

SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA (SITUC)

www.inteligenciademarketing.unican.es

SITUC

SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE CANTABRIA

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

INTRODUCCIÓN

Necesidad de incrementar la información disponible en el sector turístico de Cantabria.



Diseño de un sistema de análisis de la información turística para la Comunidad Autónoma de Cantabria.



Evaluación de las fuentes de información existentes y determinación de las carencias de información.

OBJETIVOS

Disponer de una herramienta de análisis de la información del sector turístico en Cantabria que facilite los procesos de toma de decisiones



Información específica del sector vinculada a Cantabria



Datos de carácter longitudinal: comparación de escenarios



Sólidas metodologías de análisis: fiabilidad y validez de los resultados

ESTRUCTURA



FASE 1. DIAGNÓSTICO DE LA INFORMACIÓN: EVALUACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL

1. Distribución por CC.AA.
2. Estructura de funcionamiento

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS INFORMES ELABORADOS

1. Análisis de las variables de oferta
2. Análisis de las variables de demanda

ANÁLISIS METODOLÓGICO DE LOS INFORMES ELABORADOS

1. Universo de los estudios (tipos de empresas turísticas analizadas)
2. Determinación de la muestra y procedimientos de muestreo
3. Modalidad de encuesta
4. Periodicidad de los informes

FASE 2. DEFINICIÓN DE LOS INFORMES DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

Estudios ejecutados	Año	Ámbito
Estudio de demanda turística en Cantabria	2013	Demanda
Diagnóstico del sector turístico en Cantabria	2014	Oferta
Estudio de percepciones y comportamiento turístico de los residentes en Cantabria	2014	Demanda
Estudio del Turismo Senior	2015	Demanda
Estudio sobre niveles de uso de RRSS y APPS en la interacción con el destino turístico	2015	Demanda
Estudio de preferencias y comportamiento de los turistas extranjeros en Cantabria	2016	Demanda
Estudio en origen de las preferencias y comportamiento de los turistas extranjeros	2017	Demanda (en Origen)
Estudio del sector termal en Cantabria	2017	Oferta y Demanda

FASE 2. DEFINICIÓN DE LOS INFORMES DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

Estudios en curso	Año	Ámbito
Diagnóstico de situación para el desarrollo del turismo MICE en Cantabria	2018	Oferta y demanda
Estudio del potencial del turismo idiomático para Cantabria	2018	Oferta y demanda
Diseño del plan de marketing de Cantabria como destino de turismo espeleológico	2018	Oferta

FASE 2. DEFINICIÓN DE LOS INFORMES DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

- Estudio documental apoyado en publicaciones y estadísticas sobre el ámbito del estudio en cuestión.
- Benchmarking sobre las mejores prácticas y acciones desarrolladas en otros ámbitos.
- Estudio cualitativo con agentes clave: desarrollo de focus group y entrevistas en profundidad.
- Estudio cuantitativo a través de encuestas personales, telefónicas o a través de internet (en ocasiones, colaboración necesaria de entidades turísticas).
- Estudio cuantitativo a través de paneles de información (Qualtrics).

FASE 3. EXPLOTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN

1

Presentación pública de los informes elaborados.

2

Presentación de los resultados en el Consejo Regional de Turismo.

3

Difusión del dossier informativo a través de la Web de la DGT.

4

Puesta en común de conclusiones en jornadas profesionales.

FASE 3. EXPLOTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN



“INNOVACIÓN TURÍSTICA Y DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES”

Sala Gómez Laá
Facultad CCEE y EE – Universidad de Cantabria
14 y 15 de diciembre de 2015

<http://www.inteligenciademarketing.uncan.es/noticias/foroturismo>

SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA (SITUC)

www.inteligenciademarketing.unican.es



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