

RETO FITUR TALENT 2022 – CIUDAD DE SANTANDER

Descripción del destino:

La tradición turística de la ciudad de Santander cuenta con más de un siglo de historia, con un destacado desarrollo a principios de siglo XX, cuando la familia real inicia su “veraneo santanderino” en el Palacio de la Magdalena. Durante casi dos décadas, Santander se posicionó como estación veraniega y balnearia de la familia real, la aristocracia y, cada vez más sectores de la población, construyendo su marca turística asociada a la calidad y la excelencia. Ya en los años 20, tuvo una presencia destacada en las campañas de promoción internacional del Patronato Nacional de Turismo.

Los principales activos turísticos de la ciudad datan de principios de siglo XX, en que, con el fin de dotar a la ciudad de oferta para los veranos reales, se realizaron importantes obras, como el Hotel Real, el Casino de El Sardinero, el Hipódromo de Bellavista, los jardines de Piquío; todos ellos, en su mayoría, situados en el entorno de las Playas de El Sardinero y la Península de la Magdalena.

Con el paso de los años, la oferta turística ha continuado creciendo concentrada en esa zona, asociada a los veranos y el turismo de playa, descanso y bienestar, si bien en los últimos años se está realizando un importante esfuerzo por estructurar y fomentar el desarrollo de otros productos turísticos, como el cultural, el gastronómico o el turismo de reuniones; todos ellos clave para diversificar la demanda turística y su fuerte concentración en los meses de verano y fines de semana. Sin embargo, los datos que maneja el destino apuntan a un

Las cifras de la única encuesta oficial en la que Santander aparece recogida como punto turístico (INE-EOH) reflejaban una demanda de viajeros (alojados en hoteles) de 470.000 para el año 2019 (demanda turística en un año normal):

- Total viajeros: 470.024; 929.161 pernoctaciones hoteleras; estancia media 1,98 días
- Viajeros nacionales: 339.984, pernoctaciones 681.714, estancia media 2 días
- Viajeros internacionales: 130.040, pernoctaciones 247.447, estancia media 1,9

No obstante, la ciudad cuenta con datos adicionales del operador móvil que reflejan una afluencia turística real muy superior. La principal diferencia entre ambas cifras reside en el tipo de alojamiento que emplea el visitante, pudiendo optar por alojamiento hotelero (que registra el INE) o cualquier otra forma de alojamiento, reglado o no, como pueden ser las segundas residencias o las viviendas vacaciones no oficiales.

Así, solo para los meses de julio y agosto de 2019, el operador móvil registró 711.000 visitantes (con o sin pernoctación, es decir, excursionistas y turistas), de los cuales, 107.572 pernoctaron en la ciudad (turistas).

Se estima, por tanto, que la ciudad tiene un mercado turismo de excursionismo, solo un 15% de los visitantes pernoctó en la ciudad.

Adicionalmente, casi el 40% de las pernoctaciones se producen entre los meses de julio, agosto y septiembre.

No existen actualmente encuestas oficiales que permitan ofrecer datos específicos por producto turístico.

El objetivo del RETO:

Estructuración de clubes de producto/clústeres con potencial diversificador (clasificación de la oferta, agrupación, integración y/o comercialización y promoción.

¿Cómo integrar a la oferta?

¿Cómo captar demanda por producto?

¿Cómo conocer qué productos consumen los turistas en el destino?

Los proyectos presentados deberán cumplir las siguientes condiciones:

- Presentar una solución que demuestre que se utilizan nuevas tecnologías y/o metodologías innovadoras creando un ecosistema con varios agentes que participen en el uso de la solución.
- Identificar los actores que participarán en la solución, incluyendo los incentivos y beneficios que tiene cada uno de los actores.
- Presentar el plan de trabajo para implementar el proyecto piloto, cuya ejecución deberá finalizarse antes del cierre del ejercicio 2022.
- Describir la ejecución presupuestaria prevista para desarrollar e implementar la solución.
- Introducir al equipo que presentará la solución.
- Indicar si se utilizará algún software, herramienta o metodología ya contrastada.

Finalizada la fase de presentación, el equipo técnico especializado del Reto, formado por representantes de Fitur Talent, TDDS, las empresas participantes y un experto/a independiente, seleccionarán 5 proyectos que serán presentados ante un jurado especializado.

Esta presentación se realizará en el marco de la 3ª edición de Fitur Talent el día 21 de enero del 2022 en el espacio Talent Forum ubicado en el Pabellón 10 de IFEMA (Madrid). El proyecto ganador recibirá un periodo de prácticas en la Empresa Municipal Palacio de la Magdalena para la puesta en funcionamiento de la solución.

Para la selección de los 5 proyectos finalistas, se tomarán en consideración, entre otros, los siguientes criterios de evaluación:

- Potencial del proyecto y grado de resolución del reto.
- Grado de replicabilidad del proyecto en otras entidades de características similares.
- Potencial desarrollo del proyecto.
- Interés demostrado en participar en la convocatoria.
- Atractivo del equipo y potencial de crecimiento.
- Equipo Multidisciplinar (tecnología, digitalización, marketing, turismo, analítica de datos, innovación, etc.)
- Grado de contribución del uso de la tecnología a la solución.
- Plazos de ejecución del proyecto piloto.

La convocatoria está dirigida a estudiantes de Máster o de fin de año de grado o posgrado de Universidades, Centros de Investigación y Escuelas de Negocio y estará abierta **desde el 27 de diciembre de 2021 hasta el 7 de enero de 2022.**

Las propuestas deberán ser enviadas fiturtalent@tourismdds.com