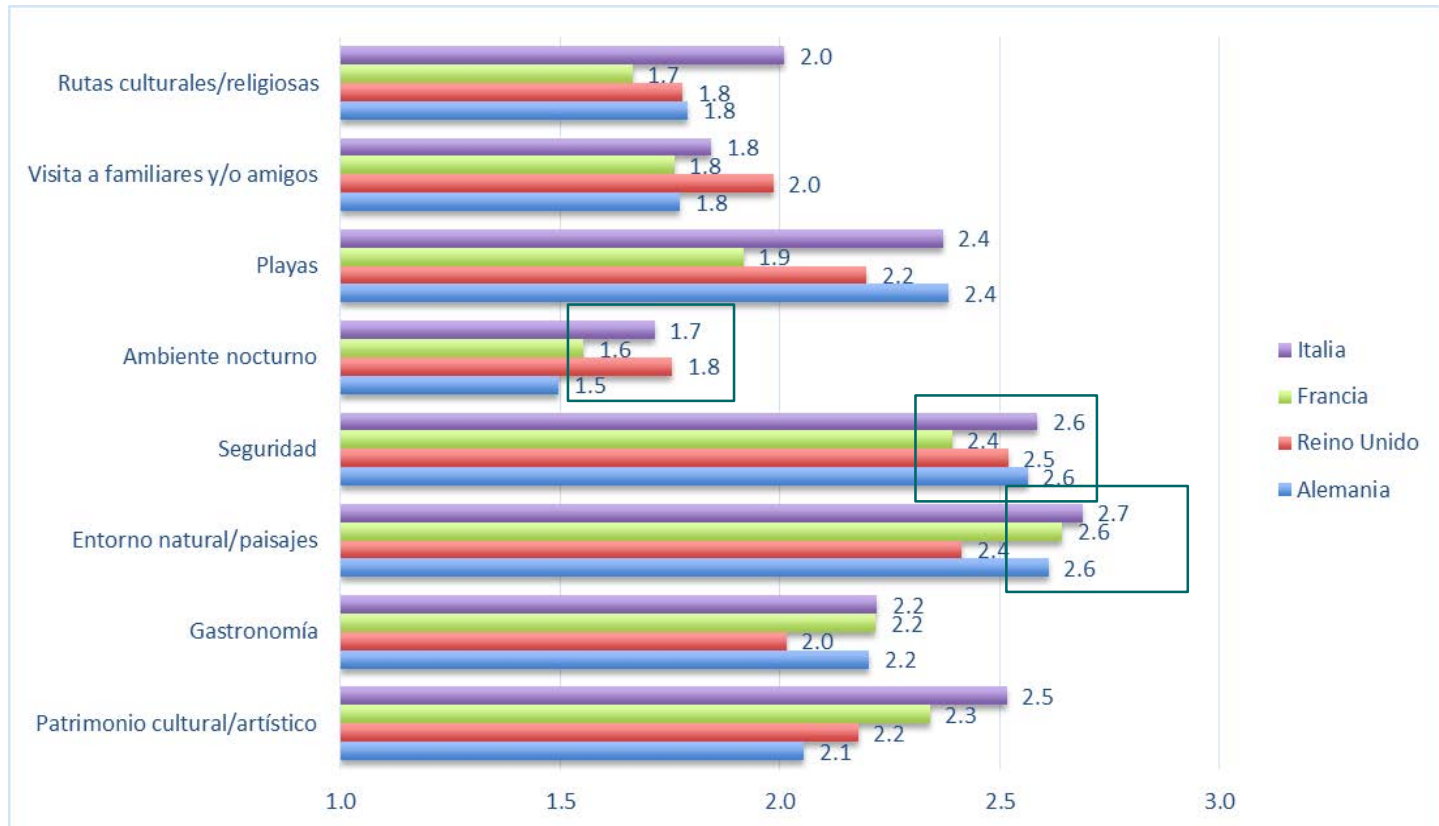
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Tipología de viaje al extranjero



6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

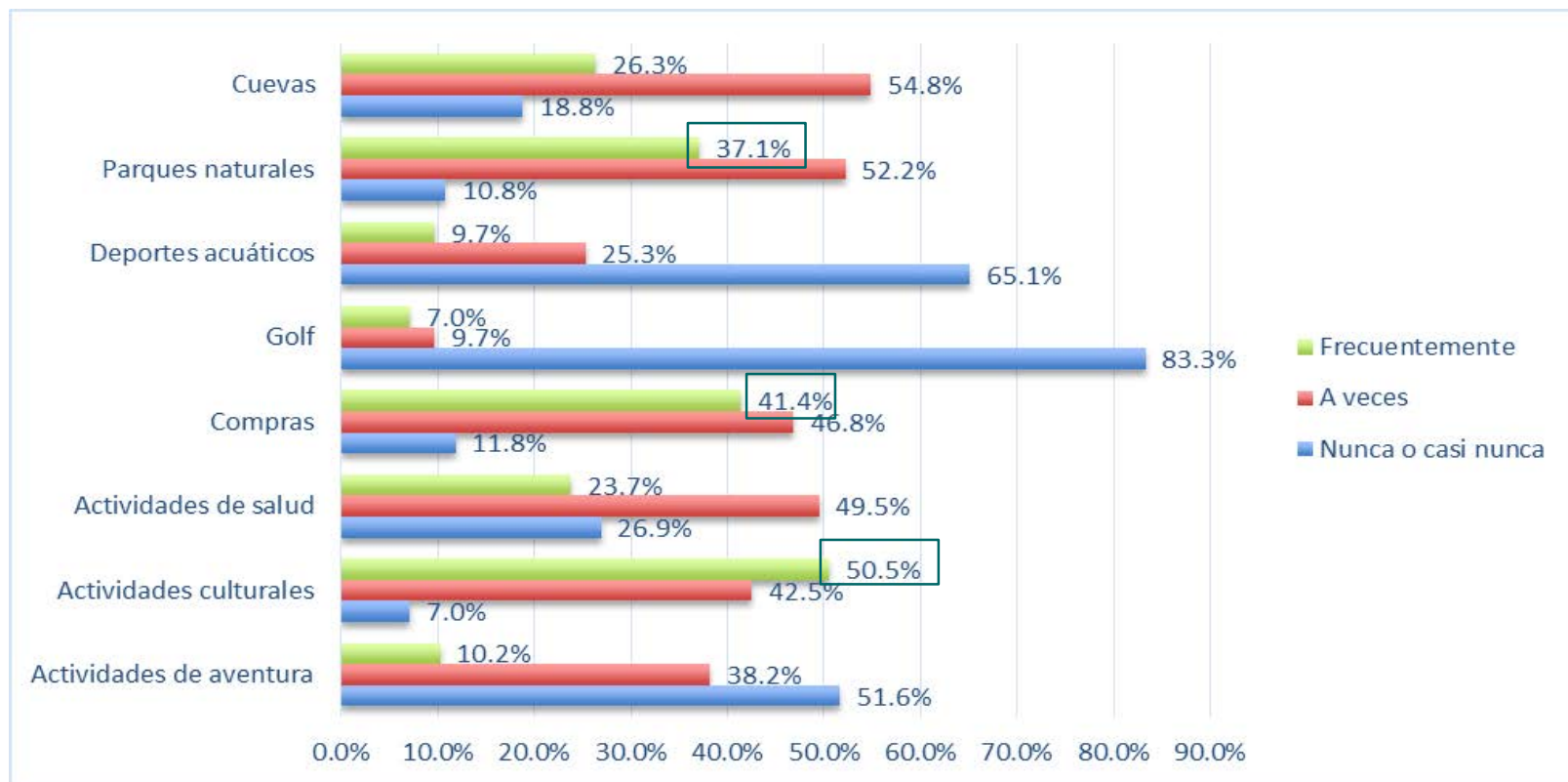
Importancia de los atributos del destino en el extranjero



1 = baja
2 = media
3 = alta

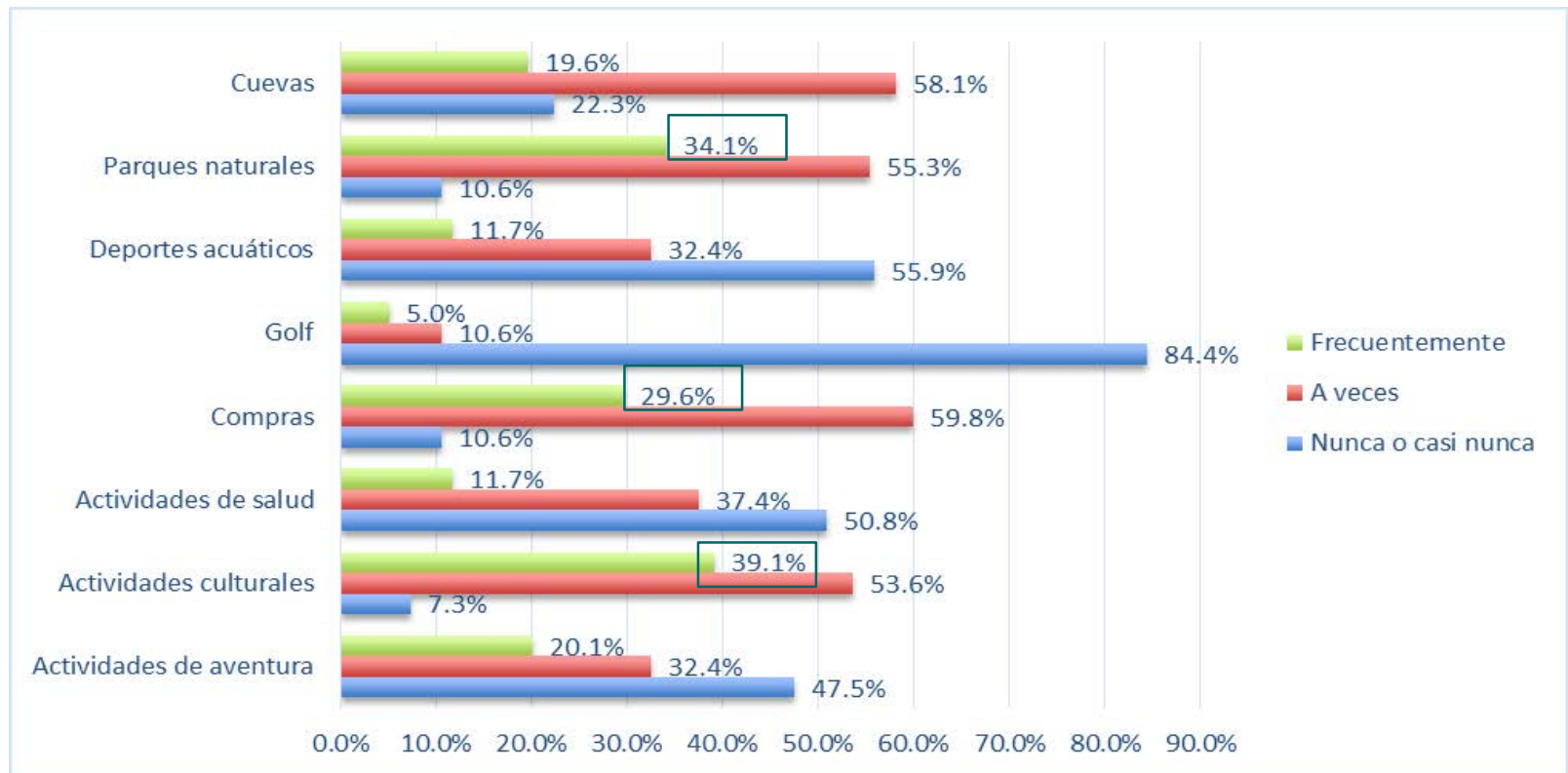
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Frecuencia de realización de actividades en un destino en el extranjero: ITALIA



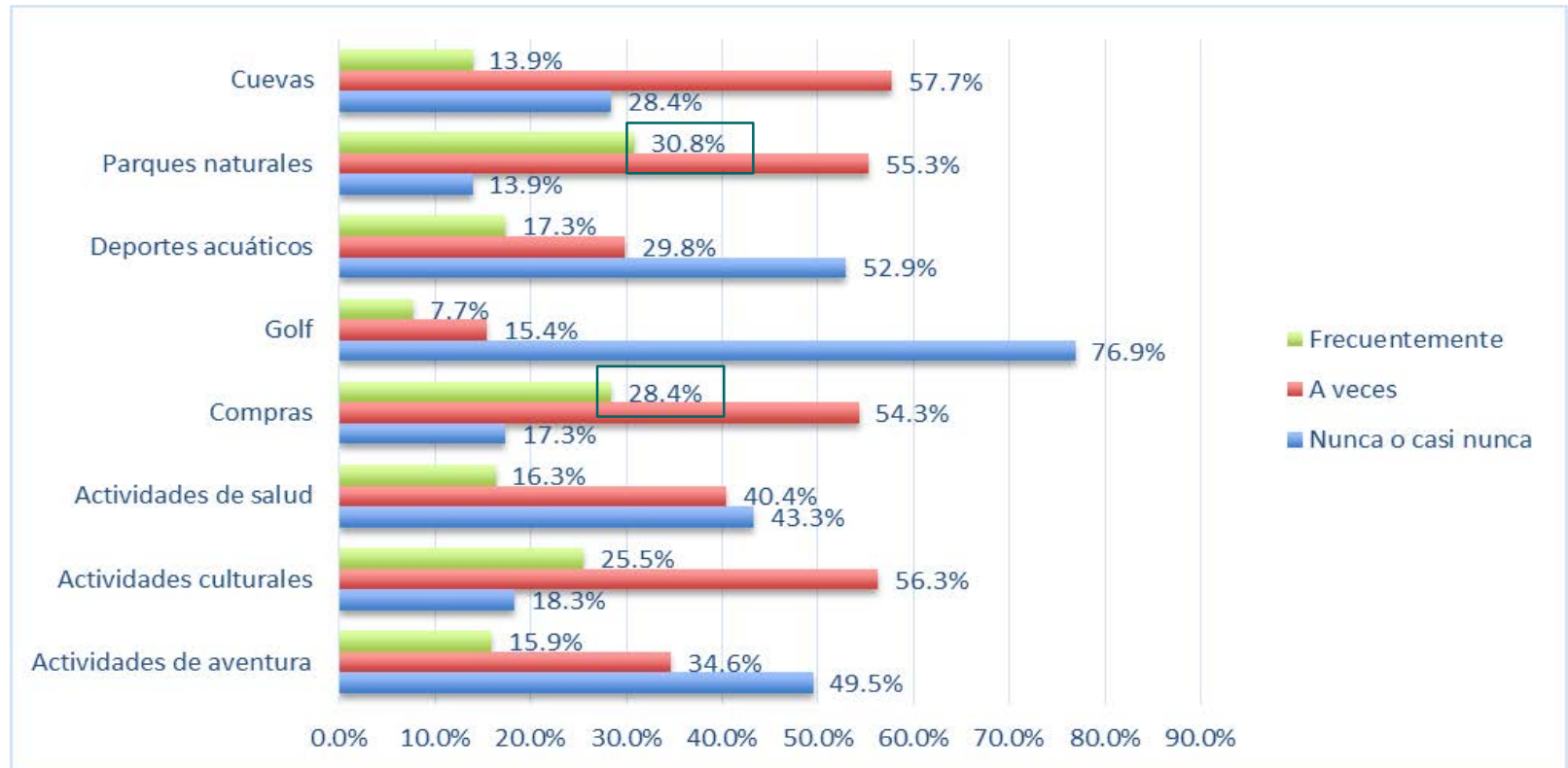
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Frecuencia de realización de actividades en un destino en el extranjero: FRANCIA



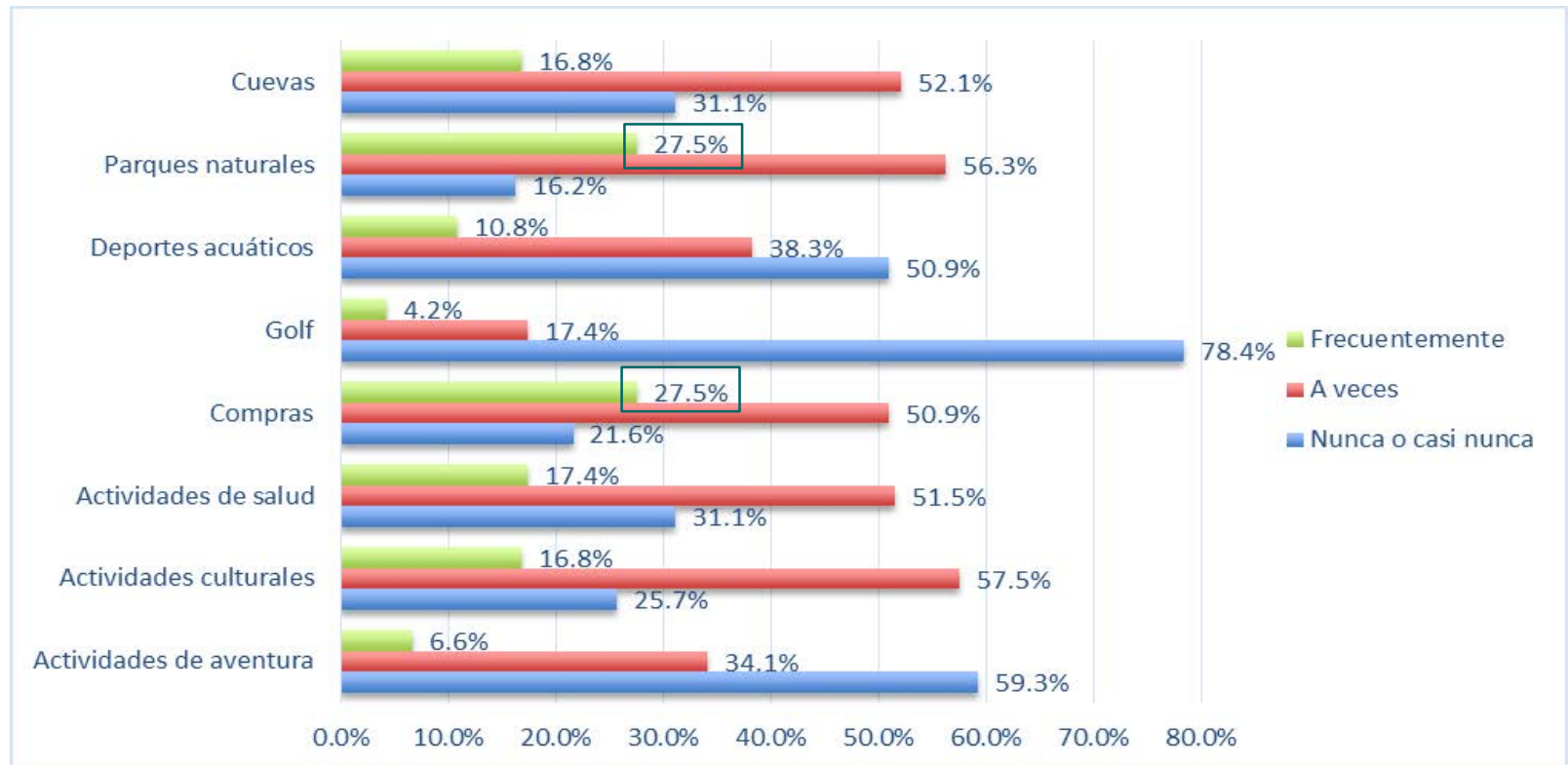
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Frecuencia de realización de actividades en un destino en el extranjero: REINO UNIDO



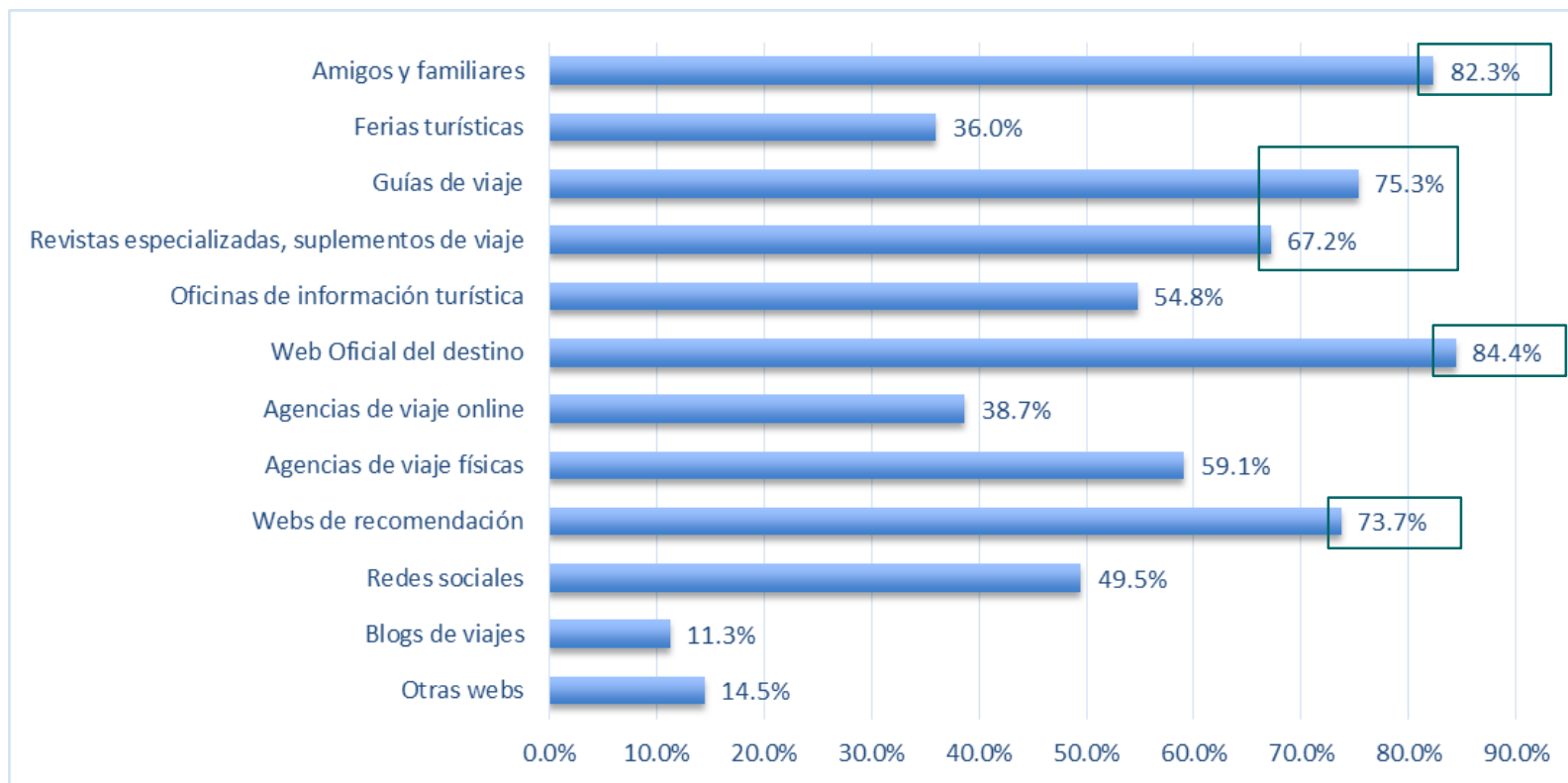
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Frecuencia de realización de actividades en un destino en el extranjero: ALEMANIA



6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

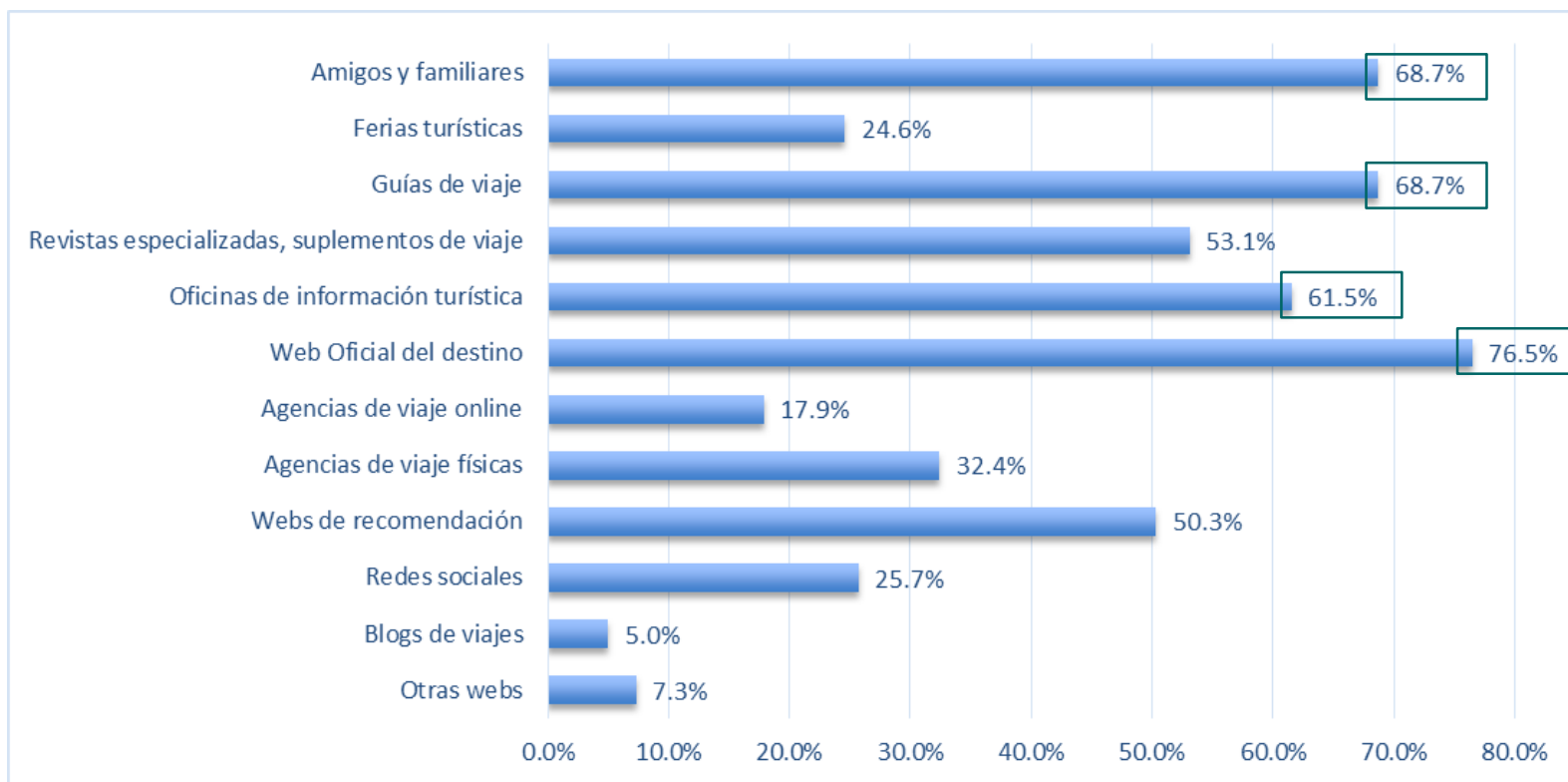
Fuentes de información en la organización de las visitas al extranjero: ITALIA*



* Pregunta de respuesta múltiple

6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

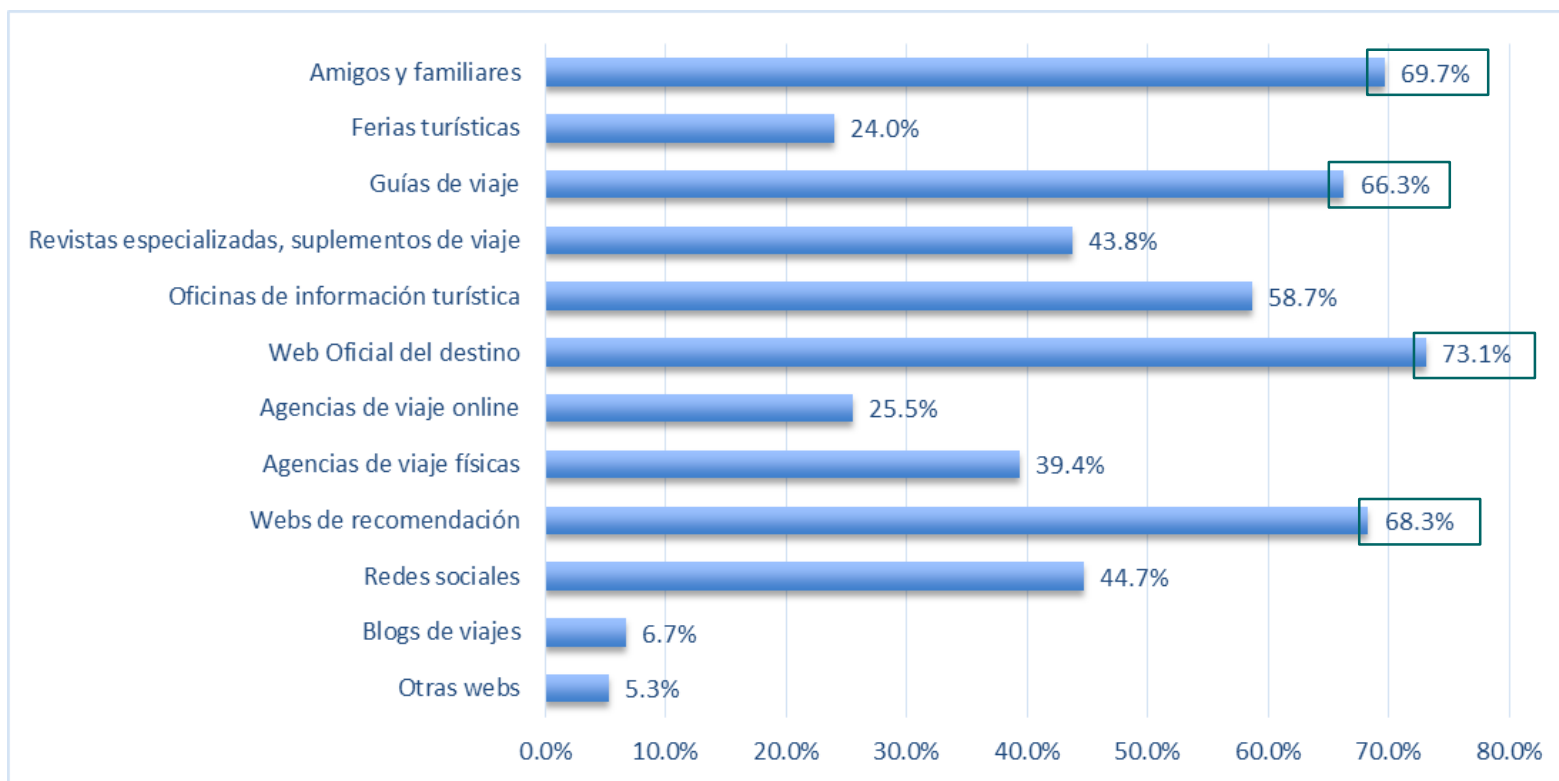
Fuentes de información en la organización de las visitas al extranjero: FRANCIA*



* Pregunta de respuesta múltiple

6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

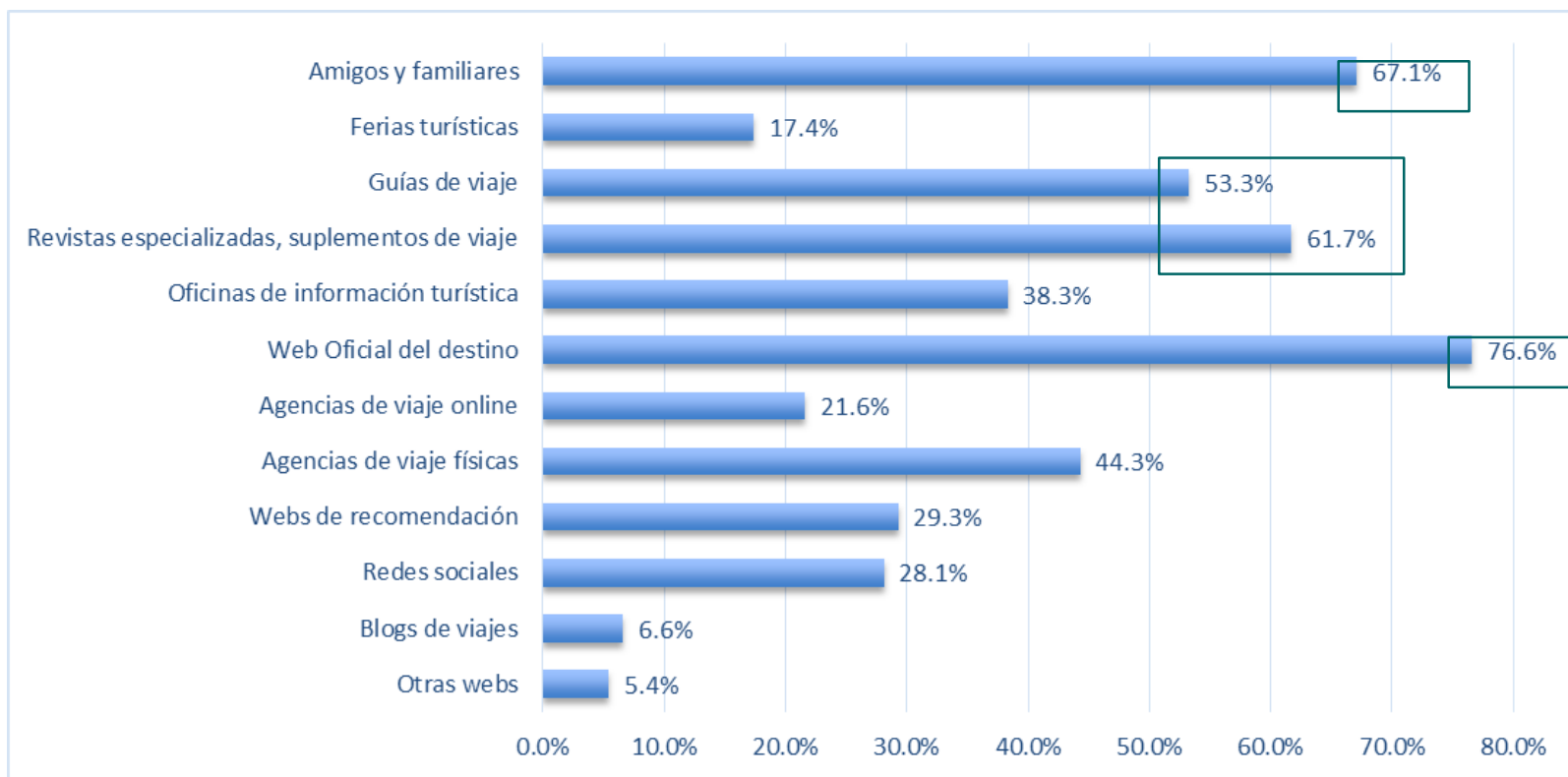
Fuentes de información en la organización de las visitas al extranjero: REINO UNIDO*



* Pregunta de respuesta múltiple

6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

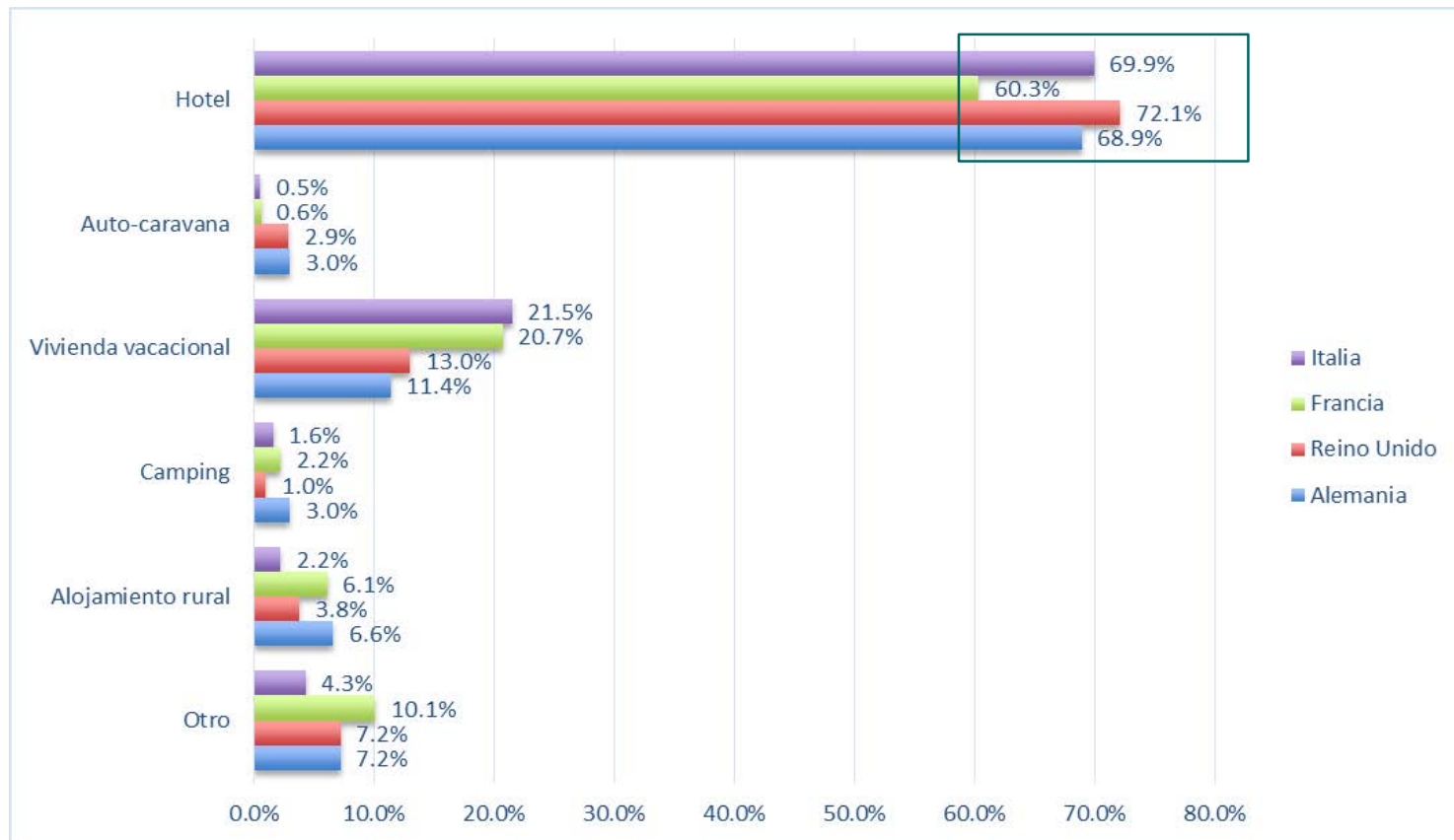
Fuentes de información en la organización de las visitas al extranjero: ALEMANIA*



* *Pregunta de respuesta múltiple*

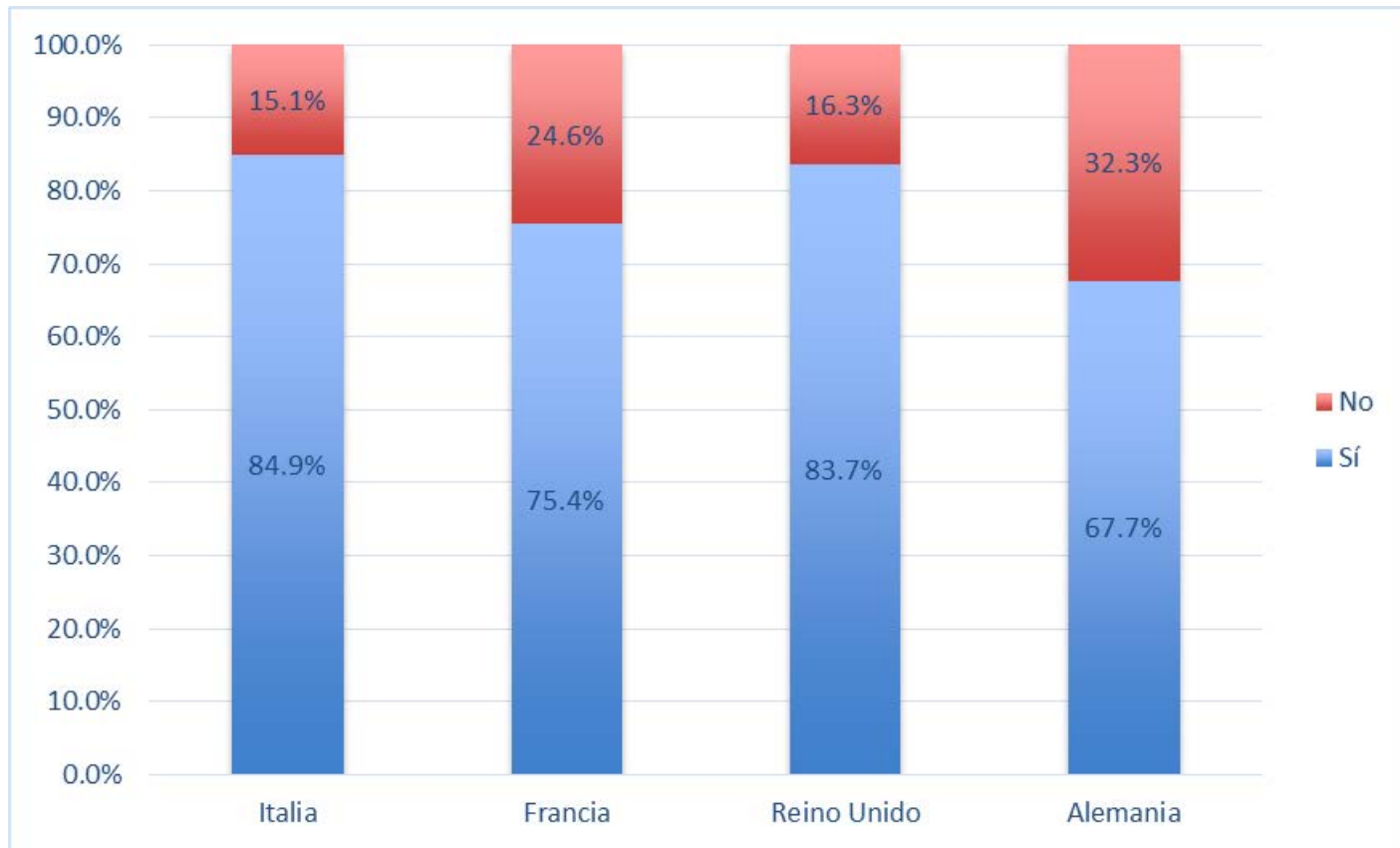
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Modalidad de alojamiento preferida en el extranjero



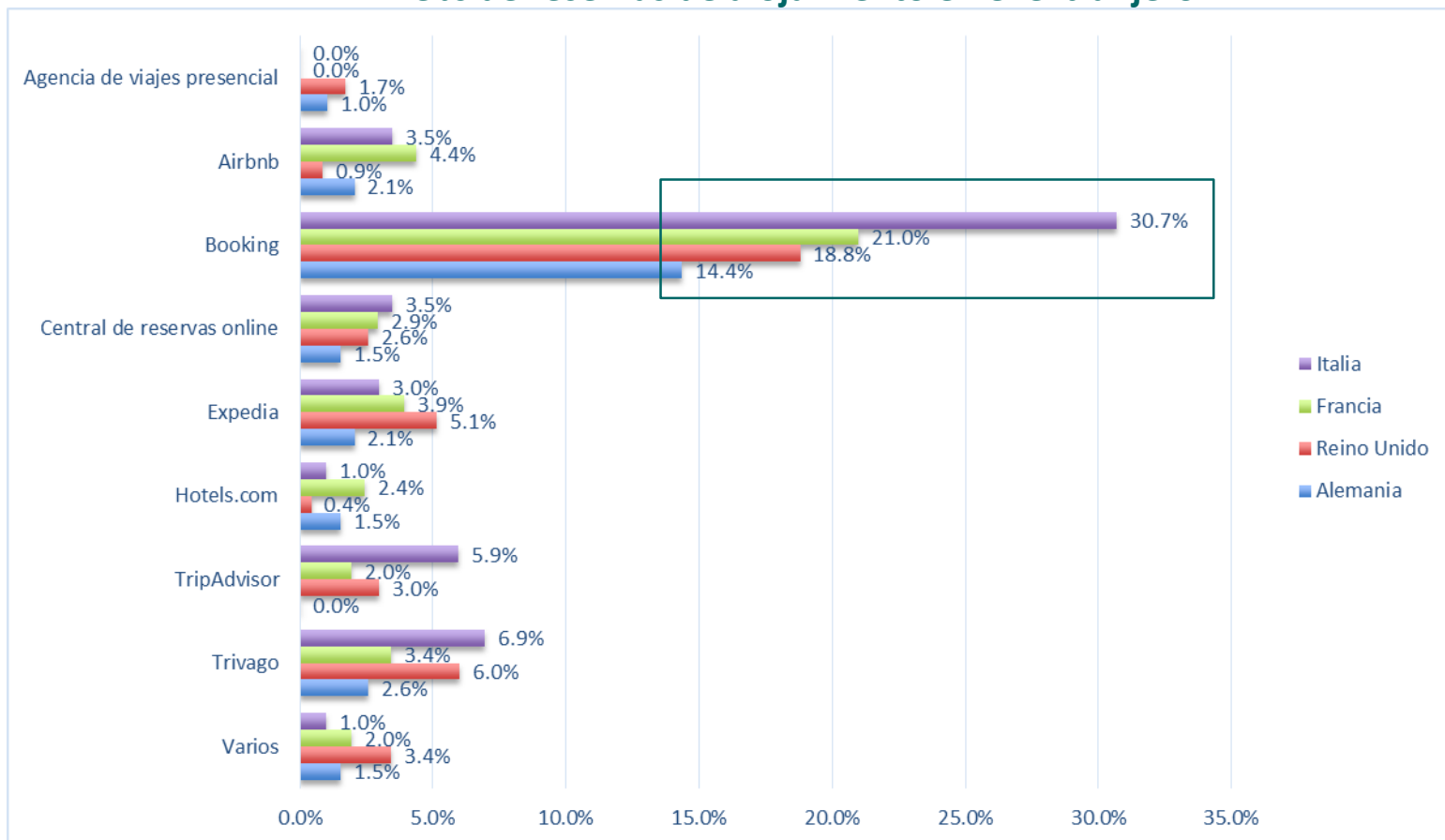
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Reserva online de alojamiento en el extranjero



6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Webs de reservas de alojamiento en el extranjero



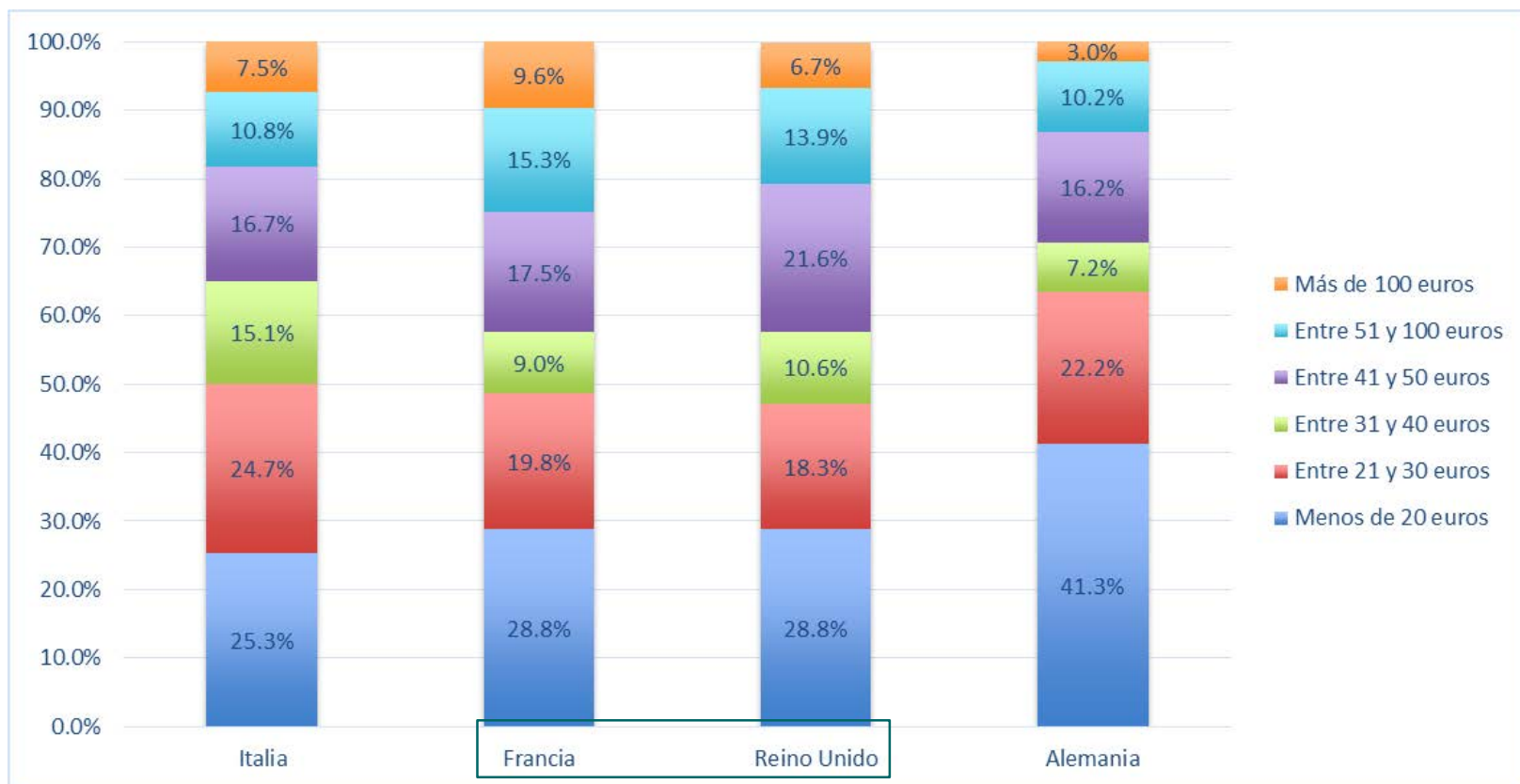
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Gasto medio diario en alojamiento en el extranjero



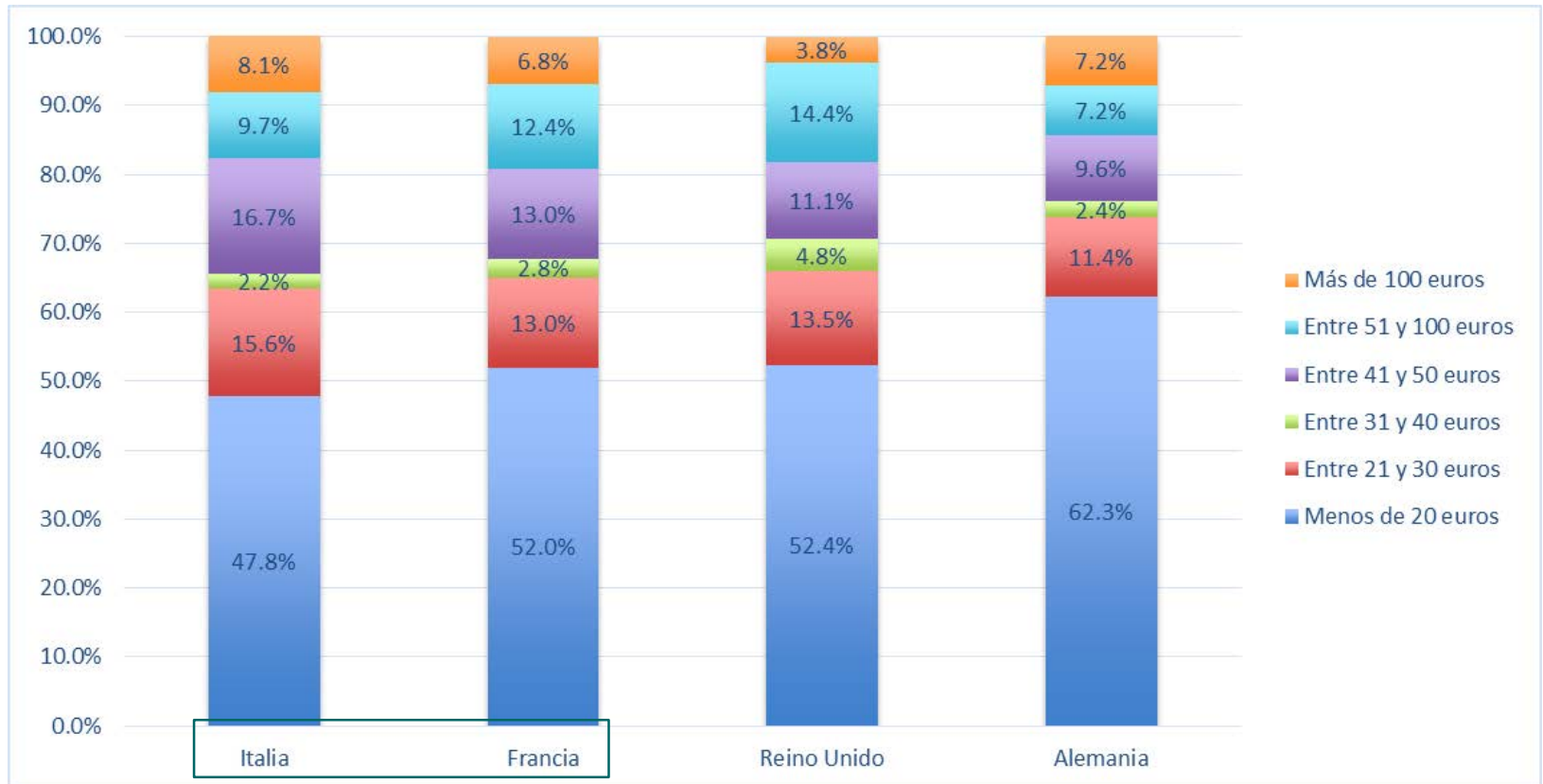
6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Gasto medio diario en manutención en el extranjero



6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Gasto medio diario en compras en el extranjero



6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

Gasto medio diario en ocio en el extranjero



6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

CONCLUSIONES (i)

1. Similitud de la muestra encuestada por países, sólo con particularidades para el caso de Alemania (perfil de encuestado con menor nivel de estudios y viviendo solo).
2. En términos generales, **1 viaje al extranjero de media al año**, de duración **entre 5 y 10 días**, y realizado en **pareja** y/o familia. Particularidades en Alemania (gran peso de los viajes de “más de 10 días”) e Italia y R. Unido (notable importancia de la frecuencia de viaje “más de 1 vez al año”).
3. En general, **los principales atributos buscados** por el turista en el destino extranjero **son la seguridad y el entorno natural**. Por el contrario, el ambiente nocturno es el atributo menos relevante.

6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

CONCLUSIONES (ii)

4. En general, las actividades más frecuentes son las compras y las visitas a parques naturales. Los turistas de Italia y Francia las complementan con actividades culturales.
5. Las fuentes de información más consultadas son la Web oficial del destino y los amigos y familiares. Destacan también los suplementos y guías de viaje, y las webs de recomendaciones (salvo en Alemania)
6. Elevados porcentajes de reserva online de alojamiento, muy especialmente por parte de turistas de Italia y Reino Unido.
7. Entre las webs de reservas de alojamiento, destaca especialmente Booking.

6. PREFERENCIAS Y COMPORTAMIENTOS TURÍSTICOS

CONCLUSIONES (iii)

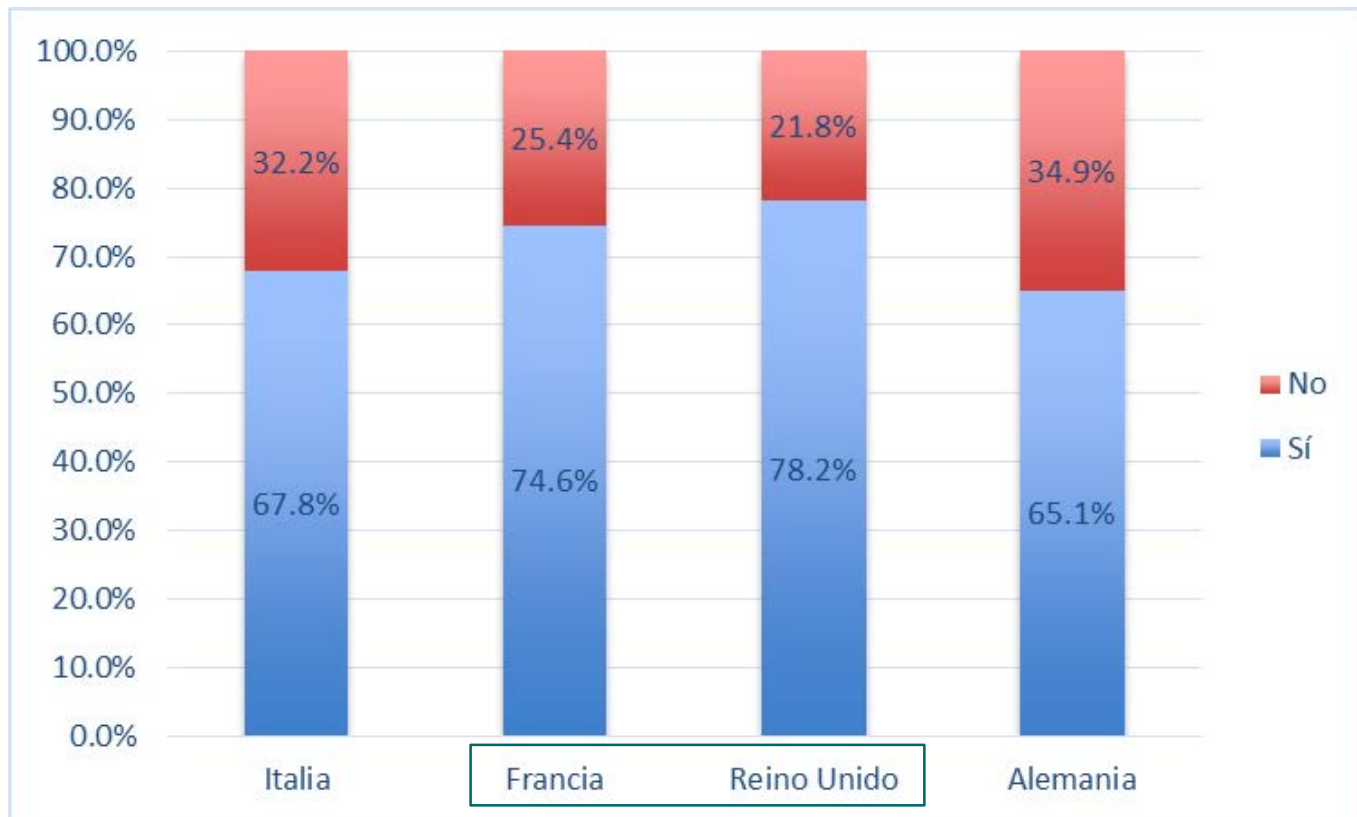
8. Gastos diarios medios (por persona):
 - i. Alojamiento → Entre 51 y 100 euros.
 - ii. Manutención → Menos de 30 euros.
 - iii. Compras → Menos de 20 euros.
 - iv. Ocio → Menos de 20 euros.
9. Los turistas de Francia tienen un mayor peso (%) en las categorías de gasto más elevadas.



CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

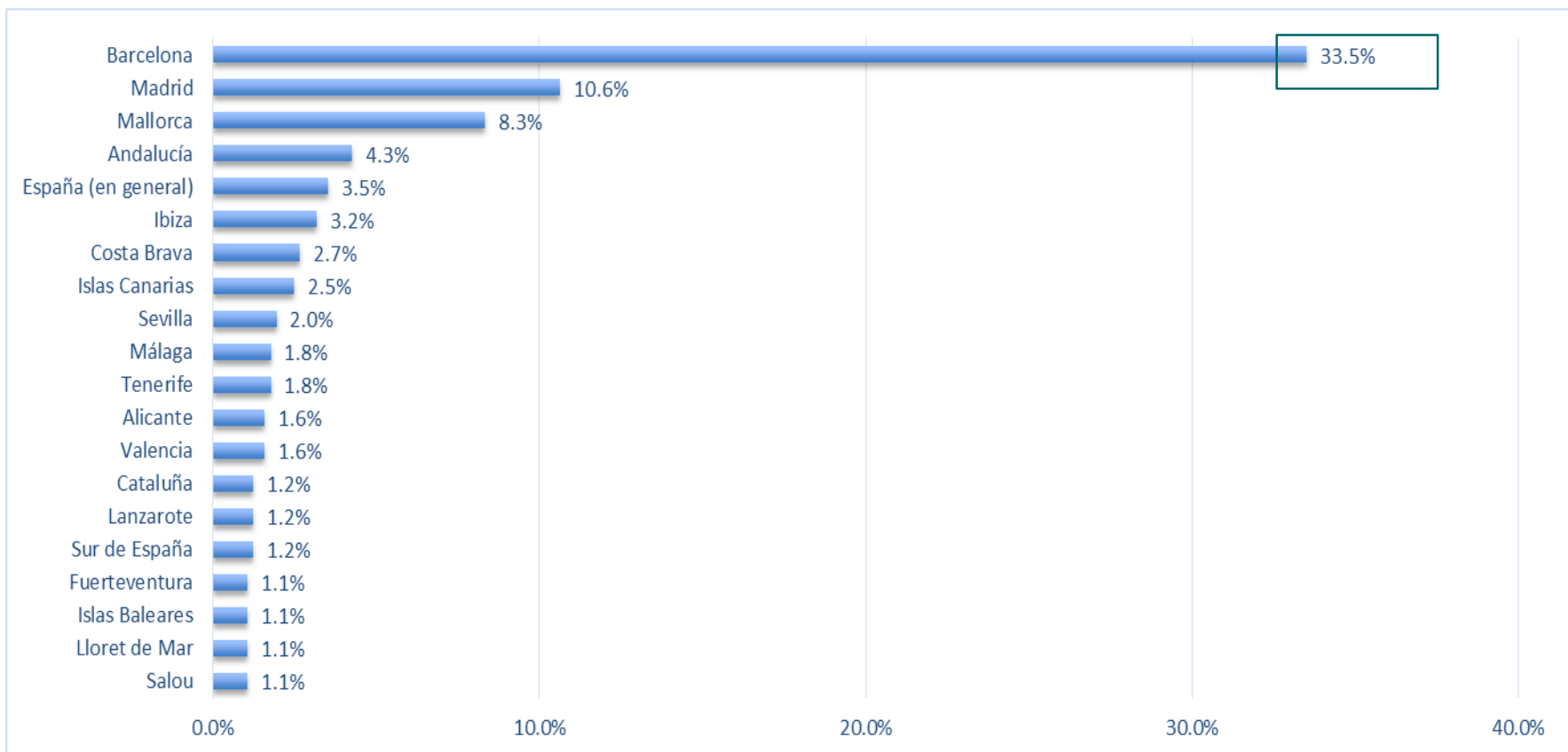
7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

Experiencia turística previa en España



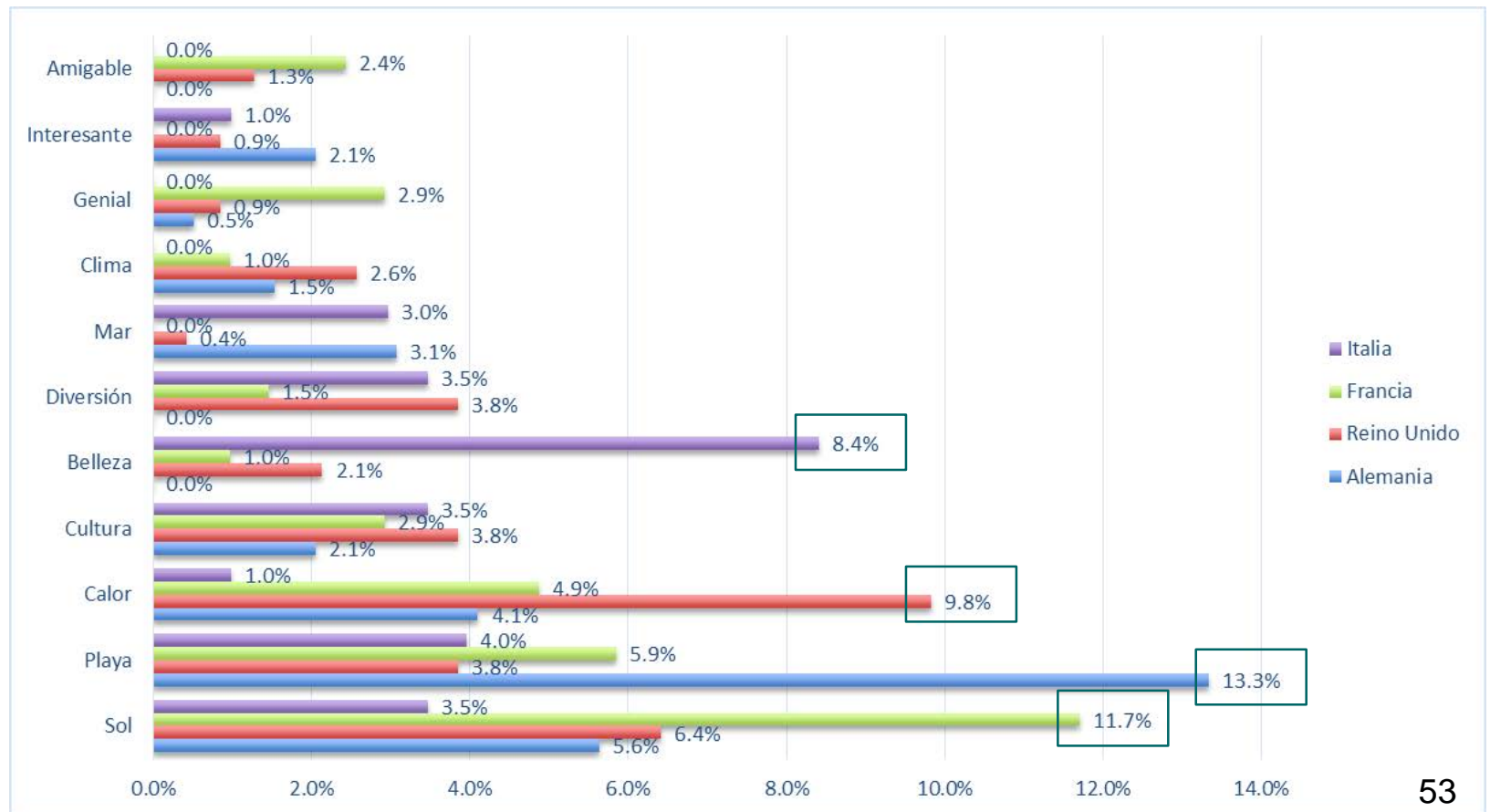
7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

Principales destinos preferidos en España



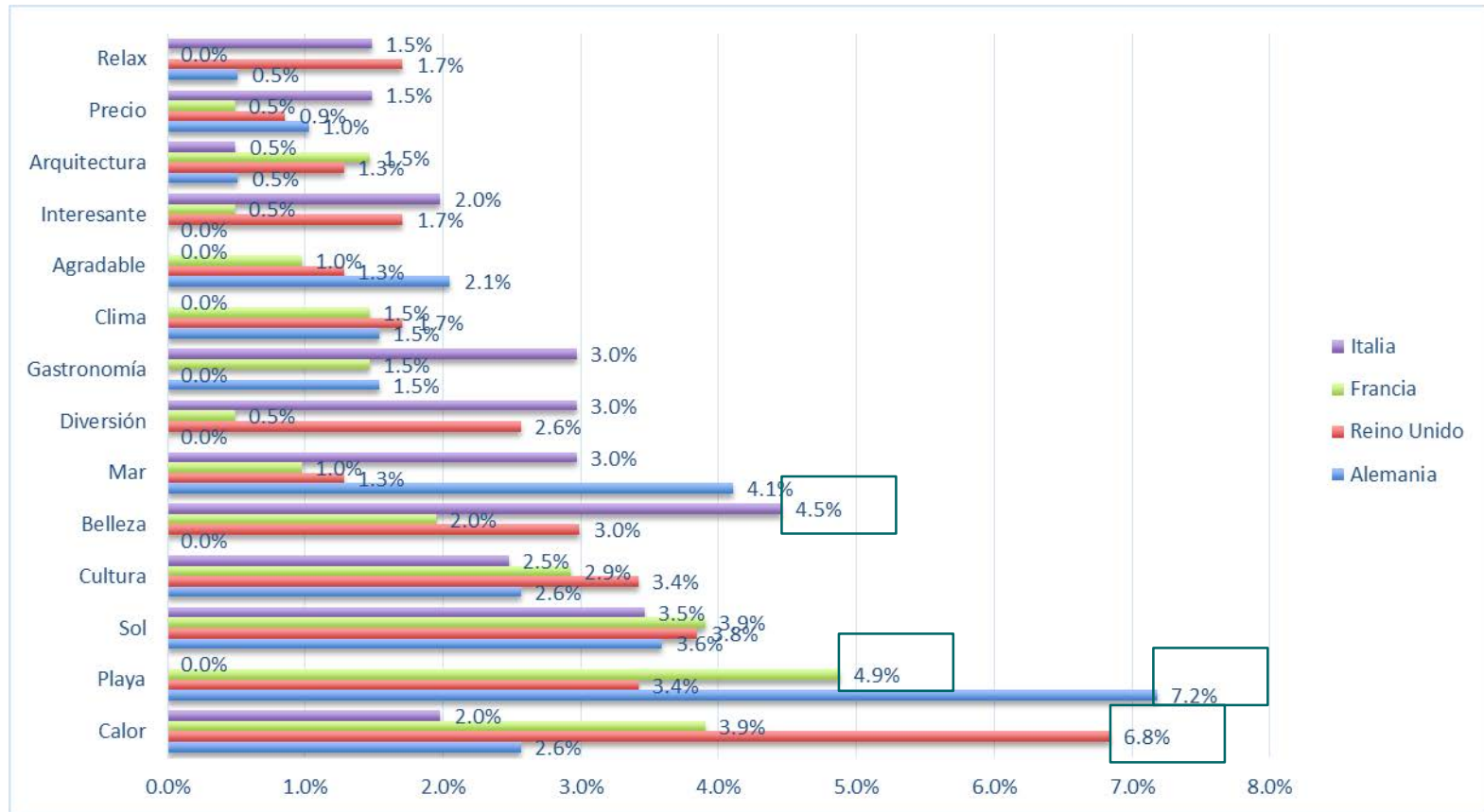
7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

Atributos asociados a España: 1ª palabra evocada



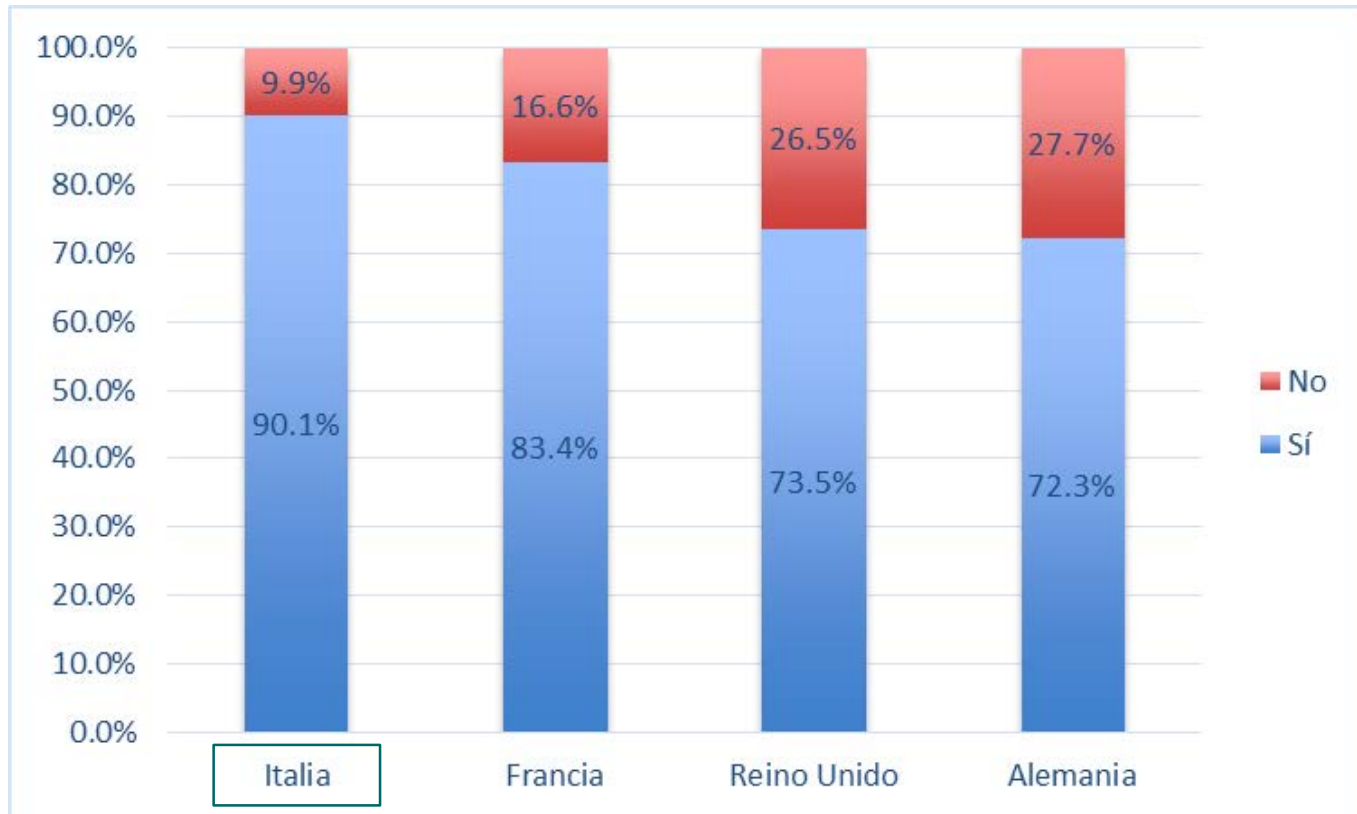
7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

Atributos asociados a España: 2ª palabra evocada



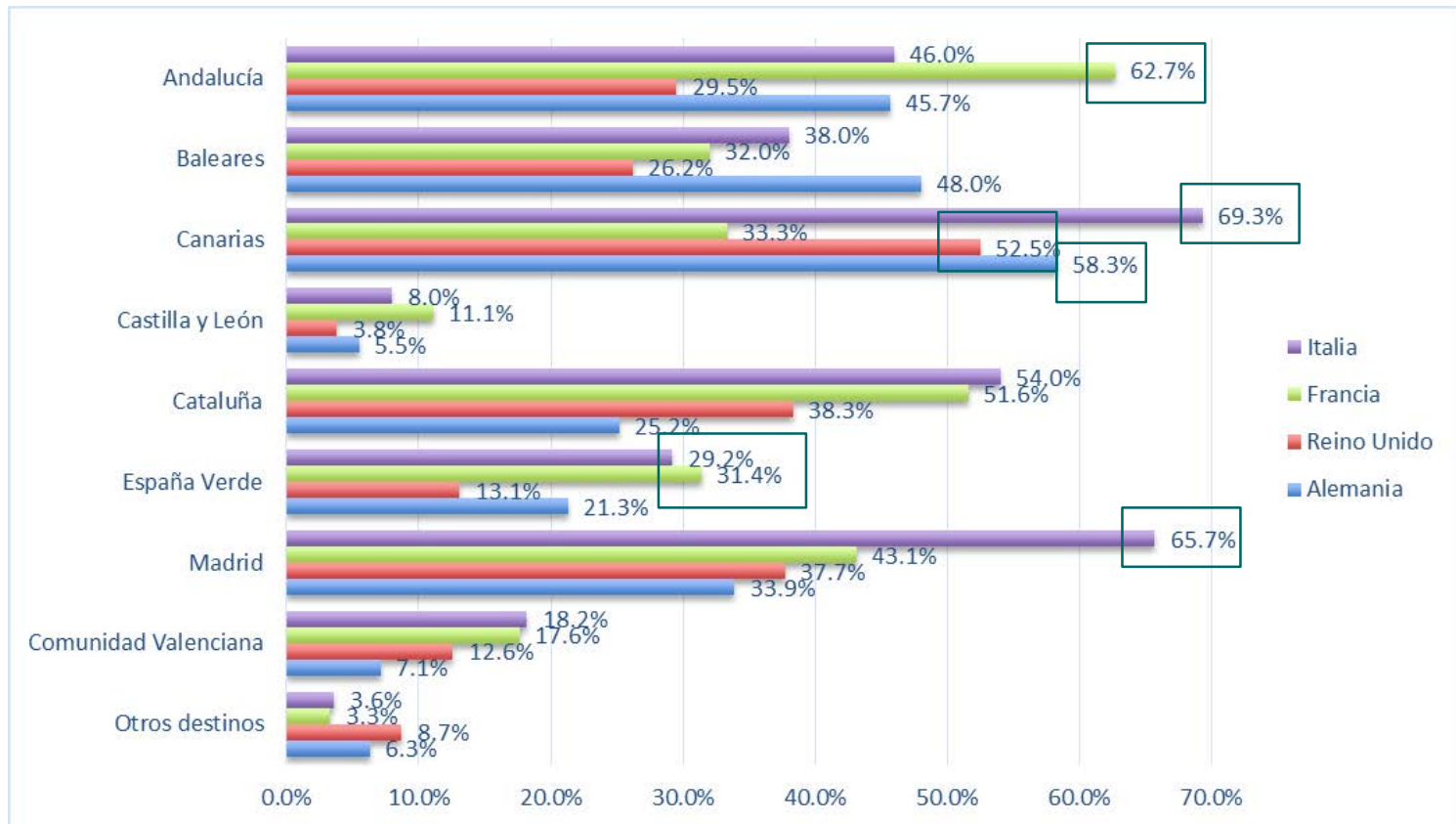
7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

Intención de visitar España en el futuro



7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

Destinos preferidos en España para una visita futura



7. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE ESPAÑA

CONCLUSIONES

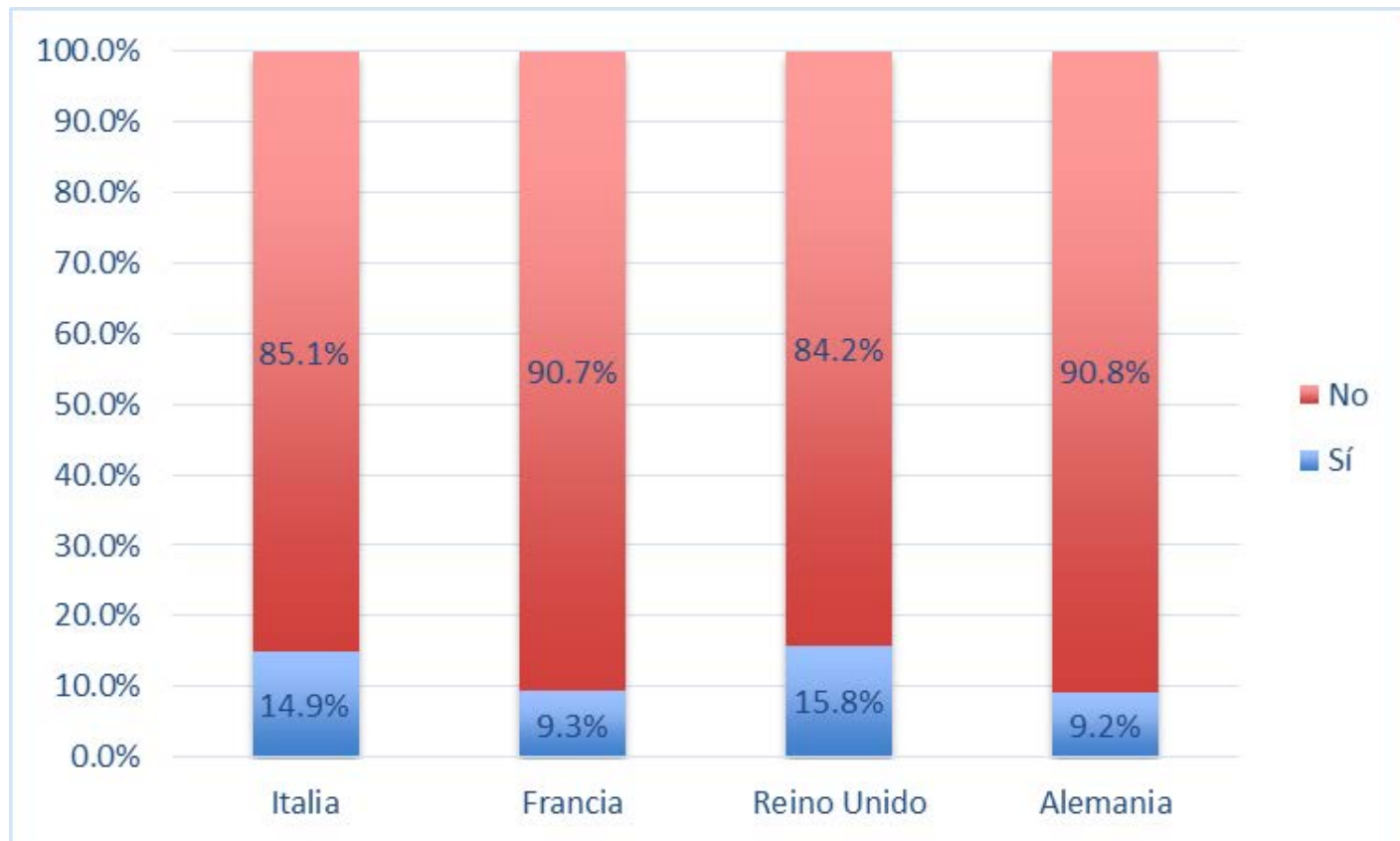
1. La experiencia turística previa en España es elevada, especialmente entre turistas de Reino Unido y Francia.
2. El destino español preferido es Barcelona, muy por encima del resto.
3. Las palabras más asociadas a España como destino turístico son: sol, playa y calor (en Alemania, Reino Unido y Francia) y belleza (en Italia).
4. La intención de visitar España es elevada, especialmente en Italia.
5. La intención de visitar la “España Verde”, significativamente mayor entre turistas de Francia e Italia (3 de cada 10).



CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

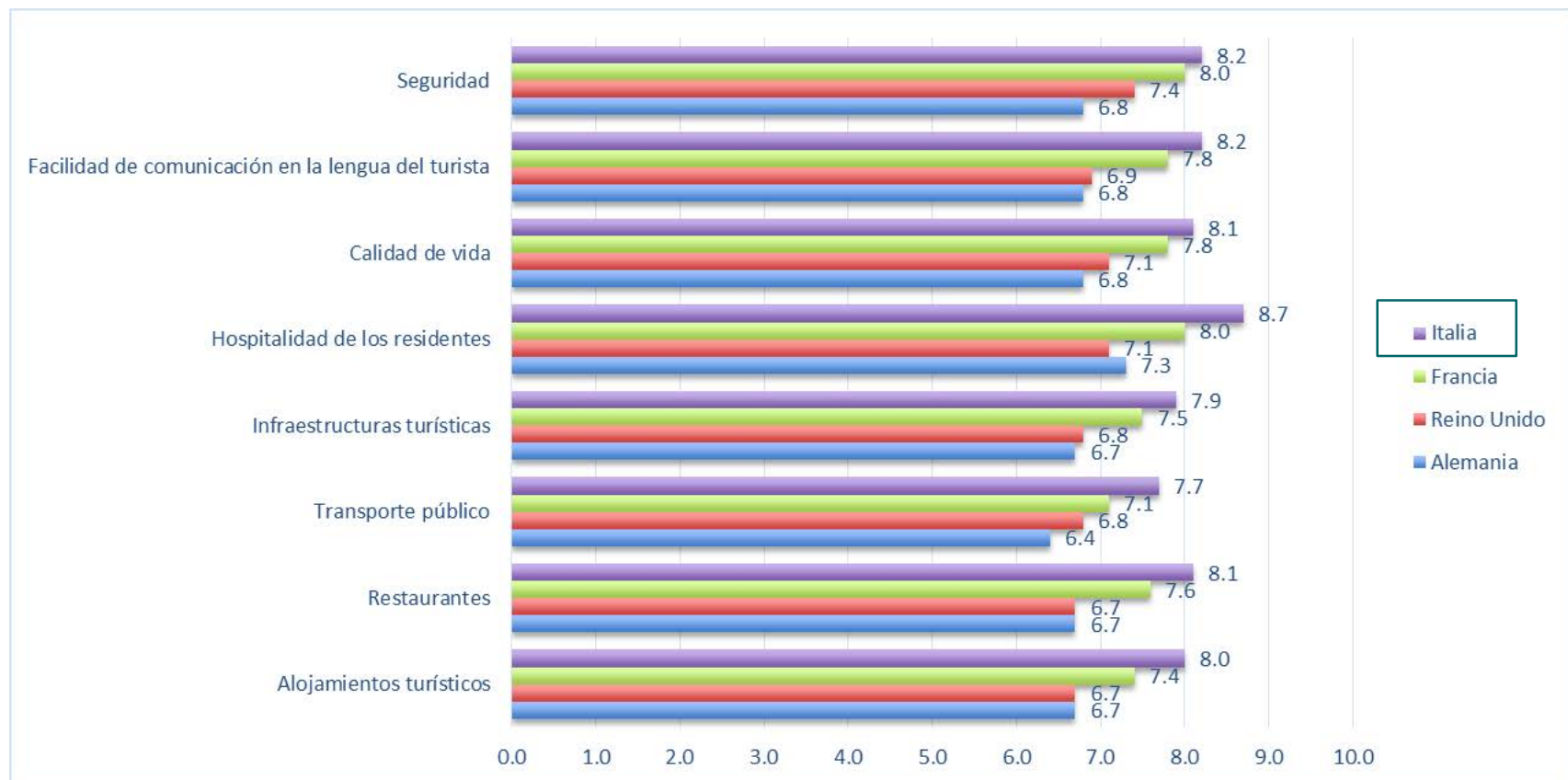
8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Experiencia turística previa en Cantabria



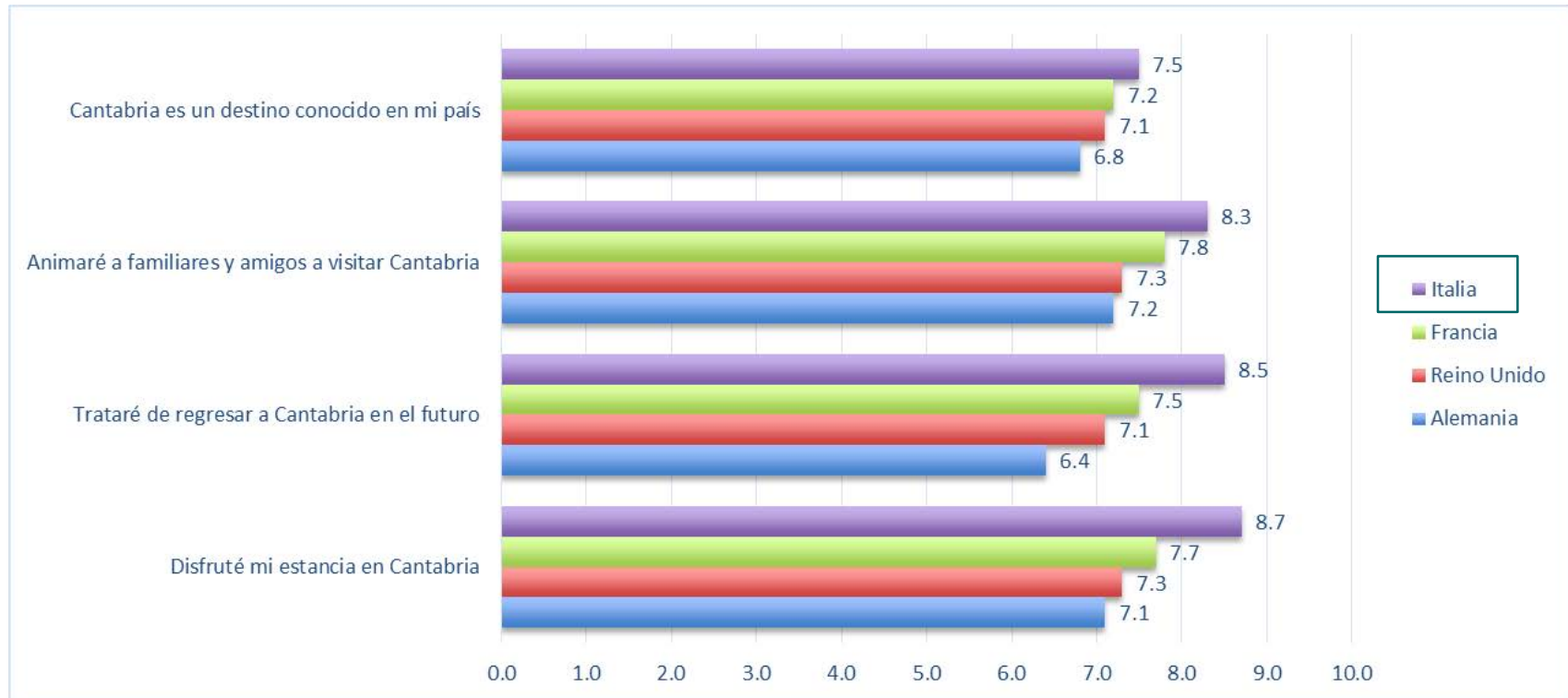
8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Percepciones sobre la región de Cantabria (CON EXPERIENCIA previa)



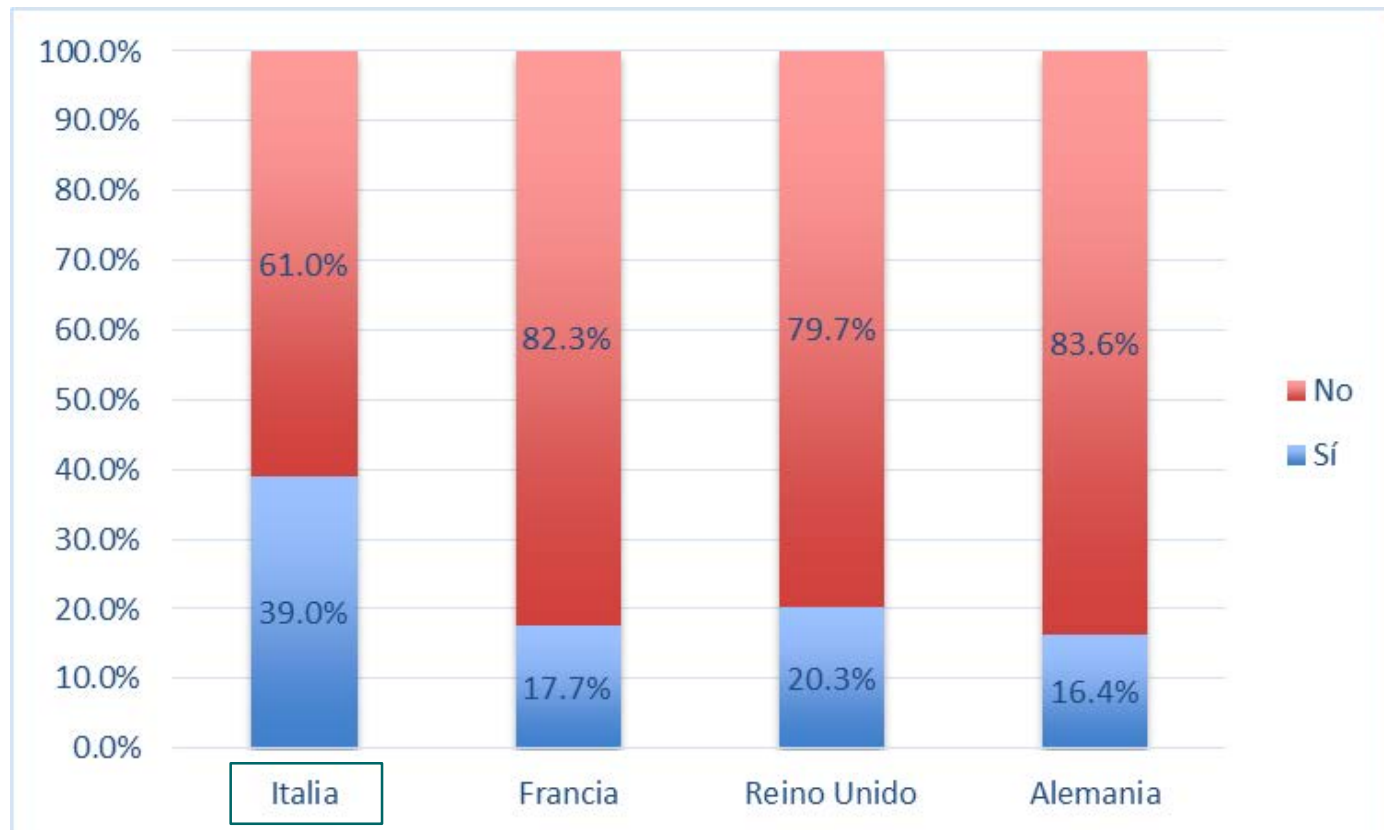
8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Valoración de la experiencia previa en la región de Cantabria



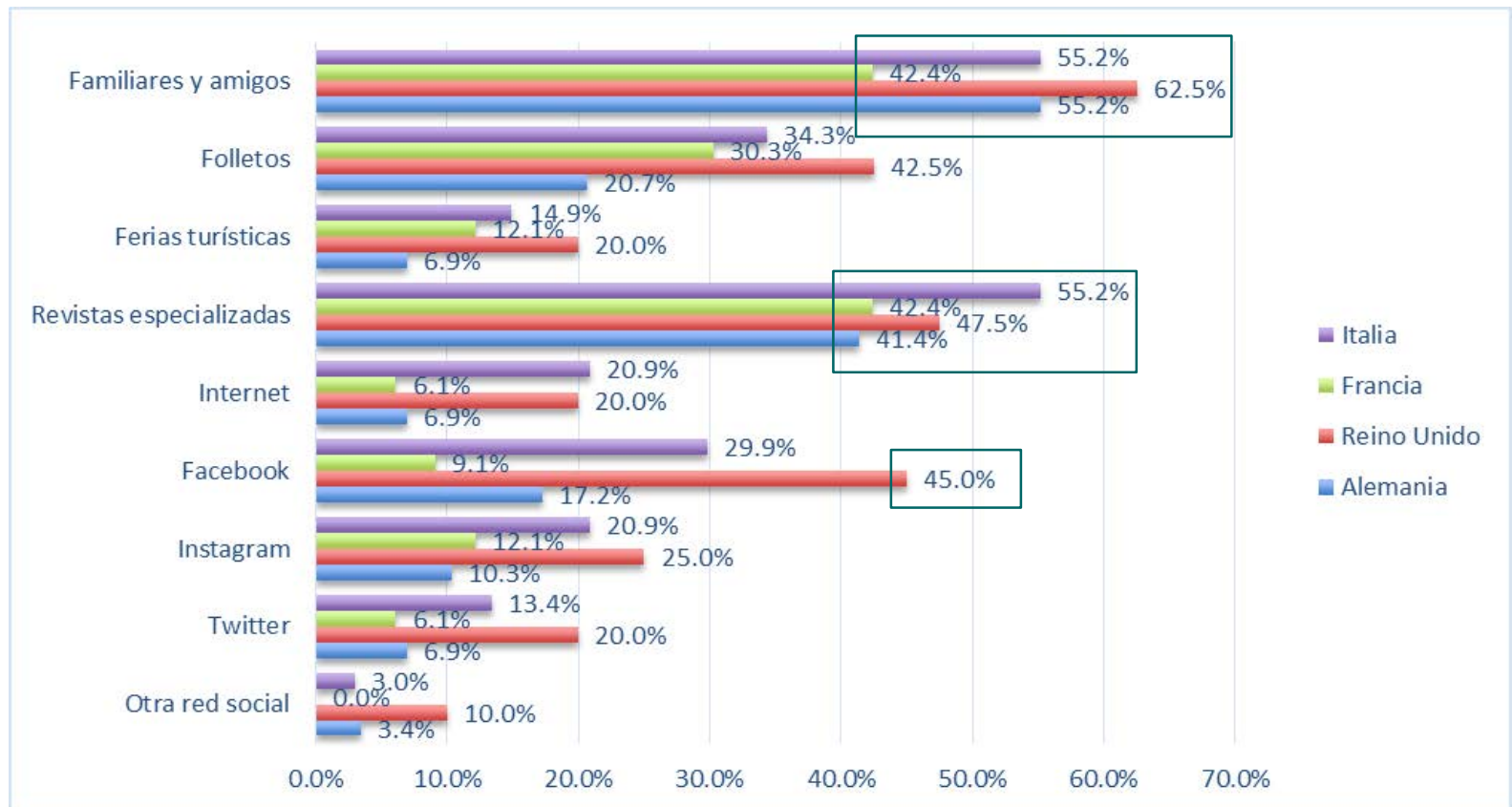
8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Conocimiento de la región de Cantabria (SIN EXPERIENCIA previa)



8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Fuentes de información sobre la región de Cantabria (SIN EXPERIENCIA)



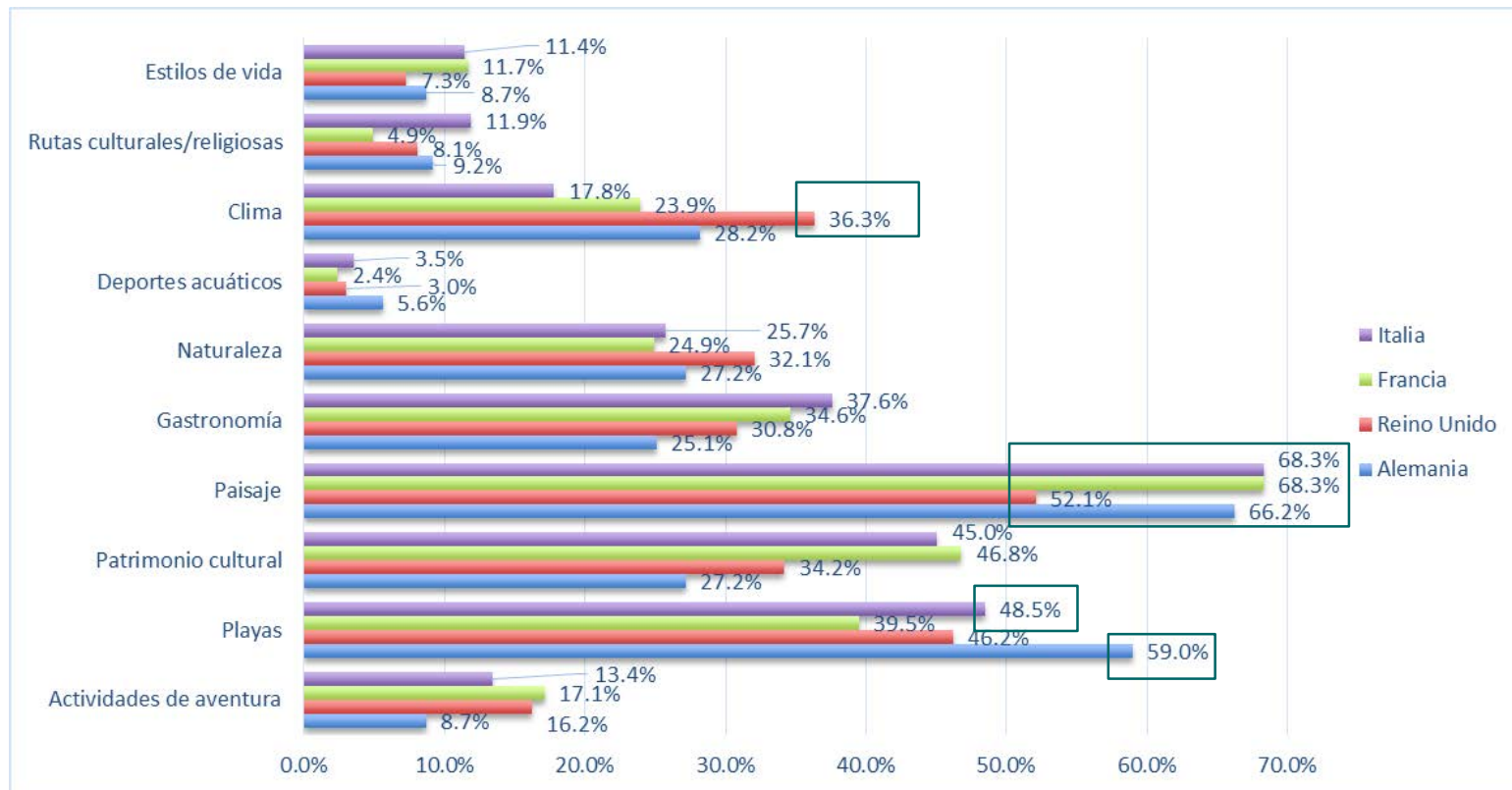
8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Valoración de los atributos de Cantabria a partir de las fuentes de información
(SIN EXPERIENCIA):



8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

Importancia de atributos de la España Verde como destino turístico*



* Selección de un máximo de 3 atributos a partir de una descripción de la "España Verde" 65

8. CONOCIMIENTO Y PERCEPCIONES DE CANTABRIA

CONCLUSIONES

1. La experiencia turística previa en Cantabria es baja.
2. La valoración más positiva de la región de Cantabria, entre aquellos que la han visitado previamente, procede de los turistas de Italia.
3. Entre los que no la han visitado nunca, amigos/familiares y revistas especializadas son las principales fuentes a través de las cuales les ha llegado información de Cantabria. Destaca Facebook entre los británicos.
4. Para los que han oído hablar de Cantabria (pero no la han visitado), las mejores valoraciones proceden de Italia y Alemania.
5. Los principales atributos de la España Verde son el paisaje y las playas.



SITUC

SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE CANTABRIA

Facultad de CC.EE. y EE.
Avda. de los Castros, s/n. 39005 - Santander (España).

situc@unican.es

Teléfono: (+34) 942 20 39 23