

ESTUDIO DE DEMANDA

TURISMO DE RESIDENTES

Universidad de Cantabria

Grupo de I+D+i de Inteligencia de Marketing

SITUC

SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE CANTABRIA

ÍNDICE

- 1. OBJETIVOS**
- 2. METODOLOGÍA**
- 3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE RESIDENTES**
- 4. COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTERNO**
- 5. PERCEPCIONES DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO**
- 6. VALORACIONES DE LAS INSTALACIONES DE CANTUR**
- 7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA**
- 8. ACTITUDES HACIA EL TURISMO EN CANTABRIA**
- 9. GRADO DE IDENTIFICACIÓN CON CANTABRIA**
- 10. CONCLUSIONES**

1. OBJETIVOS

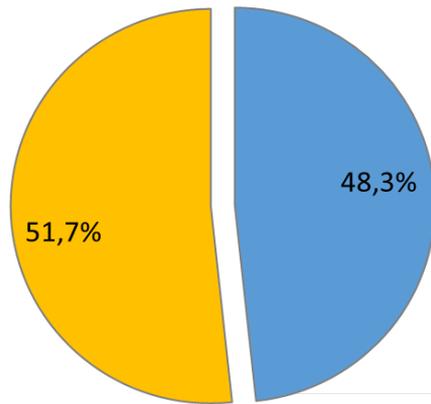
1. Conocer el comportamiento turístico interno de los residentes en Cantabria.
2. Estudiar las percepciones de los residentes sobre el destino Cantabria en general y sobre las instalaciones de Cantur en particular.
3. Identificar las evaluaciones de los residentes sobre los impactos del turismo en Cantabria a nivel económico, socio-cultural y medioambiental.
4. Examinar las actitudes de los residentes hacia el turismo en Cantabria y, en particular, hacia los turistas.
5. Determinar el nivel de identificación de los residentes con su región.

2. METODOLOGÍA

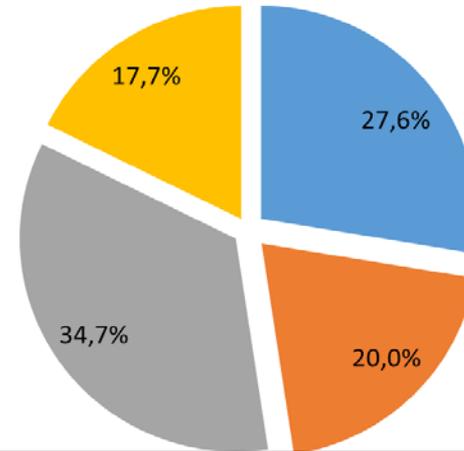
1. Estudio cuantitativo a residentes en Cantabria con mayoría de edad.
2. Método de contacto: encuesta personal en diferentes puntos de Cantabria (*donde destaca Santander con el 40% de la muestra aprox.*).
3. Procedimiento de muestreo: no probabilístico, por cuotas según sexo y edad del encuestado.
4. Tamaño de la muestra: 619 encuestas válidas.
5. Fechas: Abril de 2014.

3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE RESIDENTES

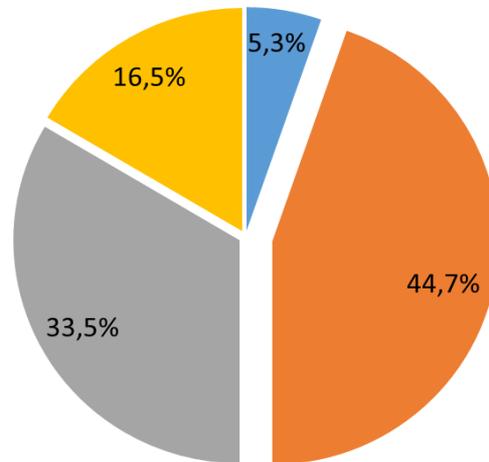
Perfil sociodemográfico



■ Hombre
■ Mujer



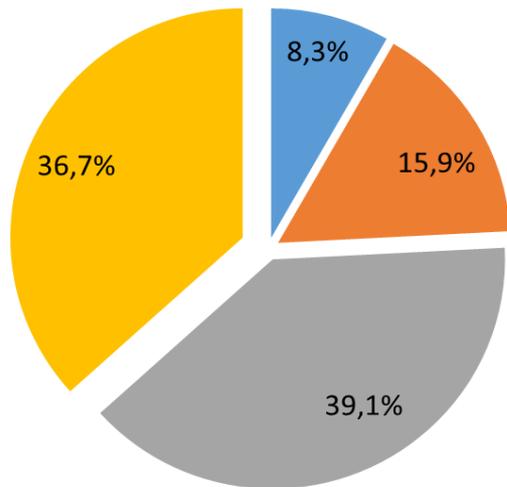
■ 18 a 29 años
■ 30 a 44 años
■ 45 a 64 años
■ Más de 65 años



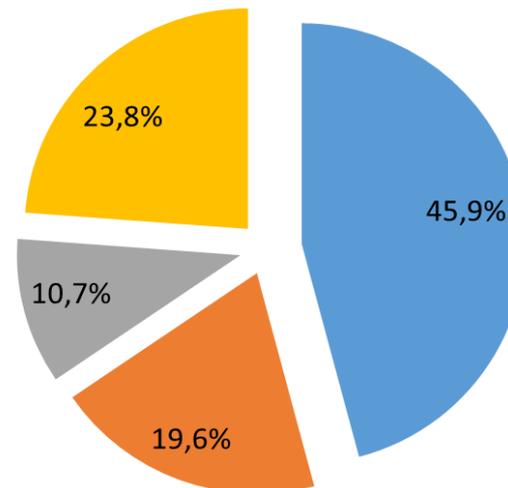
■ Menos de 20 años en Cantabria
■ Entre 20 y 40 años en Cantabria
■ Entre 40 y 60 años en Cantabria
■ Más de 60 años en Cantabria

3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE RESIDENTES

Perfil sociodemográfico



- Sin estudios
- Primarios
- Secundarios (FP/Bachiller)
- Universitarios

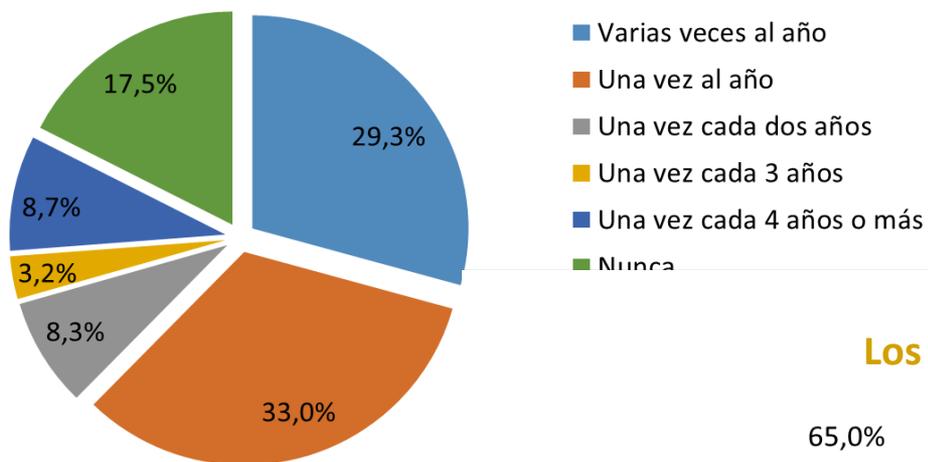


- Trabajador en activo
- Estudiante
- Ama de casa
- Parado/Jubilado

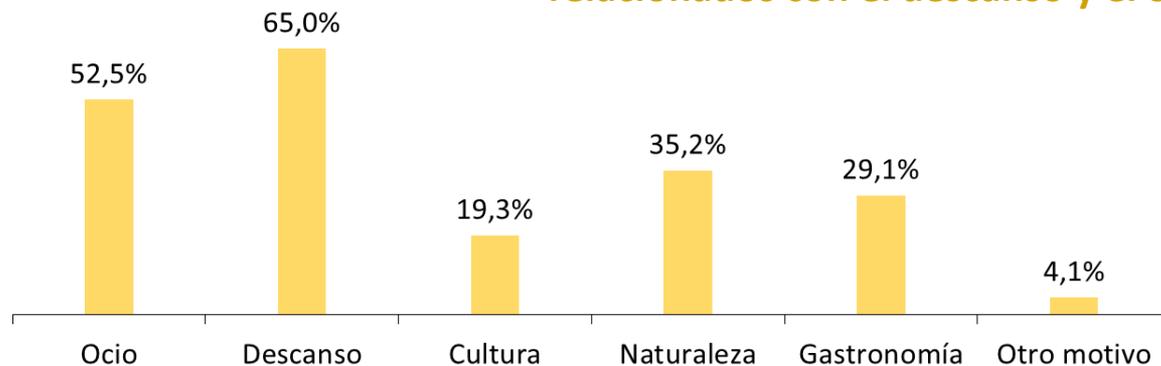
4. COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTERNO

Motivos y frecuencia de elección de Cantabria para sus vacaciones

Más del 60% de los residentes disfruta al menos 1 vez al año de sus vacaciones en la región



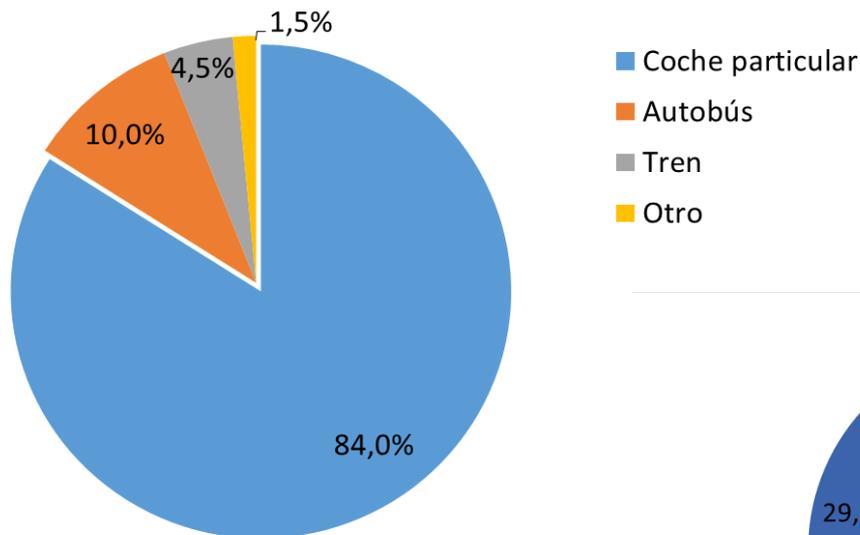
Los principales motivos para elegir Cantabria están relacionados con el descanso y el ocio



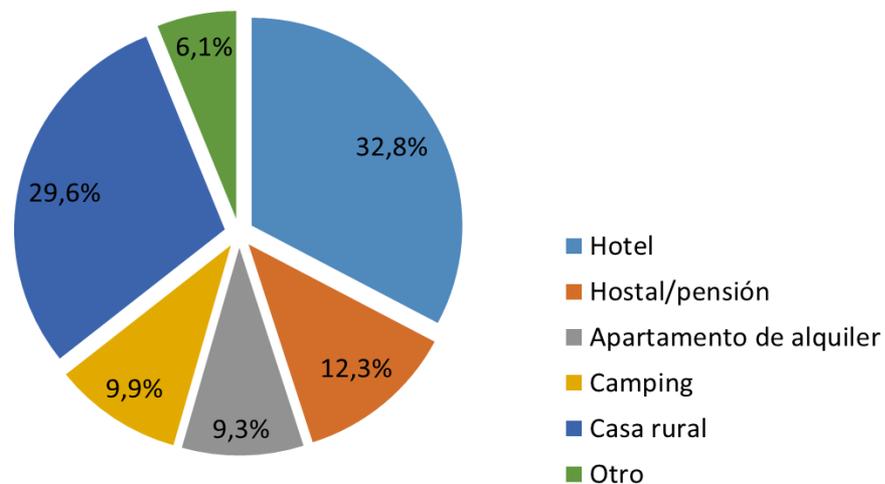
4. COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTERNO

Desplazamiento y alojamiento durante sus vacaciones en Cantabria

La gran mayoría de los residentes se desplaza en sus propios coches



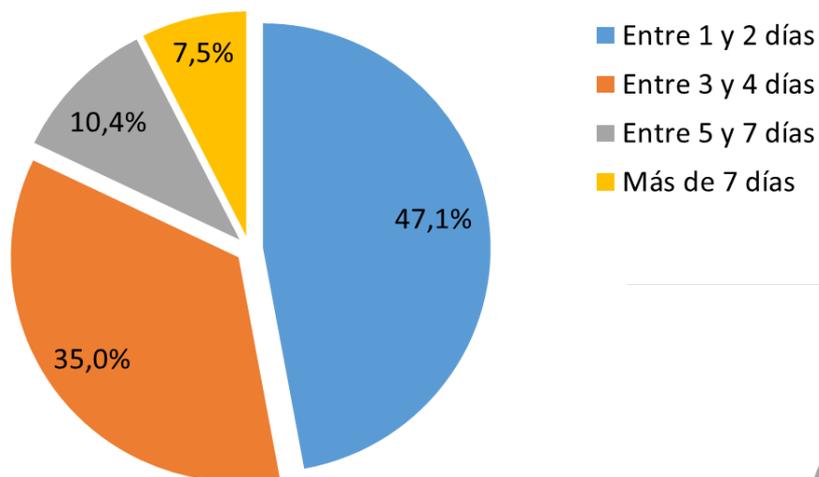
Los hoteles (3 y 4*) y las casas rurales son sus tipos de alojamiento preferidos



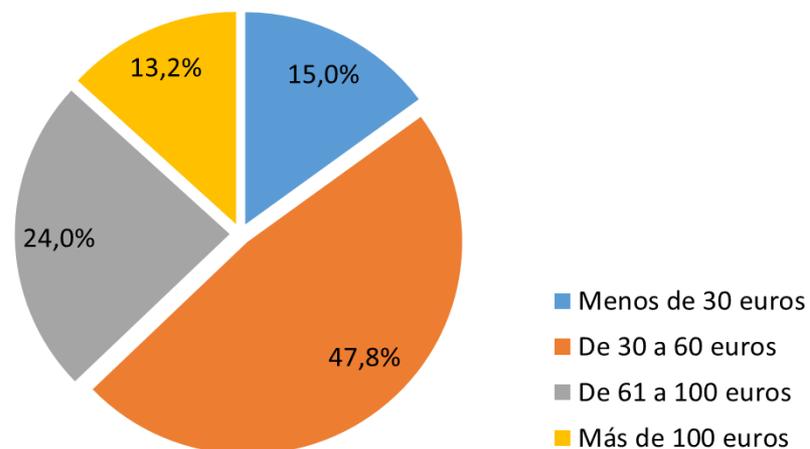
4. COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTERNO

Duración y gasto medio diario de sus vacaciones en Cantabria

La duración de sus vacaciones en Cantabria suele oscilar entre 1 y 4 días



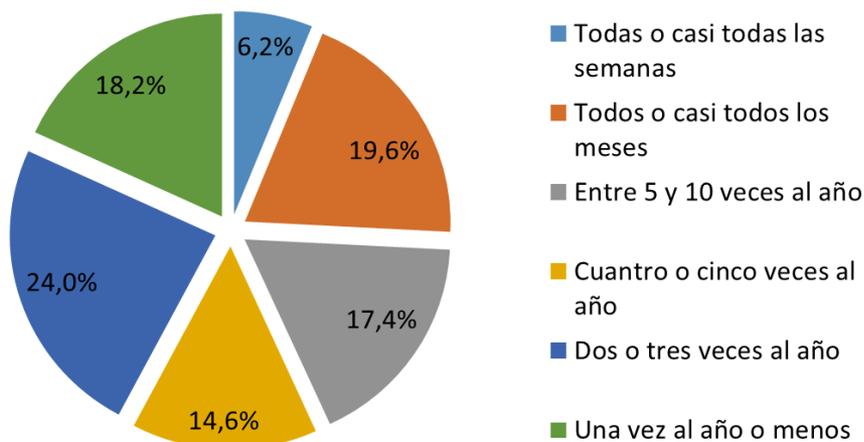
La principal horquilla de gasto se halla en 30-60 euros/día



4. COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTERNO

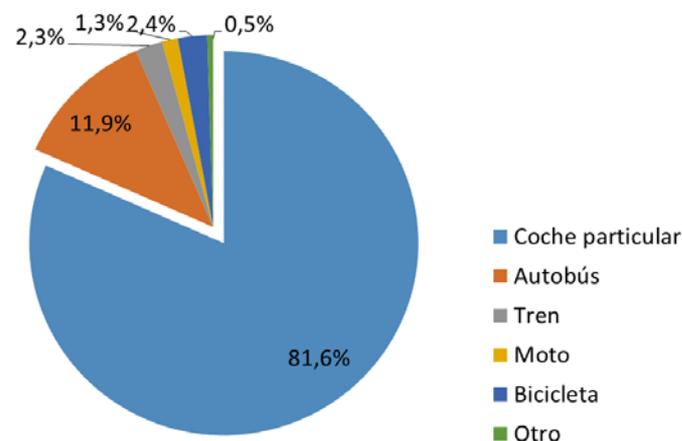
Frecuencia, desplazamiento y gasto medio diario (excursiones)

Más del 40% de los residentes realizan excursiones por Cantabria, al menos, cinco veces al año



Gasto medio de 40 euros en sus excursiones o visitas de un día en Cantabria

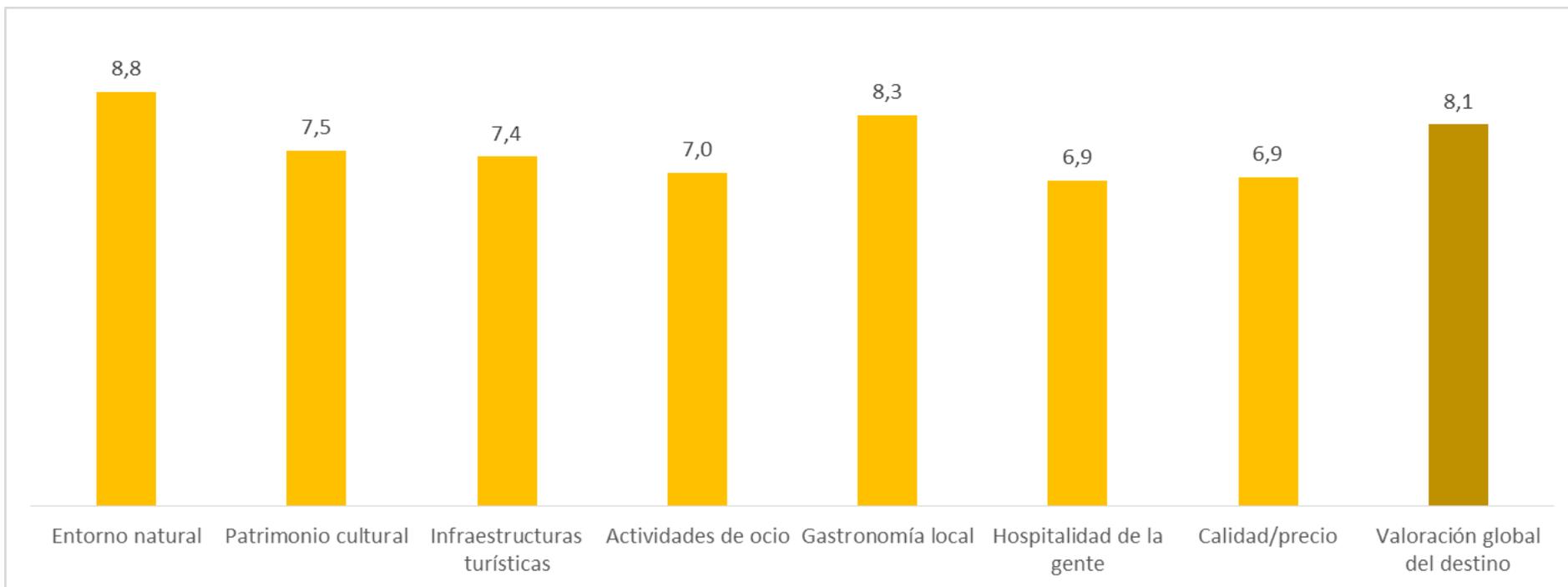
Principalmente se desplazan en sus propios coches



5. PERCEPCIONES DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO

Valoraciones de los residentes sobre Cantabria (I)

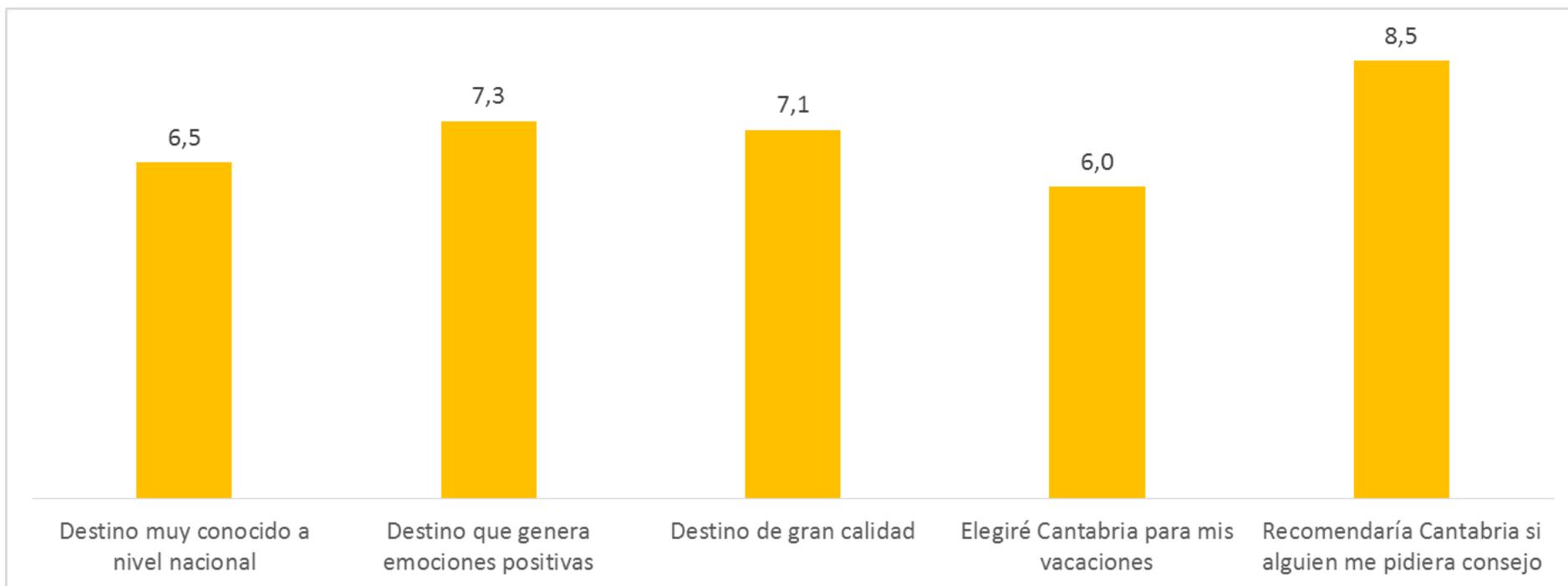
Valoración positiva de Cantabria por parte de los residentes; en especial, su naturaleza y gastronomía



5. PERCEPCIONES DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO

Valoraciones de los residentes sobre Cantabria (II)

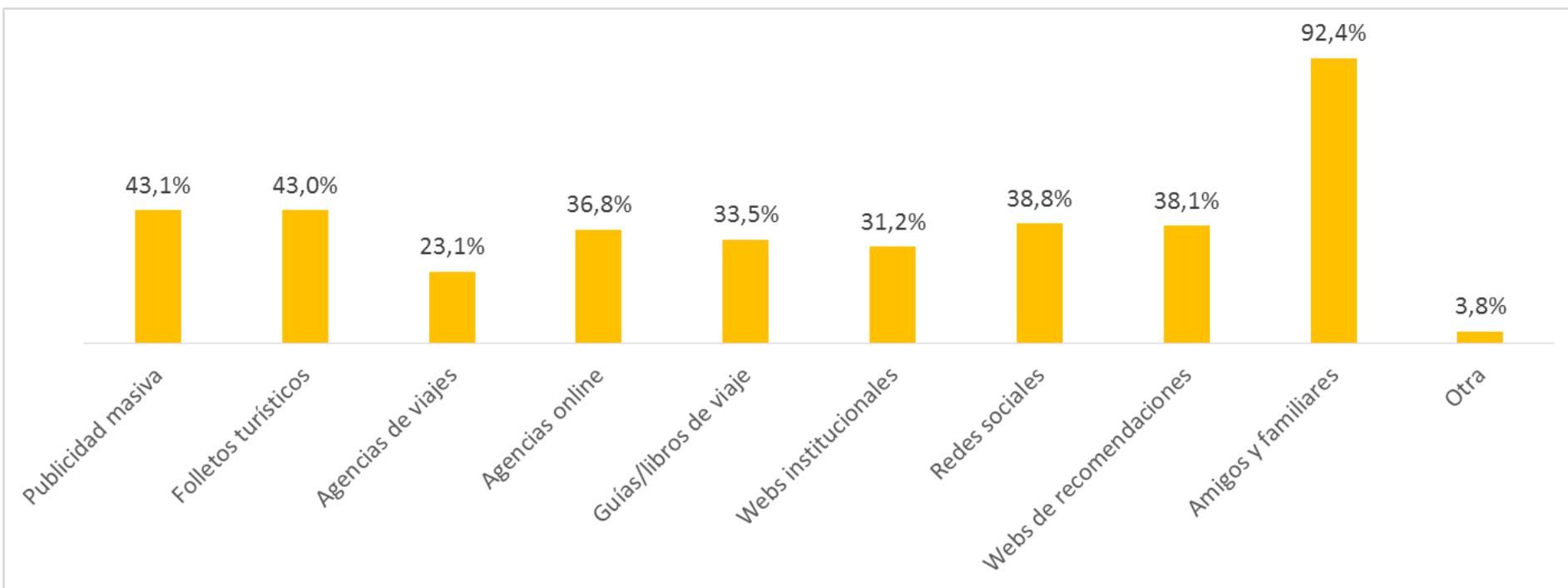
Alta implicación de los residentes en términos de intención de recomendar Cantabria como destino



5. PERCEPCIONES DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO

Uso de fuentes de información por los residentes

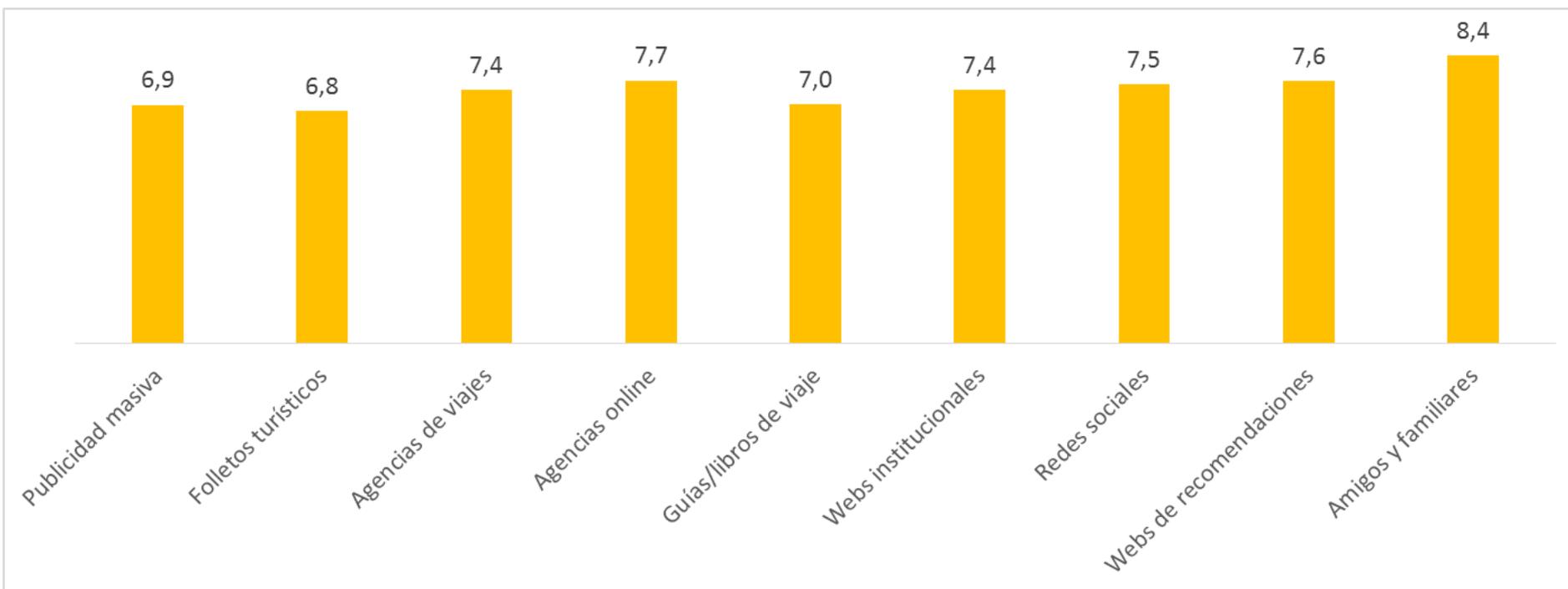
Destaca muy especialmente el “boca-oreja” como fuente de información utilizada por los residentes para organizar sus viajes por Cantabria



5. PERCEPCIONES DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO

Importancia de las fuentes de información para los residentes

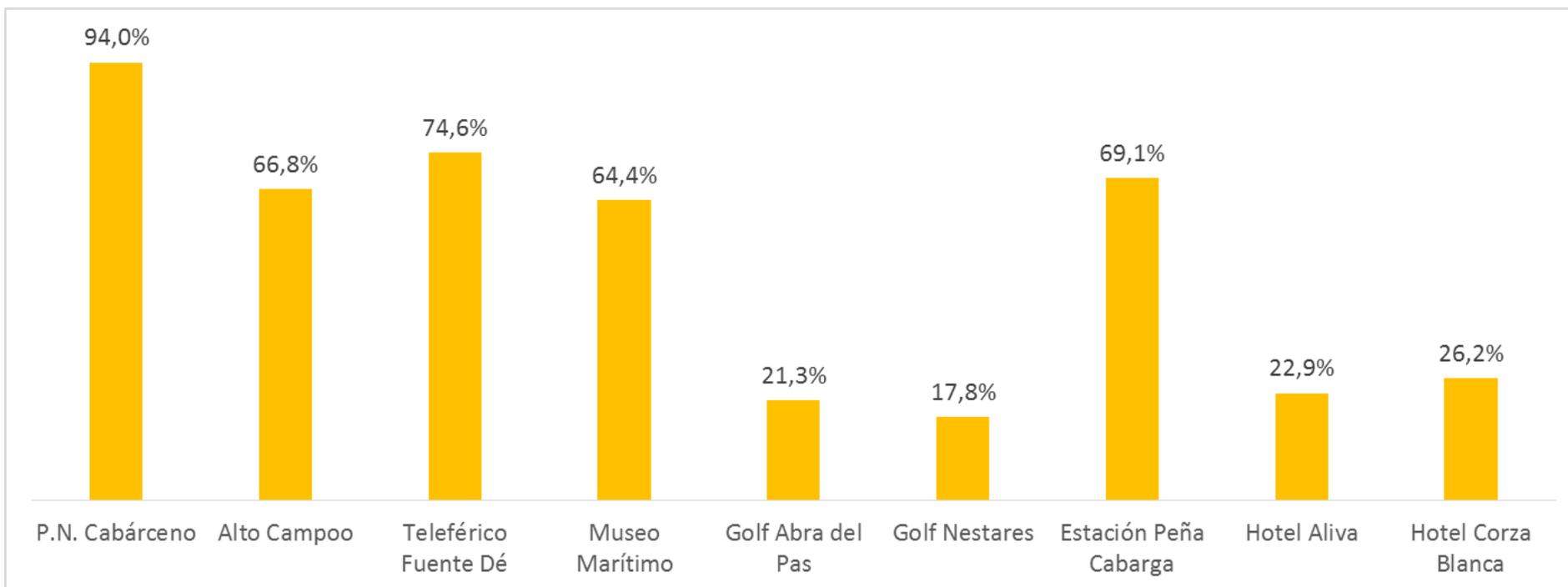
Gran importancia concedida al “boca-oreja” para la organización de sus viajes internos



6. VALORACIONES DE LAS INSTALACIONES DE CANTUR

Experiencia previa de los residentes

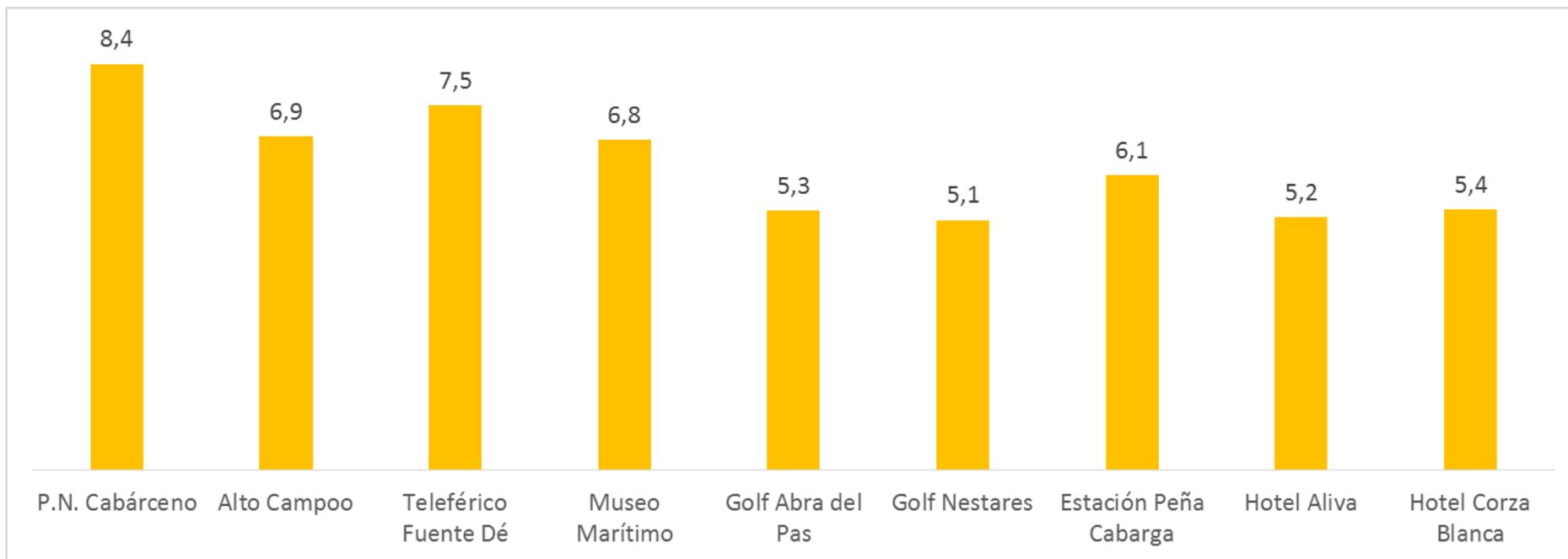
Notoriedad muy alta del P.N. Cabárceno pero muy baja de los campos de golf y los hoteles de Cantur



6. VALORACIONES DE LAS INSTALACIONES DE CANTUR

Percepciones de los residentes

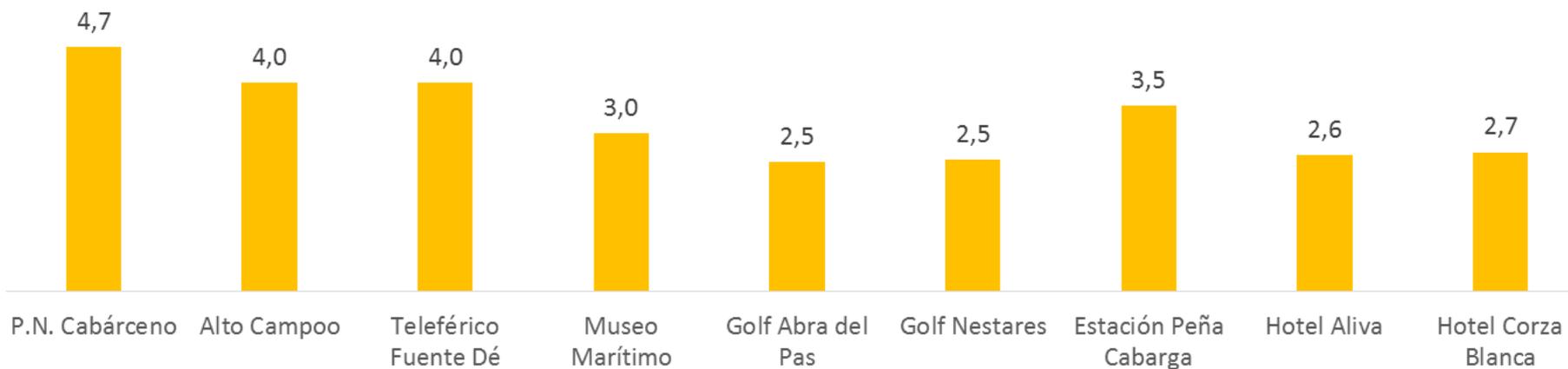
Percepciones muy positivas tanto del P.N. Cabárceno como del Teleférico de Fuente Dé



6. VALORACIONES DE LAS INSTALACIONES DE CANTUR

Intenciones de visita de los residentes

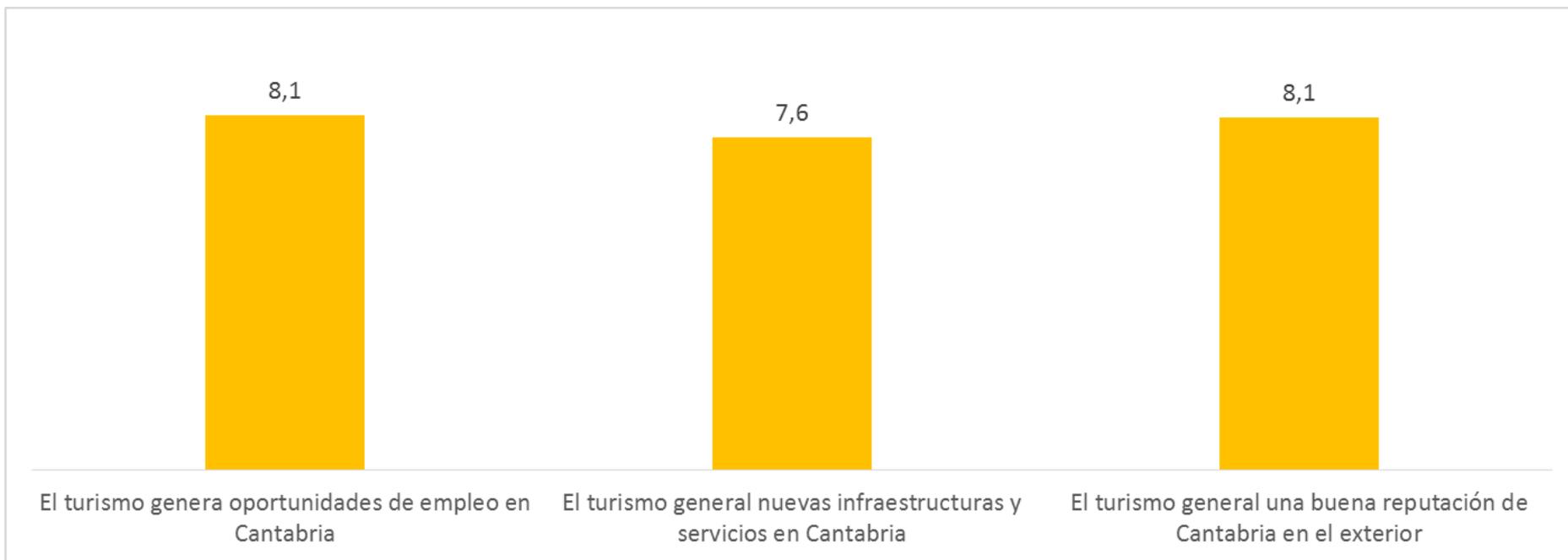
Bajas intenciones de los residentes de visitar las instalaciones durante el año



7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA

Impactos económicos positivos

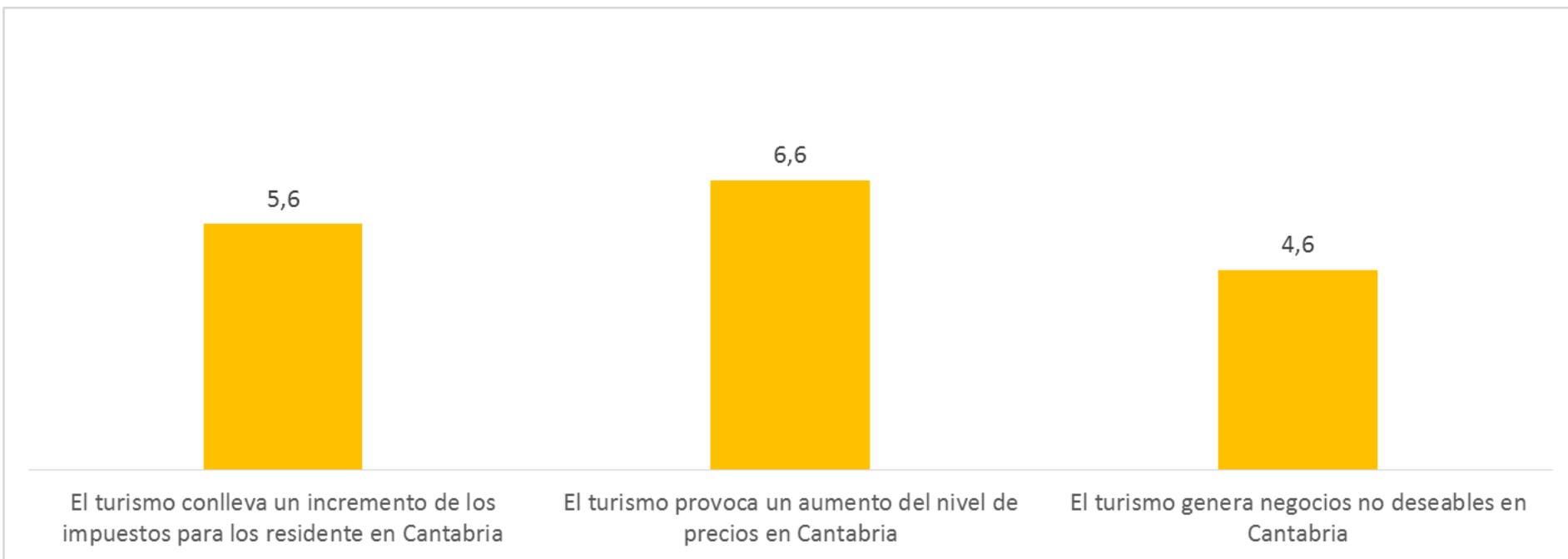
Percepciones muy favorables sobre las contribuciones económicas del turismo para la región



7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA

Impactos económicos negativos

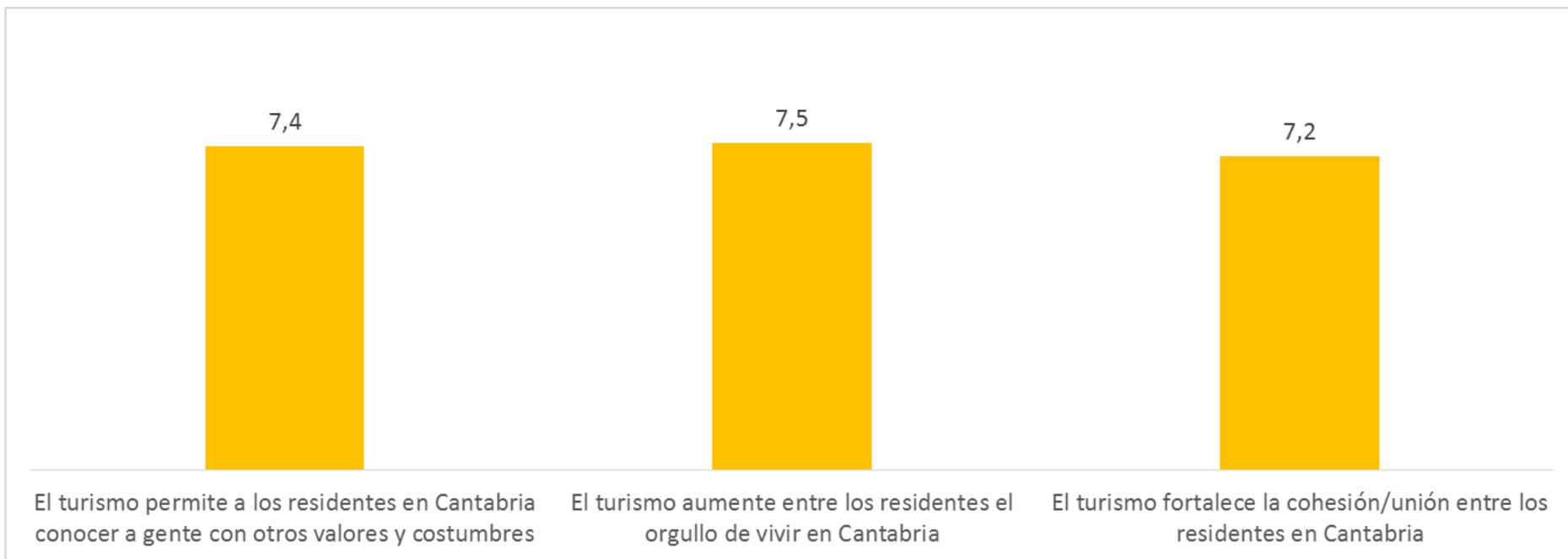
Posición más neutral en cuanto a los posibles efectos negativos del turismo para la región



7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA

Impactos socio-culturales positivos

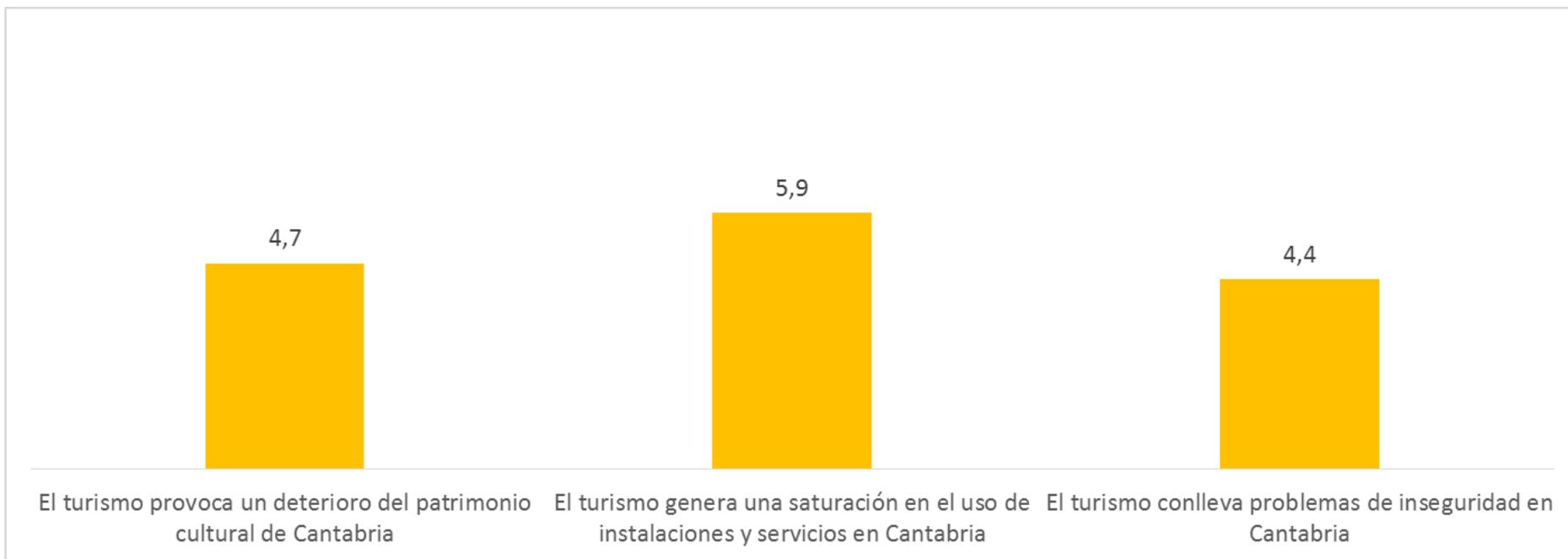
Valoraciones positivas sobre los impactos del turismo en la región a nivel socio-cultural



7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA

Impactos socio-culturales negativos

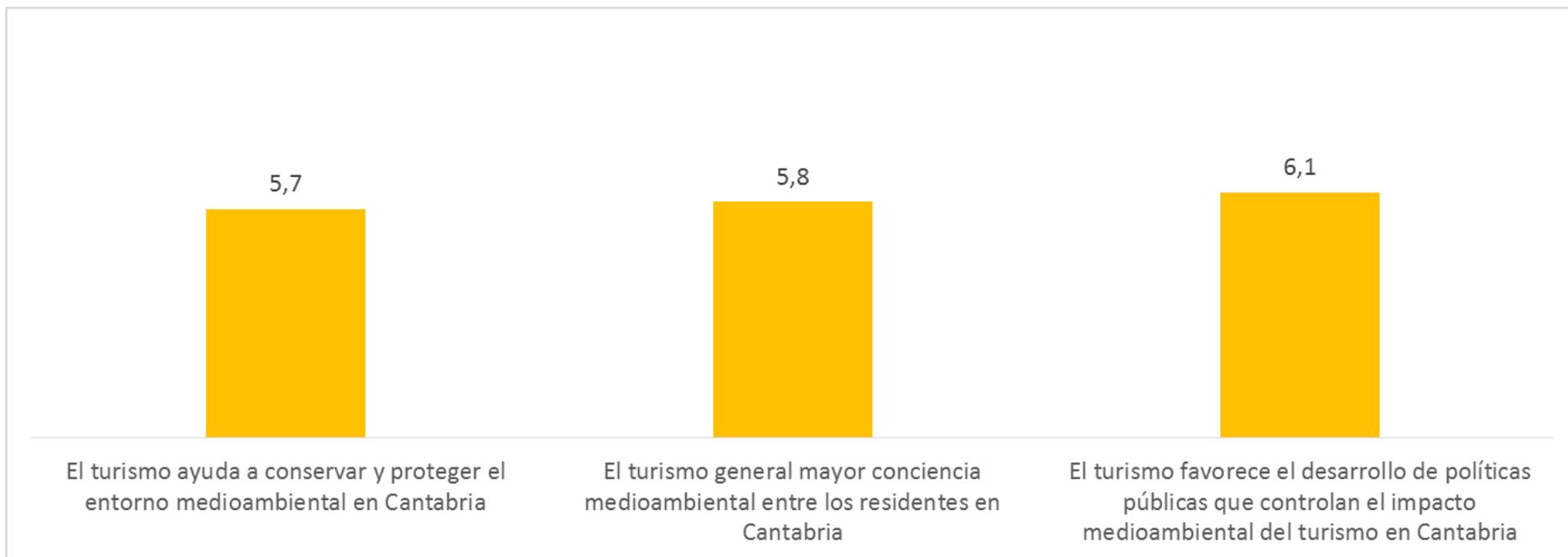
Valoraciones intermedias en cuanto a los efectos negativos del turismo a nivel socio-cultural



7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA

Impactos medioambientales positivos

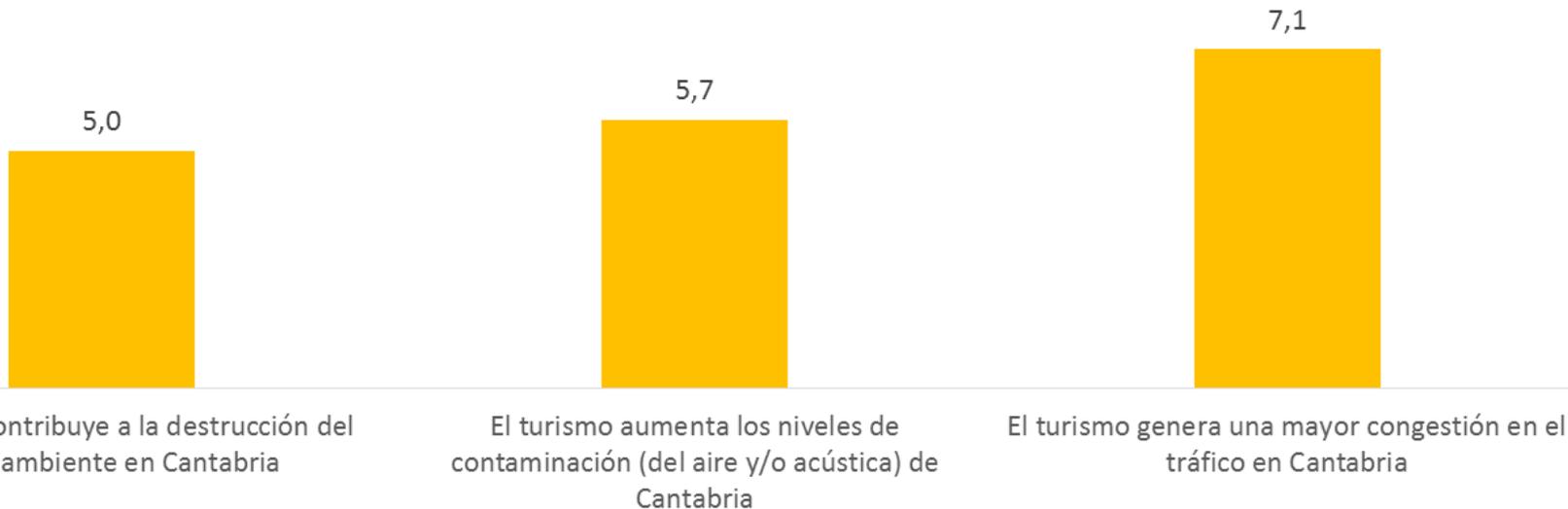
Posición relativamente neutral en cuanto a los efectos positivos del turismo a nivel medioambiental



7. PERCEPCIONES DE LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN CANTABRIA

Impactos medioambientales negativos

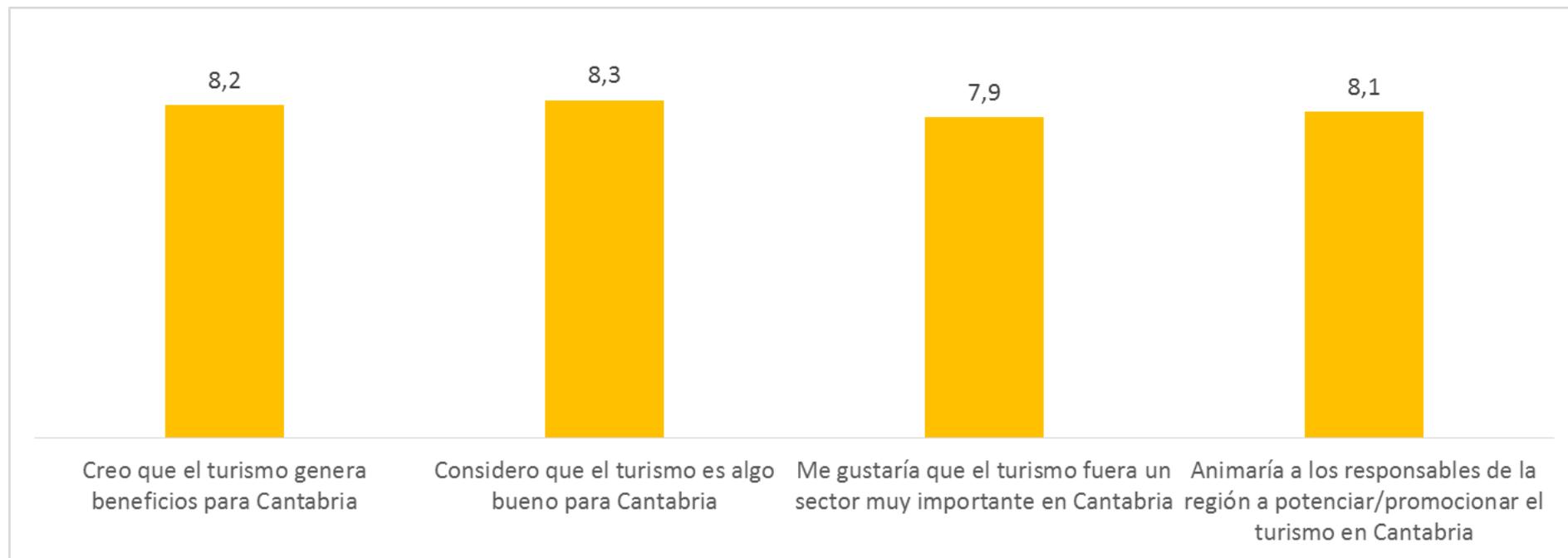
Percepción bastante negativa sobre el impacto del turismo en la circulación por carreteras de la región



8. ACTITUDES HACIA EL TURISMO EN CANTABRIA

Actitud hacia el turismo

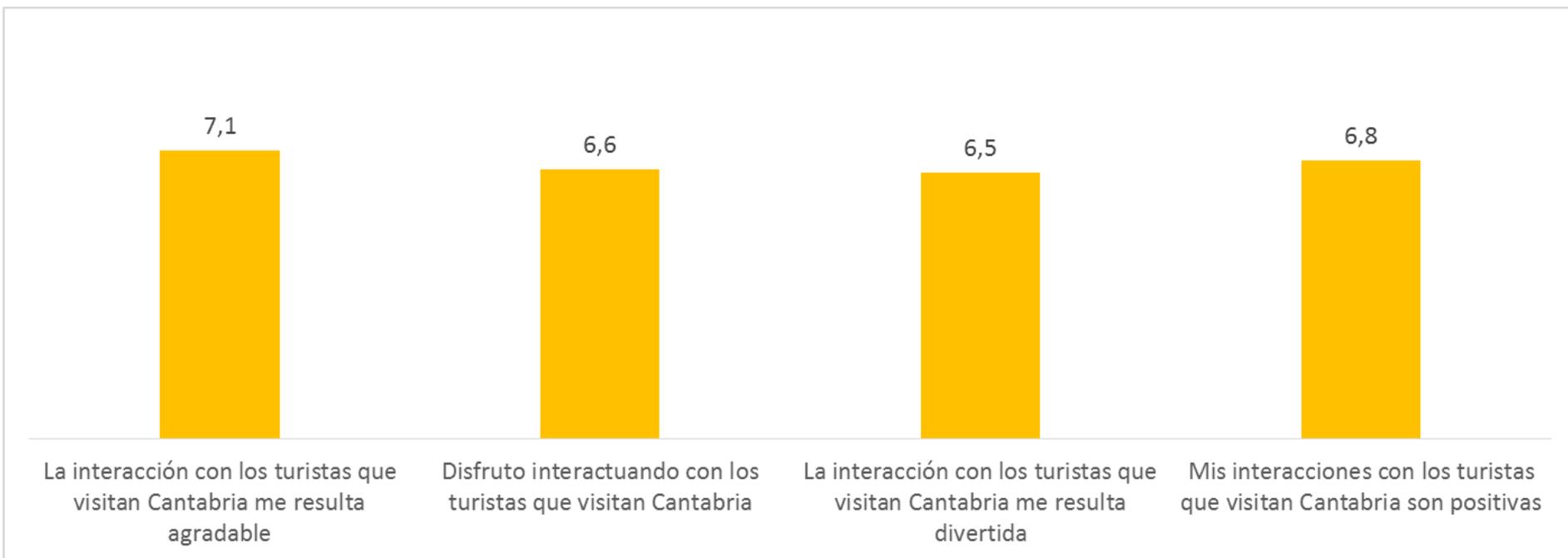
Actitud muy positiva de los residentes hacia el turismo en la región



8. ACTITUDES HACIA EL TURISMO EN CANTABRIA

Actitud hacia el turista

Actitud razonablemente positiva hacia la interacción con los turistas que visitan la región



8. ACTITUDES HACIA EL TURISMO EN CANTABRIA

Participación en actividades turísticas de la región

Alta implicación de los residentes con la realización de actividades, no tanto con su promoción



9. GRADO DE IDENTIFICACIÓN CON CANTABRIA

Alto grado de identificación de los residentes con su región



10. CONCLUSIONES

1. El comportamiento turístico interno de los residentes es positivo y entre los principales motivos para elegir Cantabria se encuentran las oportunidades de descanso y ocio que ofrece la región.
2. Los residentes tienen percepciones muy positivas del destino Cantabria y posicionan al P.N. Cabárceno como producto estrella.
3. Los residentes son muy conscientes de las contribuciones positivas del turismo a nivel económico y socio-cultural. Se mantienen en posiciones más neutrales en torno a sus efectos medioambientales.
4. Los residentes tienen actitudes muy positivas hacia el turismo de la región y la interacción con los turistas.
5. Los residentes manifiestan una elevada identificación con Cantabria.



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