

# ESTUDIO DE DEMANDA TURÍSTICA EN CANTABRIA

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



[www.inteligenciademarketing.net](http://www.inteligenciademarketing.net)

**SITUC**  
SISTEMA DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA DE CANTABRIA

**SITUC**  
SISTEMA DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA DE CANTABRIA



Cantabria  
Infinita



CÁTEDRA DE  
IMAGEN Y  
PROYECCIÓN  
REGIONAL



Cantabria  
Infinita



CÁTEDRA DE  
IMAGEN Y  
PROYECCIÓN  
REGIONAL

# ÍNDICE

- 04  **OBJETIVOS**
- 04  **METODOLOGÍA**
- 05  **CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA NACIONAL E INTERNACIONAL: VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**
  - LUGAR DE PROCEDENCIA**
  - 05  **TURISTAS NACIONALES**
  - 06  **TURISTAS EXTRANJEROS**
  - 06  **MEDIO DE DESPLAZAMIENTO**
  - 07  **ALOJAMIENTO**
  - 07  **MOTIVO DE LA VISITA A CANTABRIA**
  - 08  **DURACIÓN DE LA ESTANCIA**
  - 08  **¿HA VISITADO CON ANTERIORIDAD ALGUNA DE LAS SIGUIENTES REGIONES POR MOTIVOS VACACIONALES?**

- 09  **EVALUACIÓN COMPARATIVA DE CANTABRIA, GALICIA, ASTURIAS Y PAÍS VASCO**
- 09  **VALORACIÓN DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO**
- 10  **FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS PARA ORGANIZAR LA VISITA A CANTABRIA**
- 10  **SATISFACCIÓN CON LA ESTANCIA TURÍSTICA EN CANTABRIA**
  - EVALUACIÓN DE LA “MARCA CANTABRIA”**
  - 11  **RECONOCIMIENTO DE MARCA**
  - 11  **ASOCIACIONES DE MARCA**
  - 12  **CALIDAD PERCIBIDA**
  - 12  **LEALTAD**
- 13  **EVALUACIÓN DE CANTABRIA RESPECTO A CUESTIONES GENERALES DE LOS TERRITORIOS**
- 13  **CONCLUSIONES**



## OBJETIVOS

- 1 Conocer la percepción de turistas nacionales y extranjeros de Cantabria como destino turístico.
- 2 Efectuar una evaluación comparativa entre la percepción de Cantabria como destino turístico y otros destinos turísticos competitivos (Galicia, Asturias, País Vasco).
- 3 Analizar las fuentes de información utilizadas para organizar la visita a Cantabria.
- 4 Evaluar la satisfacción con la estancia turística en Cantabria, así como las principales características de la "marca Cantabria" (reconocimiento, asociaciones y calidad percibida de la "marca Cantabria").
- 5 Valorar la lealtad a Cantabria como destino turístico.



## METODOLOGÍA

- 1 Estudio cuantitativo a turistas nacionales y extranjeros (cuestionario en inglés).
- 2 Método de contacto: entrevista personal en principales puntos de entrada y afluencia turística en Cantabria (Aeropuerto, Cabárceno y Santander).
- 3 Procedimiento de muestreo: no probabilístico, por cuotas según sexo y edad del encuestado.
- 4 Tamaño de la muestra: 423 encuestas a turistas nacionales y 253 encuestas a turistas extranjeros.
- 5 Fechas: Del 23 de julio al 30 de agosto de 2013.

04 05



## CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA NACIONAL E INTERNACIONAL:



### VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

	Turistas nacionales (%)	Turistas extranjeros (%)
SEXO	Hombre	51,5
	Mujer	48,5
EDAD	15-24 años	8,5
	25-44 años	36,6
	45-64 años	44,9
	45-64 años	9,9
NIVEL EDUCATIVO	Sin estudios	3,8
	E. Primaria	13,7
	E. Secundaria	32,4
	E. Universitaria	50,1
OCUPACIÓN	Trabajador	60,8
	Estudiante	12,1
	Tareas del Hogar	9,9
	Desempleado/Pensionista	17,3
		65,1

## LUGAR DE PROCEDENCIA



### (TURISTAS NACIONALES)

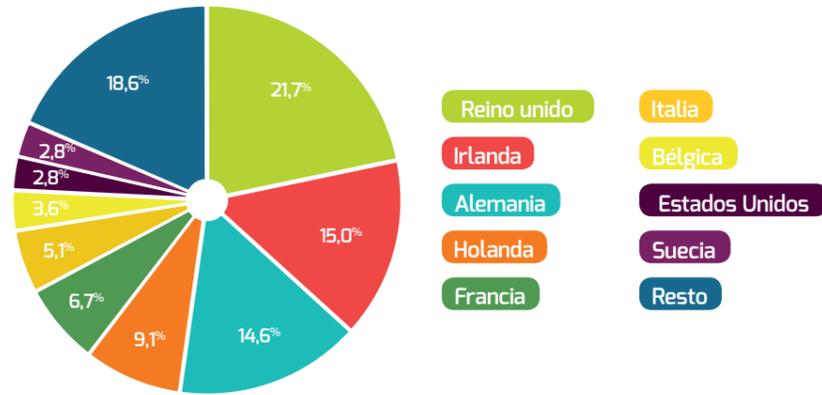
Madrid y Castilla y León, principales comunidades de origen de los turistas nacionales.





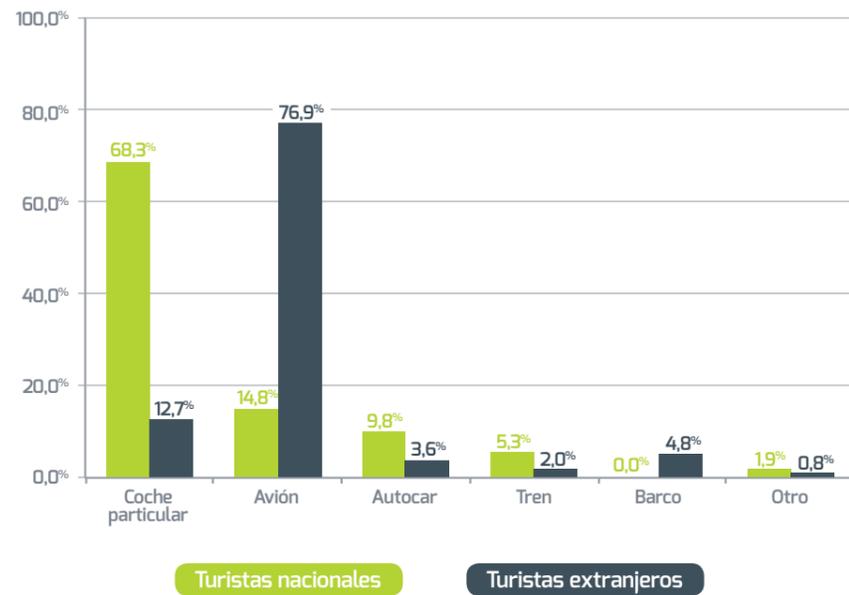
# LUGAR DE PROCEDENCIA

(TURISTAS EXTRANJEROS)



# MEDIO DE DESPLAZAMIENTO

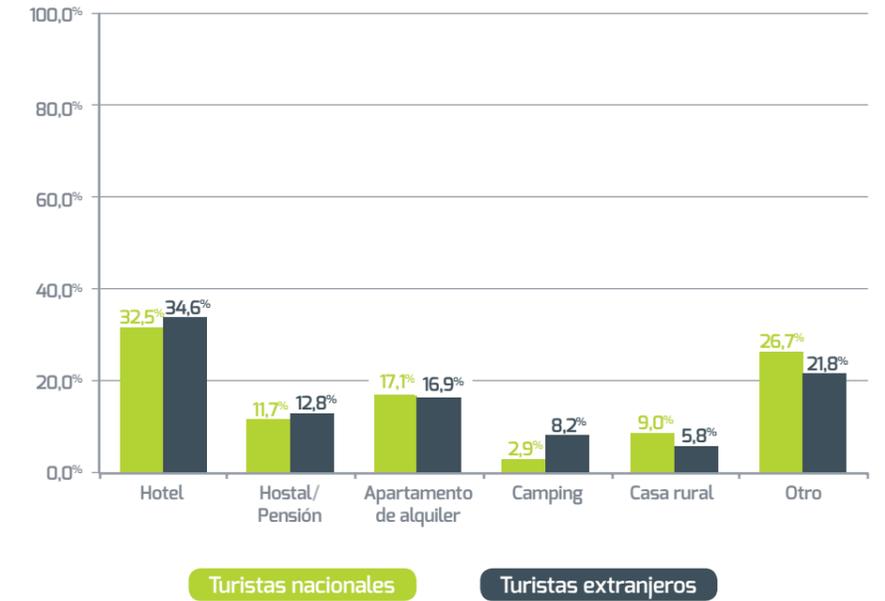
El turista nacional se desplaza a Cantabria en su propio coche mientras que los turistas extranjeros optan por el avión.



# ALOJAMIENTO



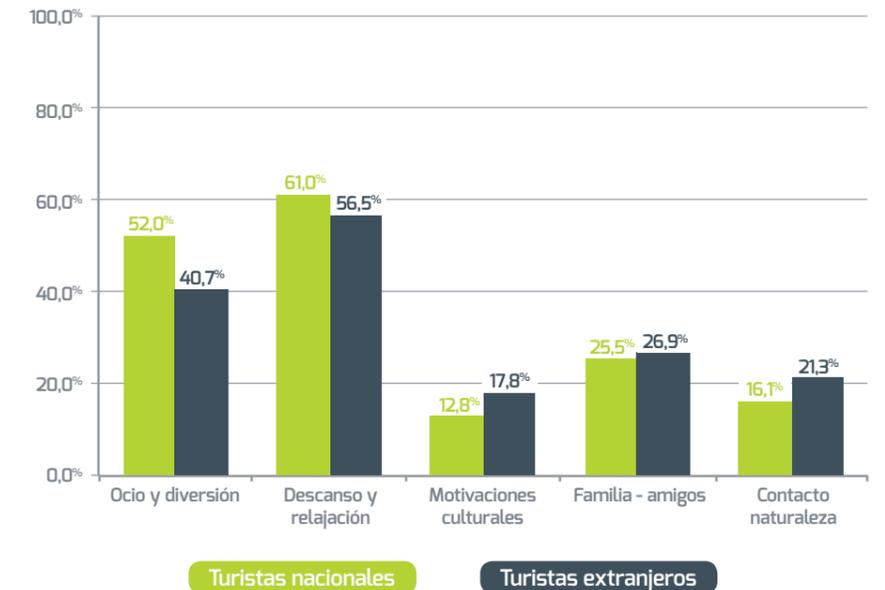
Hoteles y apartamentos en régimen de alquiler, primeras opciones de los turistas nacionales y extranjeros.



# MOTIVO DE LA VISITA A CANTABRIA

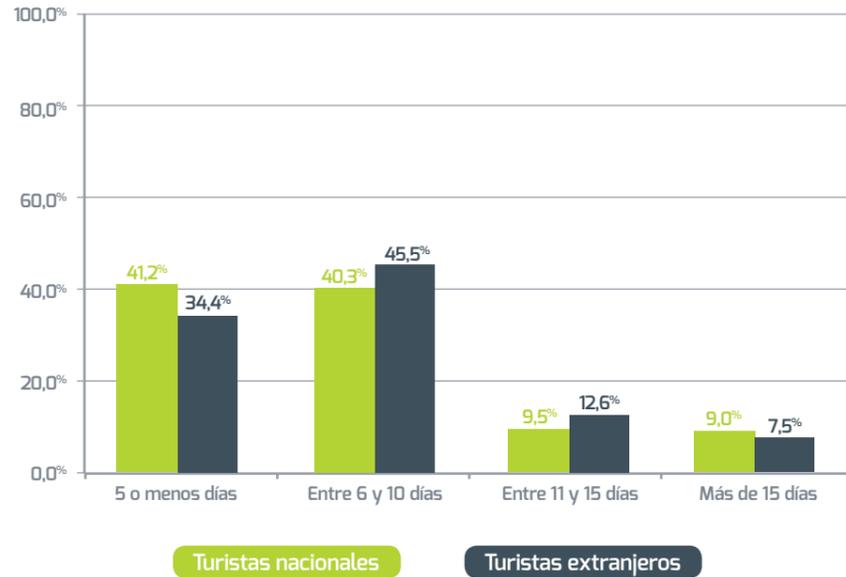


Ocio y descanso principales motivos de visita a Cantabria. Naturaleza y cultural, más relevantes para los turistas internacionales.





# DURACIÓN DE LA ESTANCIA

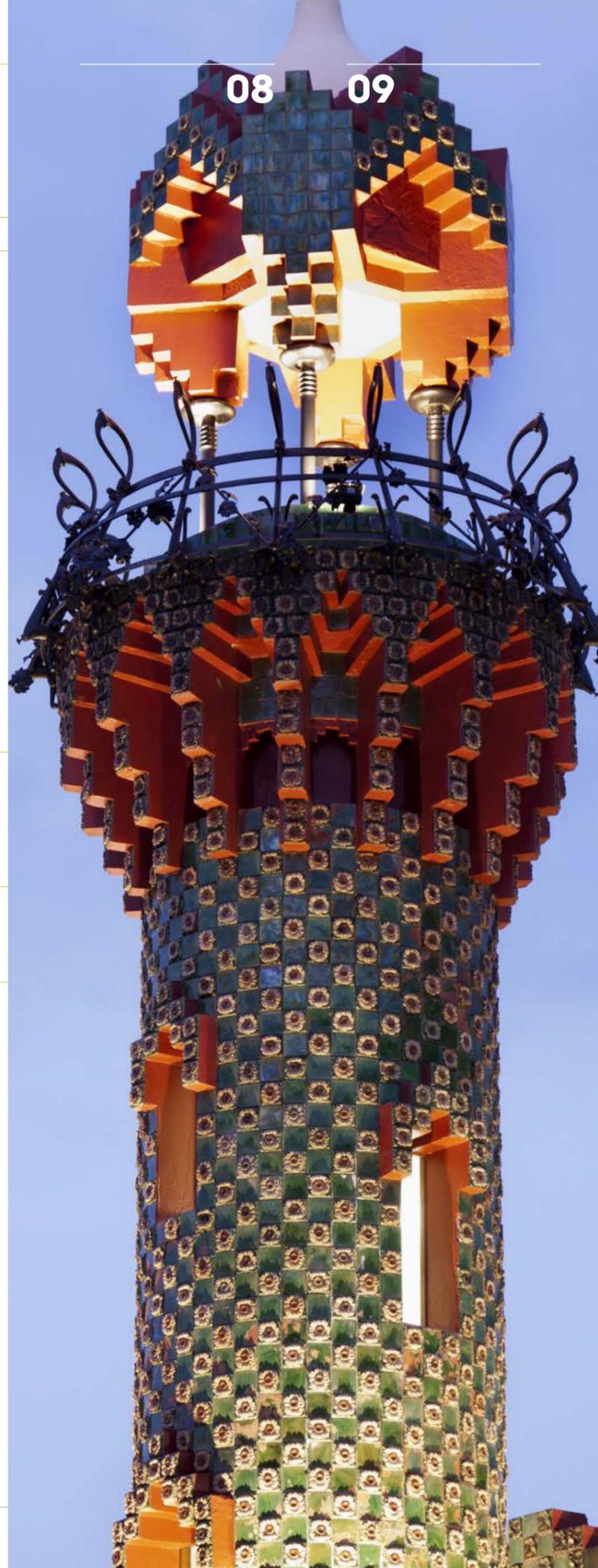


# ¿HA VISITADO CON ANTERIORIDAD ALGUNA DE LAS SIGUIENTES REGIONES POR MOTIVOS VACACIONALES?

País Vasco, destino del norte de España más visitado por los turistas extranjeros, mientras que los nacionales optan por Asturias y Galicia.



08 09

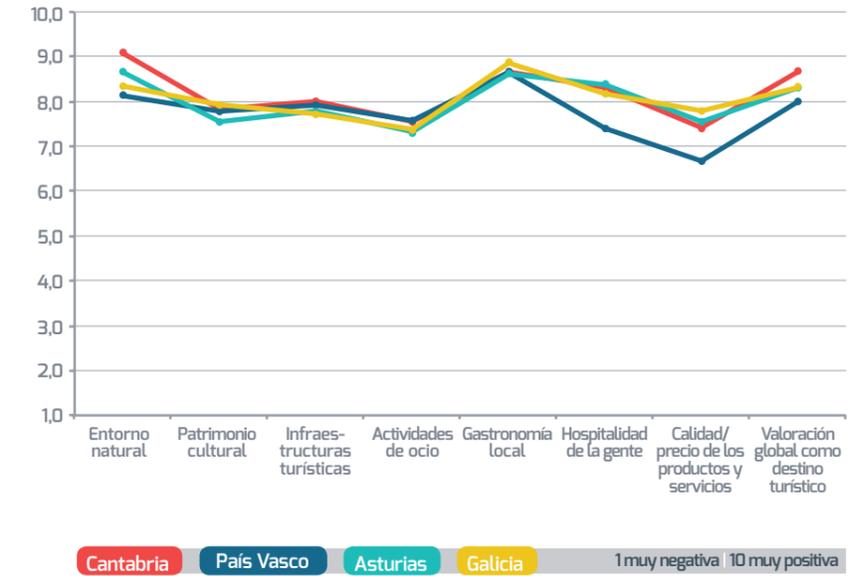


# EVALUACIÓN COMPARATIVA DE CANTABRIA, GALICIA, ASTURIAS Y PAÍS VASCO



(TURISTAS NACIONALES)

Escasa diferenciación de los destinos del norte de España para el turista nacional.

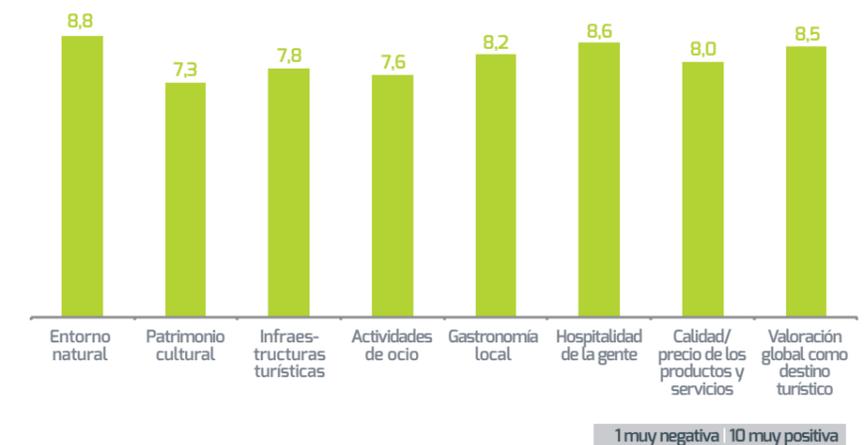


# VALORACIÓN DE CANTABRIA COMO DESTINO TURÍSTICO



(TURISTAS EXTRANJEROS)

Entorno natural y hospitalidad de la gente, atributos mejor valorados de Cantabria por los turistas extranjeros.





## FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS PARA ORGANIZAR LA VISITA A CANTABRIA

Amigos y familiares y medios online, principales fuentes de información en la organización de la visita a Cantabria.

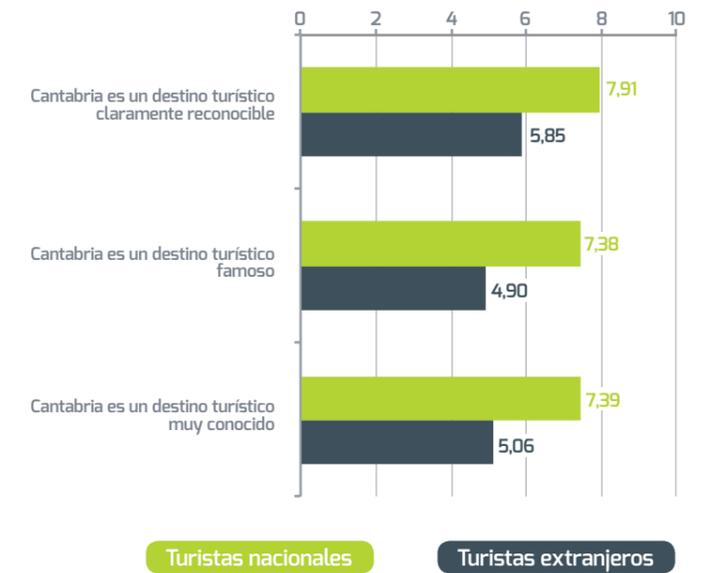


10 11

## EVALUACIÓN DE LA "MARCA CANTABRIA" RECONOCIMIENTO DE MARCA

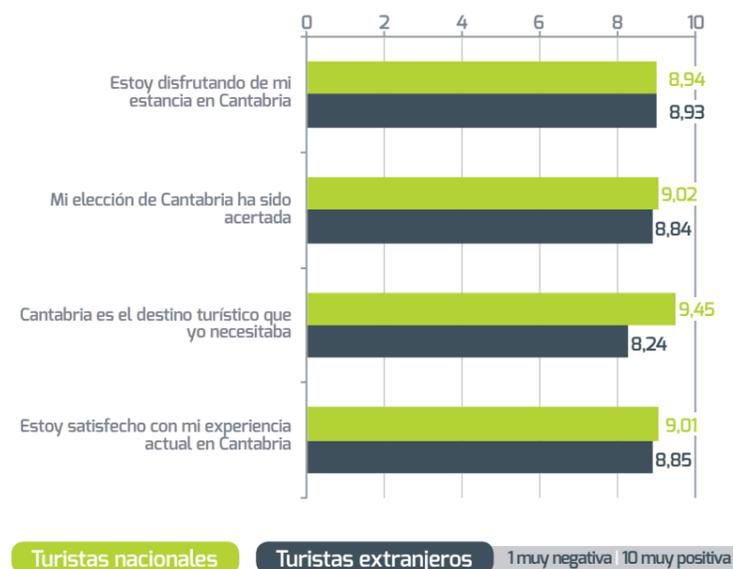


Cantabria todavía muy desconocida como destino turístico entre los turistas extranjeros.



## SATISFACCIÓN CON LA ESTANCIA TURÍSTICA EN CANTABRIA

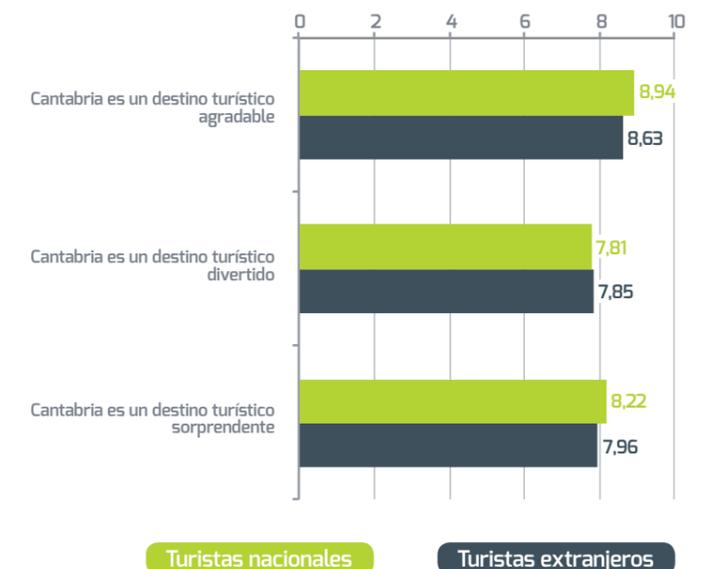
Altísima satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros con Cantabria como destino turístico.



## EVALUACIÓN DE LA "MARCA CANTABRIA" ASOCIACIONES DE MARCA



Los turistas nacionales y extranjeros consideran Cantabria como un destino agradable, divertido y sorprendente.

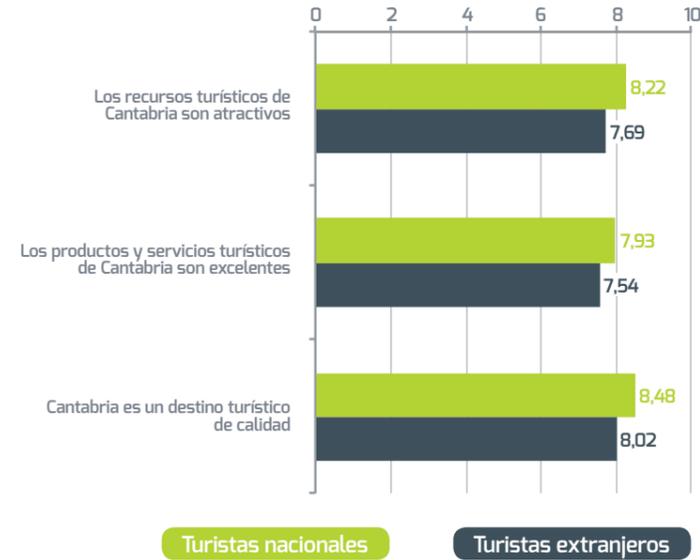




## EVALUACIÓN DE LA "MARCA CANTABRIA"

# CALIDAD PERCIBIDA

Cantabria se percibe como un destino turístico de alta calidad, especialmente por los turistas nacionales.



12 13

## VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIO-ECONÓMICAS DE CANTABRIA



Cantabria bien valorada a nivel social por los turistas, salvo en la "Proyección exterior" de la región.



## EVALUACIÓN DE LA "MARCA CANTABRIA"

# LEALTAD

Los turistas nacionales y extranjeros afirman que volverán a Cantabria en el futuro y lo recomendarán a otras personas.



## CONCLUSIONES



- 1 Ocio y descanso principales motivos de visita a Cantabria.
- 2 Boca oreja y webs turísticas principales fuentes de información turística.
- 3 Evaluación muy positiva de los atractivos y calidad del destino Cantabria.
- 4 Limitado reconocimiento de Cantabria, especialmente internacional.
- 5 Elevada satisfacción y lealtad (intención de volver y recomendar).



**Gran oportunidad para promoción online y refuerzo de boca oreja personal y online.**



Facultad de CC.EE. y EE.  
Avda. de los Castros, s/n. 39005 - Santander (España).  
[situc@unican.es](mailto:situc@unican.es)  
Teléfono: (+34) 942 20 39 23