

ANEXO I

OBJETO Y CONTENIDO DEL ESTUDIO

CAMPO DE GIBRALTAR: DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Este estudio tiene como objetivo entender mejor el perfil actual de los visitantes además de identificar oportunidades para atraer a nuevos segmentos y mejorar la formación profesional en el sector turístico, todo ello bajo el marco del turismo inteligente.

1. Definición de los Objetivos y Alcance

- **Objetivos:** Este estudio persigue dos objetivos principales. Por un lado, amplificar el perfil del visitante turístico, identificando el perfil actual del visitante turístico y entendiendo por qué otros perfiles no visitan la comarca. Esta línea del estudio requiere necesariamente una recopilación y actualización del equipamiento y recursos turísticos disponibles en la comarca. Y, por otro lado, conocer los perfiles ocupacionales más demandados por los empresarios locales y/o necesidades formativas del sector turístico en el Campo de Gibraltar.

Esta investigación deberá recoger una propuesta de estrategias para diversificar el perfil de los turistas y determinar las necesidades de formación profesional del sector.

2. Recopilación de Datos

- **Encuestas y Entrevistas:** Realización de encuestas a los turistas actuales y entrevistas a los actores clave del sector turístico.
- **Análisis de Datos Existentes:** Utilización de datos de fuentes como oficinas de turismo, hoteles y plataformas de reservas.

- **Tecnología y Big Data:** Implementación de herramientas de análisis de datos para obtener información detallada sobre el comportamiento y preferencias de los turistas. Cuadro de mando para consulta y análisis a través de visualizaciones.

3. Análisis del Perfil del Visitante

- **Demografía:** Edad, género, origen geográfico.
- **Psicografía:** Intereses, motivaciones, estilo de vida, situación profesional.
- **Comportamiento:** Duración de la estancia, número de pernoctaciones y alojamientos preferidos, actividades realizadas, gasto promedio. Segmentación del turista según estación del año.

4. Identificación de barreras

- **Accesibilidad:** Problemas de transporte, falta de información.
- **Oferta Turística:** Falta de diversidad en actividades y servicios.
- **Percepción del Destino:** Imagen y reputación de la comarca.

5. Presentación de propuestas para ampliar el perfil de los turistas

- **Diversificación de la Oferta:** Propuesta de desarrollo de nuevas actividades y servicios que atraigan a diferentes perfiles de turistas.
- **Marketing y Promoción:** Campañas dirigidas a nuevos segmentos de mercado.
- **Colaboración con Agentes Locales:** Trabajar con empresas y comunidades locales para crear experiencias auténticas y atractivas.

6. Formación Profesional

- **Identificación de Necesidades:** Determinar las competencias y habilidades presentes y futuras requeridas en el sector turístico
- **Programas de Capacitación:** Propuesta de programas de formación continua y ocupaciones para el personal del sector.

- **Uso de Tecnología:** Incluir formación en el uso de tecnologías inteligentes para mejorar la eficiencia y la experiencia del turista.

7. Implementación y Seguimiento

- **Plan de Acción:** Propuesta de plan detallado con acciones específicas, responsables y plazos.
- **Monitoreo y Evaluación:** Establecer indicadores de rendimiento y plan de evaluaciones periódicas para ajustar las estrategias según sea necesario.

8. Tecnología y Turismo Inteligente

- **Plataformas Digitales:** Propuesta de aplicaciones móviles y plataformas online para mejorar la interacción con los turistas.
- **Big Data y Análisis Predictivo:** Propuesta de implementación de sistemas de análisis de datos para predecir tendencias y comportamientos futuros.

9. Sostenibilidad: Integrar prácticas sostenibles en todas las etapas del desarrollo turístico.