

Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2017/2018

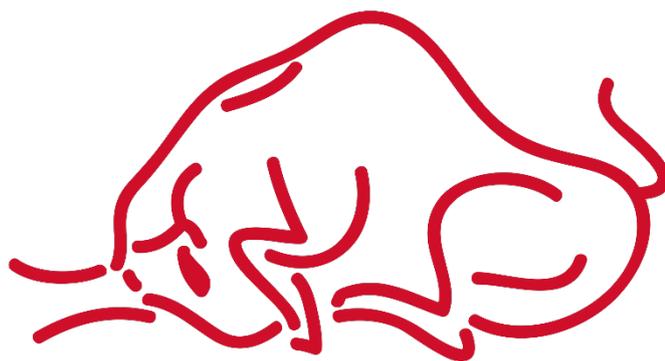
ÁNGELA GONZÁLEZ ORDORICA

**PROYECTO DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL
HIPERSEGMENTADA DE CANTABRIA "SANTANDER SO
CLOSE"**

**INTERNATIONAL PROMOTION PROJECT: HIGHLY
SEGMENTED TOURISM IN CANTABRIA "SANTANDER SO
CLOSE"**

DIRECTOR

MANUEL VIDAL LÓPEZ-TORMOS



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2017/2018

Fecha de entrega: 21/06/2018

AUTORA: Ángela González Ordorica

TÍTULO: Proyecto de promoción internacional hipersegmentada de Cantabria "Santander So Close".

DIRECTOR: Manuel Vidal López-Tormos

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

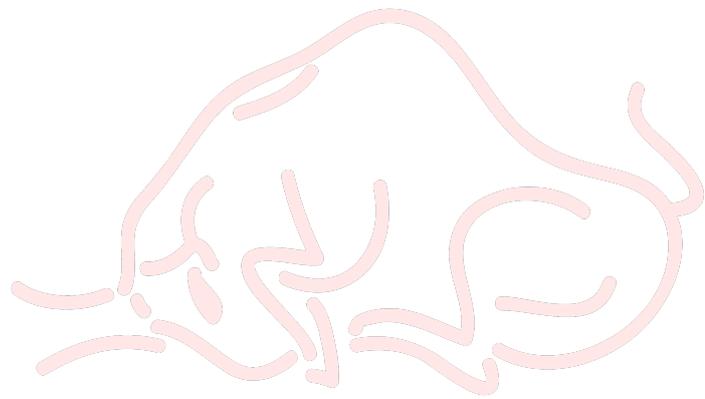
Nombre:

Firma:

En Santander a

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a mi tutor Manuel Vidal la inspiración, el apoyo y la ilusión por desarrollar y emprender este proyecto. Gracias por enseñarnos a afrontar nuevos retos y a apreciar y aprovechar el poder de nuestras ideas al máximo.



Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

RESUMEN

Todos los destinos turísticos compiten entre sí para captar visitantes. Durante estos últimos años, la globalización y la tecnología han conseguido interconectar personas y lugares. Con estas nuevas facilidades, el marketing tradicional ha entrado en decadencia ya que no genera el mismo impacto ni influencia en las personas. Ahora, se deben crear nuevas formas de atraer a los clientes.

En la actualidad los viajeros siguen nuevas tendencias a la hora de elegir destinos turísticos. La amplia segmentación turística ha diversificado el sector, sustituyendo el modelo tradicional de turismo de sol y playa. Los turistas buscan vivir experiencias; por esta razón, las técnicas de promoción turística han cambiado. El medio material, como folletos y revistas, está siendo sustituido por el medio digital. Los llamativos medios audiovisuales y la venta de experiencias son las prácticas más utilizadas, siendo las que cuentan con mayor capacidad de atraer la atención del viajero.

Este trabajo expone una nueva práctica de promoción aplicada al marketing turístico de la comunidad autónoma de Cantabria. De esta forma se reivindica la carencia de técnicas novedosas, creando así un modelo innovador que despierte el interés de nuestro público objetivo en mercados aún poco familiarizados con nuestros recursos.

Si el turismo es enfocado en la dirección correcta y se consigue atraer a los mercados deseados, se obtendrán grandes beneficios y se fomentará el progreso y el crecimiento de la zona turística. Por esta razón, las labores de marketing y promoción turística deben ser actualizadas y adaptadas a los tiempos que corren. La inversión e investigación de nuevas técnicas puede dar lugar al lanzamiento de una marca hacia su éxito.

Palabras clave:

Promoción turística – Marketing – Turismo – Segmentación - Innovación - Marca.

ABSTRACT

Tourist destinations are constantly struggling to attract visitors. Globalisation and new technologies have succeeded in interconnecting people and places. Consequently, traditional marketing has gone into decline due to the fact that people are not affected or influenced by the same things as before. Now is the time to create new techniques.

Nowadays, travellers follow different trends when choosing destinations. This sector has been diversified by significant market segmentation. Bucket and spade tourism, also known as the traditional tourism model, has become outdated. Today, tourists seek to live experiences and that is why tourism promotion and marketing techniques have undergone changes. Paper format advertising, such as brochures and magazines, are being replaced by digital media. Audiovisual media and "selling experiences" are the most widespread techniques at present since they can attract visitors more easily.

This dissertation seeks to present a new type of tourism promotion approach in Cantabria. Due to the current lack of innovative marketing methods, I have created this original model, which would catch the target public's attention in new markets where we are still unknown as a tourist destination.

If tourism is channeled in the correct fashion and we succeed in attracting the desired markets, we will obtain high profits and will enhance the progress of our tourist area. For this reason, tourism promotion must be brought up to date. Investment and research can be the key for successful brand launching.

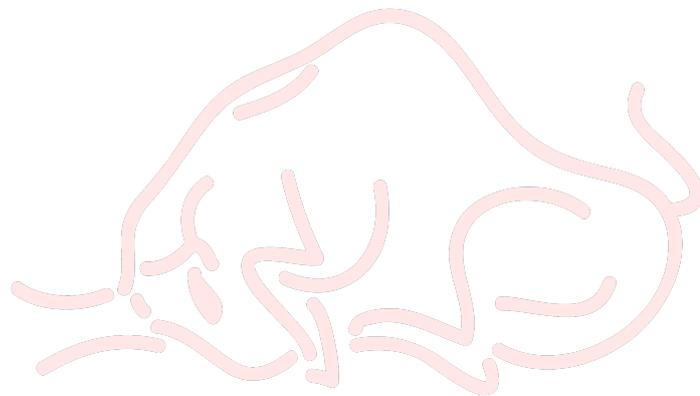
Keywords:

Tourism Promotion – Marketing – Tourism – Segmentation – Innovation - Brand.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT	3
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. Finalidad	6
1.2. Objetivos.....	6
1.3. Marco teórico/histórico	7
2. METODOLOGÍA	12
3. CONEXIONES AÉREAS Y SU ALCANCE EN MARKETING.	13
3.1. Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros	13
3.1.1. Historia del aeropuerto	13
3.1.2. Conexiones aéreas.....	15
3.1.3. Compañías aéreas Low Cost.....	15
3.1.4. El aeropuerto en la actualidad	16
3.2. La promoción turística.....	18
3.2.1. Métodos de promoción.....	19
3.3. Proyecto de promoción turística “Santander So Close”	20
3.3.1. Segmentación de clientes.....	20
3.3.2. Financiación.....	21
3.3.3. Destinos potenciales	22
4. EDINBURGH-SANTANDER SO CLOSE.	23
4.1. Planteamiento inicial.....	23
4.1.1. Zona Central	24
4.1.1.1. Descripción general.	24
4.1.1.2. Organización de la feria	25
4.1.1.3. SECTOR 1: Zona de Información.	27
4.1.1.4. SECTOR 2: Zona de difusión cultural.....	32
4.1.1.5. SECTOR 3: Zona interactiva.....	35
4.1.2. Zonas Específicas.	39
4.1.2.1. Turismo Deportivo.....	39
4.1.2.2. Turismo de Naturaleza.....	46
4.1.2.3. Turismo Cultural	48
4.1.2.4. Turismo Idiomático.....	52
4.1.2.5. Turismo Musical.....	53
4.2. Inauguración y desarrollo del evento.....	55
4.3. Patrocinadores generales del evento.....	55
4.4. Publicidad y promoción del evento.....	56
5. CONCLUSIÓN	58

6. ÍNDICE DE IMÁGENES	60
7. REFERENCIAS.....	62
7.1. WEBGRAFÍA	62



Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Finalidad

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene por objeto desarrollar un proyecto innovador de promoción turística de Cantabria a nivel internacional.

El propósito y afán por desarrollar un proyecto de esta envergadura es la falta de innovación y diferenciación apreciable en el ámbito del marketing turístico de nuestra comunidad autónoma. Por otra parte, solucionaría en cierta manera la necesidad de conectar y situar en el mapa internacional a Cantabria, como destino turístico del norte de España, debido al gran alcance y posibilidad de adaptación del proyecto.

Para ello, se analizará la situación actual de turistas extranjeros de la comunidad, obteniendo así los datos que justifiquen esta necesidad de mejora en la proyección de las campañas de publicidad.

1.2. Objetivos

El objetivo principal del trabajo es desarrollar un proyecto de promoción turística internacional de Cantabria.

Con este proyecto de promoción, se intentará alcanzar una serie de objetivos específicos detallados a continuación:

- Difundir la marca Cantabria a nivel internacional.
- Atraer nuevos visitantes internacionales a Cantabria.
- Desarrollar el potencial y comercializar nuevos segmentos turísticos.
- Ampliar el volumen de turistas totales de la Comunidad.
- Ampliar la actividad del aeropuerto de Santander.
- Obtener mejores beneficios turísticos en Cantabria.

1.3. Marco teórico/histórico

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado". (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO 2018)

La industria turística generó un impacto incuestionable en el desarrollo económico mundial a finales del siglo XX. Los historiadores no han determinado un claro inicio del turismo. En el siglo XIX, las prácticas turísticas comenzaron a generalizarse por Europa. La población pudiente comenzaba a realizar turismo vinculado con la salud, el descanso, el conocimiento; desarrollando así el termalismo, el excursionismo, los baños de ola... A finales de este siglo, el turismo se popularizó dando lugar al fenómeno del turismo de masas.

Imagen 1: Zona de baño en Escocia



FUENTE: Library of Congress, 2007.

España, en ese periodo no supo valorar el potencial económico que estas nuevas prácticas podían aportar y hubo muchos detractores de estas nuevas costumbres europeas.

“Desde la mentalidad de la sociedad española de la época, la afición a los viajes de recreo es considerada como algo propio de personas excéntricas” (González Morales 2005)

Después del desastre del 98, se produjo un cambio de mentalidad en nuestra sociedad de donde surgieron políticos liberales y burguesía progresista con ansias de reformas. Nuestro país se encontraba cerrado al exterior, y por ello, se intentó buscar formas de apertura. Una de las soluciones fue el turismo.

Durante los primeros años del siglo XX, el gobierno liberal realizó diferentes reformas. En 1905 se creó la Comisión Nacional encargada de fomentar en España las excursiones artísticas y de recreo para el público extranjero. Esto significó la primera implicación del país sobre el desarrollo de la industria turística, sin embargo, fue un hecho meramente simbólico. Tras esto, los municipios adquirieron la capacidad de crear sus propias comisiones para el desarrollo de propaganda con la finalidad de atraer viajeros. En 1909, a partir de la Real Orden Circular, comenzaron los primeros pasos de la legislación turística, por la que se rigieron el funcionamiento de establecimientos, reglas sobre servicios turísticos...

Además, durante los siguientes años se realizaron diferentes exposiciones y congresos internacionales de turismo como el caso de Zaragoza, Madrid o San Sebastián, con el fin de aumentar el movimiento turístico y el intercambio de ideas. Sin embargo, todos estos intentos fueron insuficientes para establecer las bases de la industria.

Imagen 2: Gran Casino de Zaragoza. Exposición Hispano-Francesa 1908



FUENTE: Zaragoza. Arquitectura siglo XX, 2017.

A mediados de siglo, una vez acabada la guerra civil española, Luis Bolin, director general de turismo del gobierno franquista, comenzó a desarrollar la industria y por ello, contactó con Estados Unidos para ganarse su confianza e intentar activar el turismo en nuestro país, ya que Europa estaba devastada. Franco aprovechó todos medios para la propaganda de su ideología y no tardó en darse cuenta de que el turismo era un buen canal para mostrarse ante el mundo. En momentos de posguerra se creía que esta industria ayudaría a la reconstrucción y desarrollo de España; por lo tanto, poco a poco se fue nutriendo del turismo proveniente de los países del norte de Europa, que para aquel entonces, se empezaban a recuperar tras la Segunda Guerra Mundial.

Imagen 3: Puesto de información turística



FUENTE: Ayuntamiento Santa Maria de Palautordera, 2018.

Lentamente, se fueron formando las bases del turismo de nuestro país. Se comenzó un proceso de centralización de la actividad turística en el cual se crearon oficinas de información, se desarrolló el reglamento del hotelero, se ideó un circuito de viajes para visitar la España nacional como pudo ser la Ruta de la Guerra del Norte, se inició la comercialización de folletos y postales sobre todo incidiendo en el potencial turístico de la Costa del Sol, entre otras muchas estrategias. Finalmente, se creó el Ministerio de Información y Turismo.

Imagen 4: Folleto turístico, Ruta de la Guerra del Norte



FUENTE: Memoria digital vasca, 2014.

ALTAMIRA

Con el fin de conseguir reconocimiento y acabar con la condena internacional que cerraba la frontera de Europa, se decidió promocionar España como destino turístico internacional. Se destinó dinero para abrir 15 oficinas en Europa y América, entre las que destacaron la de Buenos Aires, Londres, Roma, Bruselas... Finalmente, la acción propagandística más destacada fue la creación en 1947 del eslogan publicitario "Spain is Beautiful and Different" y "Visit Spain", con el que se pretendía facilitar información necesaria para visitar nuestro país.

Imagen 5: Promoción "Spain is different, Visit Spain"



FUENTE: Canela, Public relations, 2015.

A inicios 1960, este eslogan fue reinventado en una nueva campaña "Spain is Different" dirigida por el nuevo Ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga. Los carteles de la campaña fueron diseñados por el ilustrador Josep Morell, el cual recurrió a tópicos como las flamencas o la Semana Santa para atraer la atención de los extranjeros. Esta campaña marcó un antes y un después, dando lugar al boom turístico sobre los años 70. Además, sirvió de ejemplo para sus campañas sucesoras. Las más importantes han sido:

- Spain. Everything under the sun, campaña de 1984 donde se vendía el modelo de turismo tradicional de sol y playa
- Passion for Life, campaña de 1991, reflejando un turismo activo y vivo.
- Spain By, campaña de 1995, creada con imágenes de fotógrafos de renombre que muestran un país con personalidad propia.
- Bravo Spain, campaña de 1998, con un eslogan con gancho y reconocible en cualquier idioma.
- Spain Marks, campaña creativa y rompedora de 2002 en la que refleja como nuestro país deja huella.
- Smile! You're in Spain, campaña de 2004 tradicional, donde destaca la forma de vida y la cultura española.
- Spain. 25 years beyond the sun, campaña de 2008 donde se muestran los principales atractivos de nuestro país.

A día de hoy, Turespaña es el organismo nacional encargado del marketing internacional de España. El Instituto de Turismo de España fue creado en 1983, y es dependiente del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital. Desarrolla su actividad en el exterior mediante la red de Consejerías Españolas de Turismo Exterior en el ámbito exterior, que dependen de las Embajadas y Consulados de España. Sus principales acciones son gestionar la marca España y elaborar las estrategias de promoción exterior, mediante planes estratégicos. Actualmente, el eslogan que preside la nueva imagen de España a nivel internacional es "Spain is part of you", dejando atrás los 7 años de la marca "I need Spain".

Imagen 6: Nueva imagen de marca España



FUENTE: Spain-US Chamber of Commerce, 2018.

2. METODOLOGÍA

El presente Trabajo de Fin de Grado se ha realizado gracias a una búsqueda intensiva en páginas web, artículos de periódicos representativos, estudios de universidades relevantes y otras fuentes relacionados con el turismo, la promoción y su historia. Además, se han analizado datos provenientes de AENA y Turespaña.

Con toda la información recopilada se ha conseguido componer el marco histórico y el primer capítulo referente al turismo en nuestra Comunidad Autónoma, así como, desarrollar detalladamente el proyecto de promoción.

3. CONEXIONES AÉREAS Y SU ALCANCE EN MARKETING.

3.1. Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros

El aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros se encuentra a cinco kilómetros de la ciudad. Es de tamaño medio debido a la capacidad de pasajeros con los que trabaja. El tráfico existente corresponde principalmente a vuelos de aviación comercial de carácter regular. Existen tanto conexiones aéreas nacionales como internacionales.

Imagen 7: Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros



Fuente: Ser Cantabria, 2016.

3.1.1. Historia del aeropuerto

El tráfico aéreo en Santander comenzó sobre 1910 dando origen a un aeródromo al oeste de La Albericia, dando origen a las primeras conexiones con ciudades cercanas como Bilbao y Bayona mediante la Red de Hidroaviones del Cantábrico de la Compañía Franco-Bilbaína de Transportes Aeronáuticos. Tras la guerra civil, sobre 1948 se comienza a abrir el tráfico al turismo nacional e internacional inaugurando Iberia la primera conexión aérea con Madrid.

Imagen 8: Llegada al Aeródromo de La Albericia



FUENTE: Proyecto Aviación, 2016.

Debido a la limitaciones de las instalaciones se comenzó a construir el actual aeropuerto de la ciudad en los terrenos de Parayas, junto a la bahía. Este nuevo aeropuerto se inauguró el 25 de septiembre de 1953, pero no fue hasta 1965 cuando pasó a denominarse oficialmente Aeropuerto de Santander.

Imagen 9: Inauguración del nuevo aeropuerto



FUENTE: Diario Montañés, 2017

Con el paso de los años, este ha ido sufriendo ampliaciones, tanto en la zona de pista como modernizaciones en la terminal, ampliándose las conexiones y las aerolíneas que trabajan en nuestra comunidad, dándole mayor visibilidad y uso a sus instalaciones.

Finalmente, el 16 de abril de 2015 el BOE publicó el cambio de denominación del aeropuerto a Seve Ballesteros-Santander, en memoria del deportista internacional Cántabro.

3.1.2. Conexiones aéreas

Desde los comienzos de la aviación en Santander, los trayectos que se realizaban eran nacionales y de corto recorrido. Tras la Primera Guerra Mundial, las compañías aéreas se consolidan en Europa, por lo tanto, poco a poco diferentes aerolíneas fueron llegando a España, y también a Santander como Transports Aériens du Sudoest que conectaba Santander con Bilbao mediante hidroaviones.

La llegada de la compañía Iberia con la conexión a Madrid en 1950 supuso un punto de inflexión para el aeropuerto, dándole mayor importancia y visibilidad a nivel nacional.

3.1.3 Compañías aéreas Low Cost

"Se trata de cualquier aerolínea que ofrece bajas tarifas eliminando o limitando muchos servicios a los pasajeros." (Serna Gil 2014)

La compañía pionera en ofrecer este tipo de servicio fue Southwest Airlines, compañía estadounidense. Debido al gran éxito de este modelo, el mercado europeo decidió ponerlo en práctica a principios de los años noventa. Esta nueva industria en desarrollo, estuvo favorecida por la puesta en marcha de la liberalización del tránsito aéreo europeo en el que se eliminaron restricciones entre países.

La principal característica de este tipo de compañía es su disminución de costes de operación gracias a medidas restrictivas, consiguiendo tarifas asequibles. Normalmente, operan en aeropuertos regionales y realizan recorridos de corta duración. En la actualidad, el aeropuerto maximiza su funcionamiento gracias a compañías de este tipo.

3.1.4 El aeropuerto en la actualidad

Hoy en día, el aeropuerto cuenta con 24 rutas en 20 destinos repartidos por Europa. La mayoría de estos vuelos son internacionales, teniendo un nivel de alcance de 9 países europeos. Además, cuenta con 8 aerolíneas operando en este momento. Excepto Iberia, todas las demás son compañías de bajo coste.

Imagen 10: Principales compañías aéreas que operan en el Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros

Main airlines⁽¹⁾

Airline	Kpax 2017	% Var 17/16	% Market share
Ryanair	570.4	20.0%	60.8%
Air Nostrum	174.3	4.7%	18.6%
Vueling	84.2	-3.2%	9.0%
Volotea	44.1	226.8%	4.7%
Wizz Air	24.3	New	2.6%
Iberia	21.3	15.7%	2.3%
Evelop Airlines	8.8	209.8%	0.9%
Air Europa	6.5	-42.9%	0.7%

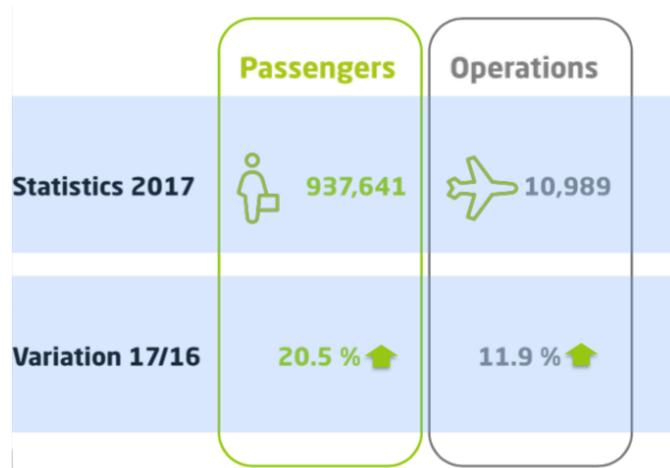
FUENTE: Datos AENA, Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros, 2017.

Como se observa en la tabla, Ryanair es la que lidera. Cabe destacar la gran cantidad de vuelos que opera. El Gobierno de Cantabria firmó el primer convenio con la compañía irlandesa en 2004 y ha ido renovándose hasta la actualidad.

Gracias a convenios entre el Gobierno y las compañías aéreas, en un periodo muy corto de tiempo se han ampliado notablemente las operaciones y beneficios.

En las últimas estadísticas realizadas por AENA, en 2017 el aeropuerto recogió a 937.341 viajeros, un 20,5% más que en 2016.

Imagen 11: Datos sobre pasajeros y operaciones del último año. Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros.



FUENTE: Datos AENA, Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros, 2017.

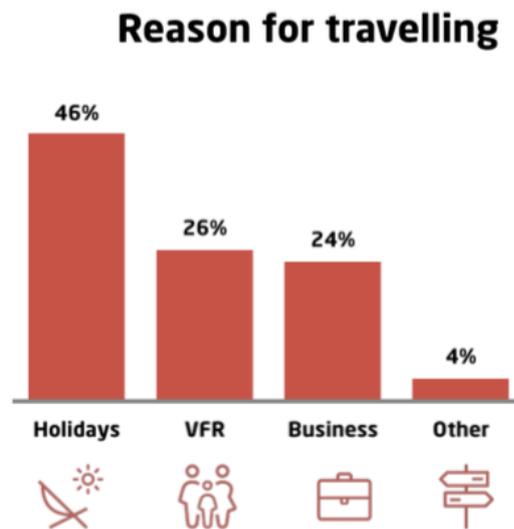
Finalmente, en cuanto al perfil de visitante, según las estadísticas de AENA, un 52% de los pasajeros son mujeres en un rango de edad comprendido entre 30 a 49 años que viajan por motivos de ocio. Un 73% de los usuarios del aeropuerto son españoles frente a un 27% de pasajeros extranjeros.

Imagen 12: Procedencia de turistas del Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros.



FUENTE: Datos AENA, Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros, 2017.

Imagen 13: Razones por las que se visita Cantabria.



FUENTE: Datos AENA, Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros, 2017.

3.2. La promoción turística

"Se basa en comunicar a los consumidores potenciales que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista que merece la pena ir a un destino, visitarlo" (Ejarque 2005)

El Instituto de Turismo de España, también conocido como Turespaña, es el órgano encargado de la promoción turística del país. Está a cargo de la marca España y su representación en el extranjero. Para conseguir visibilidad internacional, consolida planes de Marketing donde se muestran las estrategias que se llevarán a cabo durante la vigencia de cada plan.

A nivel autonómico, existen órganos que rigen la promoción de cada comunidad. En Cantabria, el órgano es CANTUR, Sociedad Regional Cántabra de promoción turística. Además de gestionar diversas instalaciones turísticas, también se encarga de las actividades relacionadas con las estrategias de marketing.

Finalmente, el Ayuntamiento de Santander actúa como órgano de promoción turística de la capital, creando sus propios planes de planificación de espacios y de marketing.

3.2.1. Métodos de promoción

Una vez realizado un plan estratégico en el que se definan las metas y mercados a los que se quiere acceder, se comienza a elaborar diversos métodos en los que se alcance y conecte con el público objetivo.

Las técnicas tradicionales de marketing se siguen utilizando en la actualidad; entre ellas podemos destacar la publicidad, cuyo objetivo principal es crear impresiones positivas de un destino sobre los consumidores; y los folletos con mensajes directos y contenido visual y llamativo.

Sin embargo, las nuevas tecnologías han hecho posible un gran desarrollo en este sector. Nuevas tendencias y métodos se han implantado para acercarse al consumidor y crearle necesidades. Estas técnicas se recogen sobre todo en el ámbito de la información multimedia como pueden ser los videos, las visitas virtuales que adentran al cliente a la realidad, y el cine entre otras.

Otra de las prácticas que se ha comenzado a fomentar en los últimos años ha sido la segmentación de clientes. Esta segmentación consiste en la selección de grupos de clientes con gustos y perfiles similares. De esta manera se consigue centrar todos los esfuerzos y conseguir el crecimiento en el número de ventas, y por consecuencia, optimizar el rendimiento de un negocio. Esta táctica está siendo muy utilizada en el ámbito turístico debido a la clara diferenciación entre los diversos tipos de turismo existentes. Por lo tanto, así se mejoran y optimizan los procesos de promoción.

3.3. Proyecto de promoción turística "Santander So Close"

Con el fin de mejorar el turismo internacional en nuestra comunidad autónoma, consideramos que se ha de poner en práctica una manera innovadora y atractiva de promoción.

Siguiendo las nuevas tendencias del marketing, esta nueva forma de promoción se basa en el turismo experiencial donde se intenta adentrar al consumidor en el destino. El consumidor conocerá Cantabria como destino cultural, deportivo, natural, rural...

El proyecto se basa en realizar una feria turística de promoción sobre Santander y Cantabria en todas aquellas ciudades extranjeras que tengan conexión aérea directa con la capital. El objetivo principal es conseguir que los turistas extranjeros se sientan interesados por el destino y de esta manera, se aumente la afluencia de turistas al aeropuerto y en la comunidad.

3.3.1. Segmentación de clientes

La segmentación por gustos de clientes será la base de la feria. En cada ciudad se colocará una zona central donde se encuentre toda la información y se realicen actividades genéricas.

Por otra parte, cada tipo de turismo diferenciado que se quiera promocionar se localizará en puntos estratégicos donde se sabe que el público objetivo va a acudir. De esta forma, se conectará más fácilmente con el consumidor final generándole el deseo de conocer nuestra comunidad. Además no solo se entregará información, sino que toda la feria estará dinamizada con actividades, creando así una feria interactiva y diferente. De esta forma, todas las personas, independientemente de sus gustos o edad, se sentirán partícipes del evento.

Los principales tipos de turismo que se promocionarán son:

- Turismo cultural y rural. Donde se publicitarán todos los museos de la comunidad, las cuevas prehistóricas, ciudades monumento histórico-artístico, nuestras tradiciones... Se realizarán actividades como exposiciones fotográficas, conferencias, degustaciones gastronómicas, desfiles de moda, conciertos de música, rutas...
- Turismo idiomático. Donde se potenciará el aprendizaje del español. Se realizarán actividades de intercambio de idiomas, ciclos de cine...
- Turismo deportivo. Se realizarán actividades relacionadas con los deportes acuáticos, golf, fútbol, rugby, baloncesto, deportes tradicionales...

Existen muchos más recursos de nuestra comunidad que se pueden explotar. Por lo tanto, existe un amplio abanico de posibilidades en donde nos podemos extender. Según el destino se desarrollará un plan y unas actividades acorde con la cultura del país, los gustos de sus habitantes etc.

3.3.2. Financiación

El objetivo será intentar gastar la menor cantidad de dinero posible. Las ferias se basarán en la fórmula de intercambio. Se intentará crear convenios con diferentes entidades, tanto públicas como privadas, para conseguir beneficios conjuntos. Además, se podrá en un futuro realizar acuerdos con los países interesados para desarrollar la misma feria sobre su ciudad en Santander.

Algunos de nuestros colaboradores principales podrán ser el Banco de Santander, el ICEX, Cámaras de comercio, diversas Casas de España o Cantabria si las hubiera, Oficinas de Turismo Españolas, Institutos Cervantes, compañías aéreas como Ryanair, entre otras. Estos variarán dependiendo del destino.

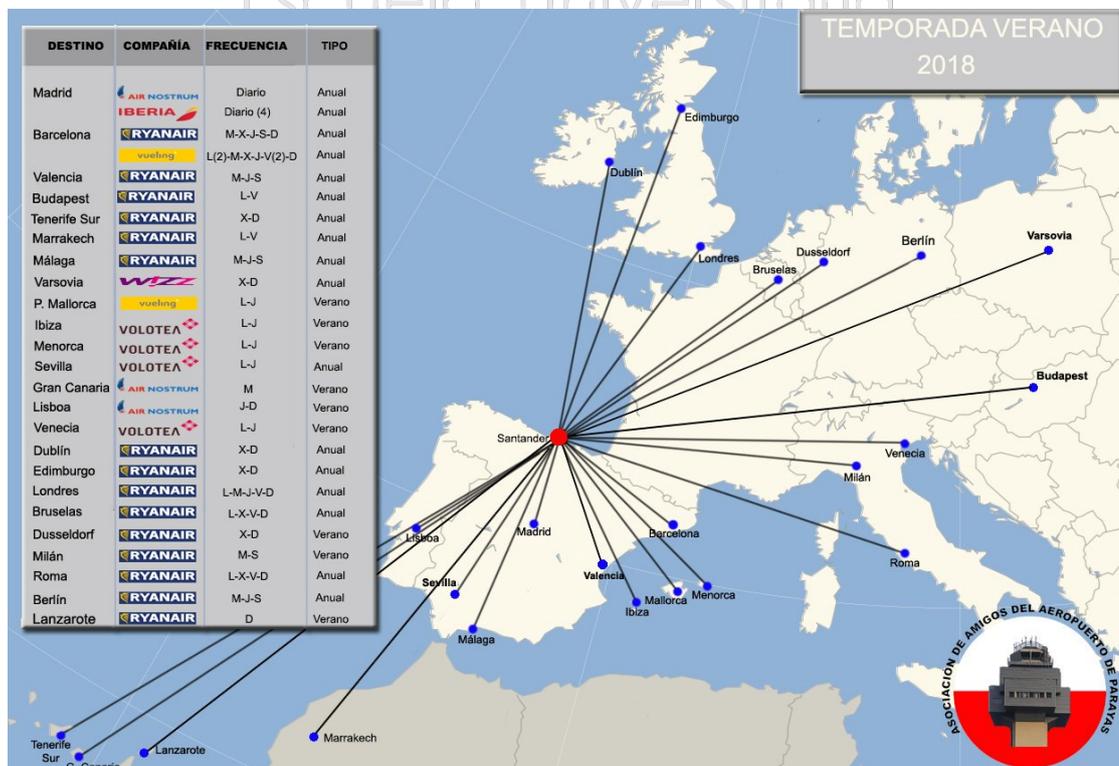
3.3.3. Destinos potenciales

En la actualidad, Santander tiene conexión aérea directa con 13 ciudades europeas. Algunas de estas conexiones no son anuales, por lo tanto, habría que realizar la feria en el periodo en el que estuviesen activas.

Como se mencionó anteriormente, cada feria se adapta a su destino, es decir, las actividades ofertadas e información por segmentos cambian. Además, la época en la que se realice se elegirá en función de preferencias climatológicas, estadísticas sobre la concentración de población... Incluso la denominación de este evento ha sido diseñada para poder ser adaptada y generar una mayor vinculación con el destino, por ejemplo, Londres-Santander So Close, Berlín-Santander So Close...

Además de la utilización de diversas redes sociales y otros tipos de marketing, se creará una página web "santandersoclose" donde saldrá reflejada la programación y transmisión de los eventos de cada ciudad.

Imagen 14: Conexiones aéreas directas de Santander.



FUENTE: Asociación amigos del Aeropuerto de Parayas, 2018.

4. EDINBURGH-SANTANDER SO CLOSE.

Durante este capítulo se desarrollará un ejemplo del proyecto de la feria Santander So Close. La ciudad elegida para este ejemplo es Edimburgo.

Edimburgo es la capital de Escocia. Cuenta con 490.000 habitantes, con lo cual es una ciudad media, con amplia diversidad de servicios. Está considerada Ciudad Patrimonio de la Humanidad por la gran cantidad de recursos culturales que posee. Es la ciudad más importante del país además de la segunda ciudad más visitada del Reino Unido, después de Londres.

Imagen 15: Vista de Edimburgo.



FUENTE: Nuestro pequeño mundo viajes, 2017.

4.1. Planteamiento inicial.

El evento tendrá una duración de 7 días y la fecha ideal para su realización será en Septiembre, debido a las condiciones climatológicas y a la alta concentración de habitantes durante ese mes, por el comienzo del curso universitario y escolar.

La feria "Edinburgh-Santander So Close" estará distribuida por la ciudad de la siguiente manera:

1. Zona central, en la que se encontrará toda la información general de nuestra comunidad, información general sobre la feria y además, se realizarán actividades llamativas que atraigan a la gente local.
2. Zonas específicas donde se encontrará la información concreta definida por gustos con el fin de atraer únicamente al segmento interesado.

4.1.1. Zona Central

4.1.1.1. Descripción general.

Será el centro neurálgico de toda la semana de promoción. Esta zona estará ubicada en Princes Street Gardens, lugar estratégico en la ciudad de Edimburgo.

Imagen 16: Princes Street Gardens.



FUENTE: Geograph, 2010.

La superficie donde se sitúan estos jardines fue durante siglos el lago más importante de la ciudad, el Noc Loch o lago del Norte. Cumplía una función defensiva del Castillo de Edimburgo, situado en la cima de la colina.

En la actualidad, estos jardines de más de 150.000 metros cuadrados, son el lugar de unión entre las dos zonas turísticas de la ciudad, la ciudad vieja, Old Town y la ciudad nueva, New Town, con lo cual en esta zona pasean la mayoría de turistas de la ciudad.

Además, también es un lugar importante para la vida local, puesto que es el parque urbano más importante del centro y se sitúa junto a la Avenida Princes Street que es la zona comercial y el centro económico de la capital.

Cabe destacar de esta localización que es el eje central de las comunicaciones de la ciudad. De esta gran avenida parten la mayoría de las líneas de autobuses de la ciudad, principal medio de transporte público. Además, discurre la línea principal del tranvía que tiene conexión directa con el aeropuerto. Finalmente, la avenida acaba con la estación de tren más importante de la ciudad, la estación Waverley, la cual conecta con el resto de ciudades Escocesas y del Reino Unido.

Por todas estas características, es el lugar elegido para celebrar la gran mayoría de eventos de la ciudad como es el mercado de Navidad conocido como Winter Wonderland o las actuaciones llevadas a cabo en Noche Vieja, la cual es una gran celebración de cuatro días llamada Hogmanay, de origen pagano.

4.1.1.2. Organización de la feria

El stand general ubicado en estos jardines, estará formado por una estructura amplia, cuyo diseño será sacado a concurso escogiendo el más innovador y atractivo, que muestre el encanto de Cantabria.

Además, se podrá complementar la estructura con una gran carpa llamativa donde posteriormente se alberguen las actividades a realizar. Por ejemplo, se podrán utilizar las carpas de "DOMO Experiencia", estructuras innovadoras y ecológicas realizadas por artesanos Cántabros.

Imagen 17: Ejemplo creativo de carpa.



FUENTE: Domo Experiencia, 2018.

Lo ideal será que las estructuras externas sean grandes paneles llamativos con imágenes de Cantabria, e incluso plasmas con videos promocionales para atraer al visitante, siguiendo el patrón utilizado en la última feria de FITUR.

Imagen 18: Maqueta pabellón FITUR 2018.



FUENTE: Cantabria TV, 2018.

El recinto estará repartido en varias zonas y se distribuirá según las actividades. En la siguiente maqueta se podrá observar la organización de los diversos sectores.

Imagen 19: Plano Zona central "Feria So Close".

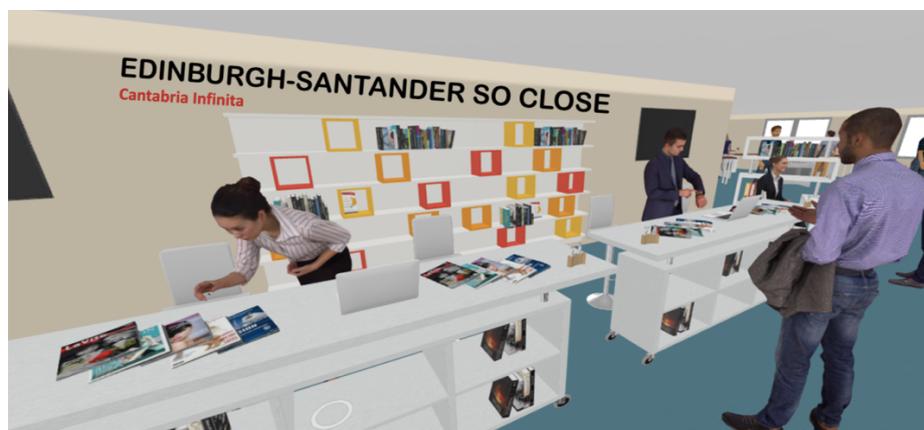


FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

4.1.1.3. SECTOR 1: Zona de Información.

En el centro se ubicará el mostrador con la información turística de la región.

Imagen 20: Zona de Información



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Este, como en todas las ferias, estará separado por zonas:

- Área genérica, donde habrá folletos informativos genéricos de Cantabria, así como de todo tipo de alojamientos, actividades de la región y merchandising promocional. Además, en esta zona también podrán encontrarse mapas genéricos de España, comunicaciones con comunidades autónomas cercanas, información general del país...
- Área capital, donde habrá folletos de todos los puntos turísticos, exposiciones, mapas y merchandising de Santander.
- Área municipios turísticos. Se dividirá en las zonas de Liébana, Costa occidental y Valles pasiegos donde expertos de cada zona explicarán en profundidad sus peculiaridades como El Camino de Santiago del Norte, El Camino Lebaniego, El Parque Nacional de Picos de Europa, ciudades conjunto histórico artístico como Santillana del Mar, cuevas prehistóricas según las zonas, actividades de turismo activo como la Estación de Esquí de Alto Campoo etc.
- Área empresas, donde los profesionales que estén interesados en invertir, colaborar o realizar convenios con alguna empresa de nuestra región podrán acudir y así dejar su contacto. Además, allí encontrarán trípticos especializados y adaptados al área profesional.
- Área Balnearios. Expertos de este sector explicarán al interesado las diferentes opciones de curas y tratamientos que ofrecemos en las instalaciones de nuestra comunidad.
- Área de internacionalización juvenil. Con la idea de promover la enseñanza del español y los intercambios universitarios; se expondrán programas de intercambio, facilidades, cursos de verano todos los interesados.

Cabe destacar que toda la información mostrada en letreros, trípticos y folletos será en inglés. Además, todos nuestros informadores expertos tendrán un alto dominio de la lengua inglesa para así satisfacer plenamente a los clientes interesados.

A la izquierda de este mostrador general, se encontrará un apartado dedicado a la compañía aérea Ryanair. Aquí, encargados de la aerolínea darán información de la conexión EDIMBURGO-SANTANDER, con sus horarios y opciones.

Imagen 21: Zona Ryanair



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Con el fin de dinamizar ventas y atraer al público, se sortearán varios pasajes a Santander. Todos aquellos interesados que se acerquen a este mostrador tendrán la posibilidad de rellenar una pequeña encuesta que llevará un número. Con este número se sortearán las tarjetas de embarque. Con esta excusa, gran cantidad de gente rellenará encuestas de satisfacción en las que se harán preguntas importantes que nos ayudarán a mejorar de cara a siguientes ediciones de la feria en esta misma ciudad u otras. Por otra parte, se conseguirá una amplia base de datos internacional para así en un futuro mandar promociones personalizadas de nuestra comunidad.

La encuesta contemplará las siguientes cuestiones:

1. Como ha accedido a la información sobre este evento
2. Si alguna vez había oído hablar de Santander
3. Opinión sobre las actividades que se llevan a cabo en la feria
4. Si le gustaría que un evento como este se repitiese en la ciudad
5. Si le interesaría visitar Cantabria y Santander después de este evento
- 6.Cuál es el segmento de interés mostrado de la región que más le interesa: cuevas, patrimonio cultural, naturaleza, museos...

Además si este tipo de encuestas se rellenasen en diferentes destinos, se podrán realizar posteriormente diferentes estudios interesantes, ya que quizá haya patrones de gustos o comportamientos según países.

Finalmente, a la derecha del mostrador general, se encontrará un pequeño apartado dirigido solamente a la Feria "Edinburgh-Santander So Close". En esta zona se repartirán mapas con la localización y horarios de las actividades que se realizarán por la ciudad.

Imagen 22: Zona de información sobre la feria



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Colaboradores

Esta sección central está dirigida a la información turística, por lo tanto, tendremos que contactar con empresas u organizaciones que nos aporten todo el material necesario.

En primer lugar contactaremos con CANTUR, Sociedad Regional Cántabra de Promoción Turística S.A, sociedad pública del Gobierno de Cantabria adscrita a la Consejería de Innovación, Turismo y Comercio. Gracias a ellos obtendremos el material necesario para la información regional de Cantabria, como puede ser merchandising, todos los diferentes folletos, trípticos y catálogos que envían a las ferias nacionales de turismo. Finalmente, también se podrá crear un convenio para que sus mejores informadores turísticos

especializados de cada zona fuesen los elegidos para venir a informar a los interesados en Edimburgo.

Por otra parte, con el fin de obtener toda la información específica de la capital y sus actividades culturales, se contactará con la Concejalía de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Santander, responsable en materia de Cultura y Turismo de la capital.

Finalmente, se contactará y pedirá colaboración con TURESPAÑA, con el fin de que nos aporte el material, merchandising y folletos necesarios con información general de nuestro país, como pueden ser mapas de carreteras, y con información sobre todo de la España Verde, que guarda más relación con nuestra Comunidad Autónoma. En este caso, la sede de TURESPAÑA más cercana en Reino Unido se encuentra en Londres, con lo cual, se enviaría hacia Edimburgo el material necesario.

Con respecto al apartado de internacionalización juvenil, realizaremos convenios con las universidades de nuestra comunidad:

- Universidad de Cantabria . Institución pública, que se caracteriza por la calidad de la enseñanza y por su alto nivel en el campo de la investigación. Posee el título de Campus de Excelencia Internacional debido a su gran cantidad de programas de intercambio y convenios de colaboración tanto con universidades europeas como internacionales. Además aparte de programas y becas de estudios, ofrecen prácticas laborales y cursos de verano.
- CESINE . Institución académica que cuenta con veinticinco años de historia; reconocida externamente por su formación de calidad y su carácter internacional. Cuenta con gran cantidad de alianzas estratégicas establecidas con reconocidas universidades, escuelas de negocio de todo el mundo así como prácticas internacionales garantizadas, en empresas de ciudades como Nueva York, San Francisco, Boston, Toronto y París.
- Universidad Europea del Atlántico . Institución académica de educación superior de nueva implantación en la ciudad que garantiza a sus estudiantes la adquisición de un alto nivel de inglés y de competencias transversales en la utilización de las tecnologías más innovadoras, del trabajo en equipo. Tiene convenios internacionales para becas de estudio.

- Universidad Internacional Menéndez Pelayo, UIMP. Centro de alta cultura, investigación y especialización, en el que convergen actividades de distintas especialidades universitarias. Su misión es difundir la cultura y la ciencia, y fomentar las relaciones de intercambio de información científica y cultural. Ofrece cursos de inmersión lingüística y cursos de español para extranjeros.

Todas ellas podrán ofertar sus cursos y modalidades a los habitantes de Edimburgo con el fin de fomentar el aprendizaje de nuestra lengua. Representantes de estas organizaciones podrán estar en el stand dando a conocer sus ofertas, instalaciones, repartiendo sus folletos...

Por último, se contactará con la aerolínea Ryanair para que exponga sus conexiones con Santander, lo promocioe y ofrezca gratuitamente algún billete para así realizar los pequeños concursos. Ryanair es una aerolínea de bajo coste con sede en Irlanda. Es una de las compañías con más éxito en nuestra comunidad, con gran cantidad de vuelos al extranjero.

Escuela Universitaria de Turismo

4.1.1.4. SECTOR 2: Zona de difusión cultural.

Este nuevo sector tendrá el fin de adentrar al cliente en nuestra cultura creándole la necesidad de venir a visitarlo en primera persona. Se conseguirá gracias a una exposición fotográfica, conferencias, actuaciones...

En la zona superior izquierda se ubicará una pequeña exposición de fotografía. En ella, renombrados y famosos fotógrafos de nuestra comunidad mostrarán sus mejores tomas con el fin de captar al público y mostrarles la belleza de nuestra comunidad.

Imagen 23: Exposición fotográfica.



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Los fotógrafos invitados podrían ser:

- Miguel Ángel Miguélez, conocido como El Tomavistas de Santander. Famoso por su blog y sus publicaciones en Twitter, Instagram y Facebook.
- Pablo Hojas, reconocido fotógrafo que ha trabajado toda su vida como fotógrafo de prensa.
- Jose Luis Arauna, fotógrafo santanderino de renombre que destaca por el valor histórico de sus obras

Esta exposición contendrá obras que representen tanto la actualidad de nuestro entorno como el pasado. La fotografía antigua será una oportunidad de mostrar la historia y el progreso de nuestra ciudad. Puede resultar atractivo para gente de otra cultura ver el cambio tan rápido que se ha producido en nuestra sociedad y también, de esta forma despertar su interés. Además, las fotografías actuales mostrarán la belleza de nuestros recursos y generarán en ellos un deseo de viajar y conocerlo.

Las obras estarán expuestas de una manera llamativa, visual y atractiva, que este fuera de los cánones de una exposición tradicional, para así animar al público a sumergirse en ella. Además, al lado de cada obra se le dará la oportunidad al autor de explicarla o comentar algo sobre la historia de la foto. Esta información estará traducida al inglés.

En la zona inferior izquierda se habilitará un pequeño escenario que sirva para realizar pequeñas actuaciones de danza tradicional que muestren el carácter folclórico de nuestra comunidad. Esto atraerá ampliamente a los escoceses ya que tienen una cultura que aprecia mucho las raíces y tradiciones de los pueblos.

Además, también se podrán desarrollar pequeños conciertos de artistas o grupos cántabros, como por ejemplo, La Banda Municipal de Santander, la cual tiene una importante y activa participación en la vida social, musical y cultural de Santander y Cantabria o Mario San Miguel, cantautor y poeta urbano de la capital, participe de gran cantidad de actividades sociales.

Es importante también para nuestra comunidad la música Folk, música que representa nuestros orígenes celtas que puede ser muy llamativa para mostrar nuestras verdaderas raíces y acabar con los mitos de que España entera vive por y para el flamenco. Algunos de sus representantes más importantes que han luchado por comercializar y dar a conocer este tipo de música son el grupo Luétiga y Vallobera, los cuáles también serán invitados para realizar pequeños conciertos a lo largo de la semana.

Por último, este área servirá para organizar pequeñas conferencias sobre temáticas que puedan interesar a diferentes públicos, como por ejemplo, literatura, fotografía, arte rupestre... Llevaremos conferenciantes que dominen la lengua inglesa o en su defecto, facilitaremos traductores para mejorar la comunicación con el público objetivo.

Imagen 24: Zona de actuaciones y conferencias



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Colaboradores

Para llevar a cabo las actividades de este sector se contará con la ayuda de diferentes asociaciones o agrupaciones que defienden las tradiciones de nuestra comunidad.

Además de los fotógrafos, grupos musicales y cantantes ya mencionados, se contará con la ayuda de la Asociación para la defensa de los intereses de Cantabria (ADIC), organización de carácter cívico, social y cultural, que nació en 1976 con el fin de promover, defender y fomentar la personalidad, la cultura, historia y demás intereses de Cantabria. Ellos nos podrán poner en contacto con diferentes conferenciantes para dar charlas interesantes, podrán colaborar y promover actividades etc.

Para el ciclo de conferencias, también nos podremos nutrir de la ayuda de entidades públicas o privadas como Librería Estudio, Librería Gil, Editorial Tantín, El Ateneo de Santander, Club de Regatas, El Soplao, Centro Botín, Museo de Prehistoria de Cantabria, que nos podrán proporcionar contactos de ponentes importantes de diferentes ramas.

Finalmente, contactaremos con diferentes Escuelas de Folclore Cántabras para solicitar su participación en las actuaciones de danza.

4.1.1.5. SECTOR 3: Zona interactiva.

Esta última zona estará enfocada a la interacción directa con el público, para así despertar en ellos su faceta más participativa y creativa.

En la zona superior derecha, habrá un apartado equipado y dirigido especialmente a promover nuestra gastronomía. Cantabria tiene gran cantidad de productos típicos variopintos y originales que pueden llamar mucho la atención. Además, nuestra comunidad cuenta con 5 restaurantes con Estrellas Michelin, los cuales nos aportan un alto prestigio en este ámbito.

Para promocionar este sector y promover nuestra cultura se realizarán degustaciones gastronómicas y talleres de cocina tradicional cántabra. Estos talleres serán gratuitos y cualquier persona adulta podrá participar en ellos bajo una inscripción previa en la página web de la feria. Para estimular la participación local, de entre todas las inscripciones a cada taller se sortearán cenas para dos en diferentes restaurantes reconocidos de nuestra comunidad y de esta forma, fomentar la visita a Cantabria.

Diferentes cocineros con prestigio podrán impartir estos cursos y a su vez dar a conocer sus restaurantes, como por ejemplo Oscar Calleja, José Antonio González, Fernando Sainz de la Maza, Jesús Sánchez, Nacho Solana; todos ellos galardonados con Estrellas Michelin.

Imagen 25: Zona talleres de cocina.



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Estos talleres, como ya mencioné anteriormente, se alternarán con degustaciones de productos cántabros como puede ser cocido montañés, cocido lebaniego, marmita marinera, almejas, anchoas, diferentes tipos de queso, sobaos, quesadas, orujo...

Imagen 26: Zona de degustaciones



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

En esta zona también habrá un apartado habilitado para la venta de productos.

Por último en la zona inferior derecha, se encontrará un amplio espacio dedicado a la interacción con recursos y actividades infantiles.

Imagen 27: Zona interactiva e infantil



FUENTE: Elaboración propia. Programa HomeByMe.

Se colocarán paneles táctiles interactivos donde las personas podrán investigar por su cuenta sobre nuestra región, leer anécdotas interesantes, ver videos etc. Toda la información será en inglés. Además, habrá la posibilidad de realizar visitas virtuales a las Cuevas del Soplao y al Parque de la Naturaleza de Cabárceno para que niños y adultos se adentren 100% en la belleza de nuestros recursos.

También, habrá un pequeño photocall donde la gente se pueda fotografiar y disfrutar. Se utilizará la estructura de Cabárceno creada para esta última feria de FITUR, o una similar.

Imagen 28: Ejemplo Photocall Fitur 2018.



FUENTE: Europa Press 2018.

Finalmente, se colocará una pequeña área infantil con varios juegos para que los adultos puedan informarse y disfrutar de la feria mientras sus pequeños están entretenidos. Habrá personal de la feria encargado del cuidado y supervisión infantil.

Escuela Universitaria de Turismo

Colaboradores

En este área, además de la ayuda de los cocineros que impartirán talleres se realizarán convenios con diferentes restaurantes y se negociará con la Asociación de Hosteleros de Cantabria para los obsequios de las cenas. Además, será necesario realizar acuerdos con las marcas de productos típicos más importantes para que nos cedan suministros a cambio de promocionar su marca. Muchas de ellas pueden ser: Casa El Macho, Conservas Ortiz, Quesería la Jarradilla, Corbatas Pindal, Siderit, Sierra del oso y Delicatessen la ermita, entre otros.

Por otra parte, se necesitará colaboración de CANTUR y El Soplao, de nuevo, para que nos promocionen e inviertan en realizar o mejorar un programa de visitas virtuales de sus instalaciones. Además de ellos, con la colaboración del Ayuntamiento de Santander, se les pedirá la subvención y el desarrollo de los programas interactivos de información como bien utilizan otras comunidades autónomas en ferias nacionales o en sus oficinas de información.

4.1.2. Zonas Específicas.

Como se hizo referencia anteriormente, además del centro neurálgico de Princes Street Gardens, se distribuirán actividades por diferentes puntos estratégicos de la ciudad con el fin de atraer a los interesados concretamente a ciertas áreas y de esta forma, captar su atención e interés de manera eficaz.

Se han estudiado los diferentes nichos de mercado turístico y se ha realizado una valoración sobre ellos, midiendo su importancia en nuestra región y su potencial. A continuación, se explicarán las actividades que se realizarán a lo largo de esta semana según segmentos de mercado y concretando su ubicación idónea.

4.1.2.1. Turismo Deportivo.

Es uno de los segmentos de la industria turística que se encuentra en auge en la actualidad.

En Cantabria, destacan sobre todo los deportes marítimos o acuáticos debido a nuestra localización y tradición marinera. Por otra parte, tiene gran importancia el golf, con numerosos campos de alta calidad. Como no es de extrañar, existen equipos de deportes comunes como puede ser el fútbol con el Real Racing Club de Santander, pero también tenemos gran diversidad en lo que a deportes tradicionales se refiere como pueden ser el pasabolo tablón, bolos, salto pasiego, tiro de palo y corte de troncos. En esto último, encontramos grandes similitudes con la cultura escocesa, donde sus tradiciones están cargadas de juegos similares los cuales son representados en los Highland Games cada verano, con juegos como lanzamiento de troncos y tira y afloja.

A la ciudad de Edimburgo se trasladarán aquellos deportes más afines a su cultura, donde la gente local se sienta identificado y quiera participar en las actividades que les proponemos.

DEPORTES ACUÁTICOS.

Escocia tiene gran cantidad de playas acantiladas, e incluso su capital cuenta con su propia playa ubicada en Portobello, un barrio situado a 5km del centro de la ciudad.

Esta playa arenosa esta bañada por las aguas del fiordo de Forth. A finales del siglo XVIII, se alzó como un destino propio de clase media. A partir de ese momento la zona comenzó a estar repleta de turistas dándose baños y disfrutando de las actividades que se desarrollaban en el muelle. En la actualidad, esta zona está formada por un amplio paseo marítimo.

Imagen 29: Playa de Portobello.



FUENTE: Visit Scotland, 2018.

Esta playa será la elegida para promocionar los deportes acuáticos que serán el surf, el windsurf, la vela y las regatas. En el muelle se instalará el punto de información. Aquí se situará el personal y la información específica de los recursos, equipamientos y oportunidades que ofrece nuestra comunidad en cuanto a turismo activo se refiere, en concreto deportes acuáticos. En este área también se realizará el reparto de material para las diferentes actividades, así como la inscripción a las clases y competiciones.

Finalmente, para promover la participación, entre todas las inscripciones de las clases abiertas se sorteará una estancia para dos personas en un hotel de Santander.

En la playa se delimitarán las zonas donde se practicarán cada tipo de deporte, así como un punto de encuentro para los inicios de las clases y explicaciones sobre instrucciones o historia de los deportes. Los exteriores estarán amenizados con música ambiente, y habrá habilitada una zona de vestuarios y un pequeño bar.

Surf y Windsurf

Tanto el Surf como el Windsurf son deportes estrella en Escocia. La gran cantidad de playas y las condiciones meteorológicas son perfectas para practicar este tipo de deportes. Curiosamente, Cantabria, para sorpresa de muchos, fue pionera como destino de surf de España. Las playas de nuestra comunidad tienen también las características idóneas para practicar este tipo de deportes como por ejemplo, el Bocal donde cada año se realiza la competición de la Vaca Gigante, conocida mundialmente por sus olas de más de 6 metros de altura.

Ofreceremos a la población unas jornadas donde profesionales del sector impartirán clases gratuitas de ambos deportes. Los usuarios interesados también podrán utilizar el material libremente. Por último, para aquellos que se vean con la suficiente soltura, se realizarán competiciones de cada modalidad. A los ganadores se les premiará con una estancia en un hotel de Cantabria o un pase de una semana en escuelas de Surf regionales.

Regatas

Como ya se ha comentado, uno de los principales motivos de la celebración de este evento es poner en valor las tradiciones y mostrarlas a otras culturas. Las regatas de traineras son el deporte por excelencia de gran tradición marinera en el Cantábrico, ya que surgieron gracias al modo de vida que se llevaba antaño, aquella vida de pescadores ligada al mar.

Por lo tanto, una de las actividades programadas será la demostración de este deporte mientras se comenta un poco la historia en la zona de comunicación habilitada en la playa. Además, después se invitará a la gente local a probarlo de la mano de nuestros profesionales.

Vela

Otro de los deportes característicos de nuestra comunidad y sobre todo que está dentro de la marca de identidad de nuestra capital, es la vela. Este deporte se comenzó a realizar en torno a 1967 y tuvo tanto éxito entre nuestra población local que provocó la fundación de la primera escuela de España en este ámbito que dispone del Centro Español de Alto Rendimiento, Príncipe Felipe.

Las costas escocesas son de características similares a las nuestras y cuentan con un factor constante, el viento, perfecto para la práctica de este deporte.

Se realizarán, como en el resto de actividades, clases abiertas para enseñar este deporte a la población local.

Palas Cántabras

Para amenizar y dinamizar la playa, se les presentará la opción de jugar y practicar un último deporte tradicional que no podía faltar, las Palas Cántabras. Este deporte nació en la playa de la Magdalena, en Santander en torno a 1928. Consiste simplemente en unas palas de madera y una pelota de tenis, la cual hay que mantener en el aire el mayor tiempo posible y así conseguir el mayor número de golpes.

Se realizarán pequeñas clases explicando el concepto general y se prestará el material necesario. De esta manera, los niños podrán también ser partícipes de esta zona ya que es un juego entretenido adaptado a todos los públicos.

El público objetivo de toda esta zona será la gente aficionada al turismo activo y sobre todo, a los deportes acuáticos. El fin de este apartado de la feria es que conozcan los servicios, equipamientos y oportunidades que se ofrecen en nuestra región y se vean atraídos por ellos para sus próximas vacaciones.

Colaboradores

Para realizar estas actividades contaremos con la participación de unos patrocinadores específicos.

En cuanto al Surf y Windsurf, contaremos con la colaboración de algunas de las escuelas más importantes de nuestra comunidad, dándoles la oportunidad de promocionarse. Algunas de ellas serán La Escuela Cántabra de Surf situada en Somo, siendo una de las escuelas más prestigiosas de Europa; Escuela de Surf Los Locos situada en Suances y KNS Escuela de Windsurf entre otras.

Para la difusión de la cultura de regatas contaremos con la ayuda del Real Club de Regatas de Santander creado en 1870, el Real Club Marítimo de Santander y la Federación Cántabra de Remo.

En cuanto a la vela aparte del Real Club Marítimo de Santander, se contará con la Federación Cántabra de Vela, las cuales publicitarán sus clases y cursillos de verano.

Todas estas empresas y asociaciones, aparte de proporcionarnos el material se encargaran de la selección del personal cualificado para impartir las clases.

Finalmente, para la elaboración de los premios de las estancias en hoteles de la comunidad se crearán acuerdos con diferentes cadenas que trabajan en nuestra región como puede ser la Cadena Santos, Sardinero Hoteles, Hoteles Silken, NH Hoteles entre otros.

GOLF.

Escocia es conocida como la cuna de este deporte. El primer registro de golf en este país data del siglo XV, cuando se crearon los clubes de golf más antiguos del mundo como la Compañía de Golfistas de Edimburgo y la Sociedad de Golfistas de St Andrews. En Cantabria también existe una importante tradición en este deporte, y gracias a personas como Severiano Ballesteros, importante golfista a nivel mundial, se han reconocido internacionalmente nuestros campos.

De entre los 550 campos de golf de Escocia, nuestro elegido será el ubicado en la capital, Craigentenny Golf Course. Este campo no es extremadamente grande, pero está situado en un enclave privilegiado desde donde se aprecian excelentes vistas al Arthur's Seat y a los monumentos históricos de Calton Hill.

Imagen 30: Campo de golf Craigentenny



FUENTE: Edinburgh Leisure, 2018.

En las instalaciones del campo se colocará un pequeño stand con toda la información así como videos sobre los 9 campos de golf de nuestra comunidad, todos con paisajes extraordinarios. Como actividad, se realizará un pequeño torneo con los aficionados locales . Los ganadores tendrán como premio un pase semanal para el club de golf que elijan.

Al finalizar la competición se realizará una degustación de bebidas típicas como diferentes orujos de Potes, ginebra de Siderit...

El público objetivo será atraer a los golfistas escoceses y conseguir su interés por probar nuestras instalaciones. Son un segmento muy claro y son un turismo de cierto nivel económico que es muy beneficioso para nuestra comunidad.

Colaboradores

Además de contar con la colaboración de patrocinadores básicos, previamente mencionados, que nos puedan aportar la información y en este caso la bebida de la degustación, se contará con la ayuda de la Federación Cántabra de Golf.

RUGBY.

El segundo deporte estrella de Escocia es el rugby y es sin duda el más popular del país ya que la gran mayoría de jóvenes lo practican. En el país encontramos dos equipos el Edinburgh Rugby y los Glasgow Warriors, que juntos forman la coalición de Scottish Rugby Unión.

En nuestro país el rugby cada vez va adquiriendo mayor relevancia. Lo mismo ocurre en nuestra comunidad, donde gran cantidad de jóvenes lo practican hoy en día. Este deporte enamora a sus aficionados con sus grandes valores de compañerismo, educación y respeto.

Durante la feria se realizarán diversos partidos amistosos entre jóvenes de los equipos de la Unión Escocesa y jóvenes de los equipos de la Federación Cántabra de Rugby. Estos partidos habrán sido promocionados con anterioridad, tanto en sus redes sociales y pagina web como en las nuestras, además de en los campus universitarios, gimnasios etc para conseguir aforo de espectadores interesados. Estos encuentros serán solidarios, donde el simbólico valor de la entrada se donará a alguna causa social que la federación de rugby local considere oportuna. Además, alguno de los deportistas más renombrados de las ligas escocesas podrá colaborar para aportar más relevancia e importancia mediática al evento, promocionando la marca Cantabria indirectamente. El estadio elegido será el BT Murrayfield Stadium, el estadio más importante de la capital, situado cerca del centro de la ciudad.

Imagen 31: Estadio Murrayfield.



FUENTE: Varzesh Football, 2015.

El fin de estos encuentros será el acercar las dos culturas y promover el respeto y compañerismo entre los jóvenes de ambos países. A su vez, se promocionarán los programas y cursos de verano del Instituto Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Santander, fomentando que este segmento de jóvenes viaje a nuestra comunidad y sigan desarrollando sus habilidades deportivas.

Colaboradores

Como se ha mencionado ya, se contactará y colaborará con Scottish Rugby Union, la Federación Cántabra de Rugby y el Club de Rugby de Santander para organizar los encuentros según los rangos de edad de los equipos. Por último, el Instituto Municipal de Deportes del Ayuntamiento pondrá a nuestra disposición la información y propaganda necesaria de sus programas.

4.1.2.2. *Turismo de Naturaleza.*

Cantabria dispone de una gran riqueza y valor natural. Su territorio cuenta con 6 maravillosos parques naturales con reservas de alto valor paisajístico, además de un importante monumento natural en el Monte de Cabezón y el Parque Nacional de Picos de Europa, de gran importancia en la Península Ibérica. Por lo tanto, el turismo activo en cuanto a senderismo y rutas se refiere, está muy desarrollado, así como el turismo rural.

El lugar elegido para promocionar este tipo de turismo en Edimburgo será el Arthur's Seat. Arthur's Seat es un punto emblemático de la ciudad, situado a escasa distancia del centro. Es un antiguo volcán extinto que data de hace 2000 años. Miles de personas, desde turistas hasta ciudadanos amantes del senderismo, recorren la senda que llega hasta la cima de este volcán, desde donde se pueden admirar unas vistas privilegiadas de la ciudad.

Imagen 32: Arthur's Seat



FUENTE: The Times, 2016

A los pies del volcán se colocará el punto de referencia de la feria, donde se expondrá la información sobre las rutas de senderismo en Cantabria, espacios naturales, alojamientos rurales... Además, se organizarán rutas hasta la cima para aquellos interesados que quisieran participar, con el fin de dinamizar la zona y promover el turismo verde.

Por otra parte, se colocará otro punto de referencia de la feria en el Zoo de Edimburgo, donde se promocionará exclusivamente El Parque de la Naturaleza de Cabárceno con información sobre el parque, videos promocionales, una zona para visitas virtuales y una pequeña zona de entretenimiento infantil. El público objetivo de esta última zona es atraer al turismo familiar escoces.

Imagen 33: Zoo de Edimburgo.



FUENTE: Visit all over the world, 2014.

Colaboradores

En esta ocasión se contará con la colaboración de Naturea, organización encargada de la dinamización y mantenimiento de la Red de espacios naturales de Cantabria. Ellos nos aportarán gran cantidad de información y material útil.

4.1.2.3. Turismo Cultural

Edimburgo es una ciudad con alto valor cultural, donde se puede sentir la historia todavía latente. En 1995, la capital fue declarada Conjunto Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Cantabria también destaca por importantes muestras artísticas y arquitectónicas pertenecientes a diferentes periodos históricos como por ejemplo, vestigios megalíticos, asentamientos romanos, iglesias rupestres, románicas y góticas, conjuntos históricos y arte rupestre entre otros...

Para alcanzar a nuestro público objetivo, aquel amante del arte, se ubicarán en varias zonas del casco antiguo diferentes puntos de la feria con la información específica de diversos recursos culturales.

El primer lugar destacado será el Museo Nacional de Escocia, una de las 10 mejores atracciones del Reino Unido. Este museo, situado en la zona antigua de la ciudad, expone diversas colecciones sobre el mundo natural, culturas del mundo, ciencia y descubrimientos. Esta clase de museo recibe sobre todo visitas de jóvenes y familias tanto extranjeras como locales. Por esta razón, el punto de información, colocado en el vestíbulo, tendrá información exclusivamente sobre el Museo de Prehistoria y Arqueología de Cantabria y sobre el Museo Marítimo del Cantábrico. Ambos situados en Santander, están clasificados entre los mejores museos de la comunidad.

Imagen 34: Museo Nacional de Escocia.



FUENTE: Arte Magazine, 2014.

Se ha elegido esta ubicación es que la clase de público que visita este museo suele ser el mismo perfil de personas que acuden a ambos en Santander. Se ubicará personal repartiendo folletos, y explicando información a la vez que pantallas proyecten videos promocionales. En este caso, también se podrán realizar alguna actividad infantil para amenizar el área.

Si buscamos el perfil de turista de un rango cultural medio-alto, que aprecie las buenas exposiciones de arte, debemos desplazarnos a la Galería Nacional de Escocia. Este museo está situado en la Avenida Princes Street, en un gran edificio de estilo neoclásico. La galería conserva obras de artistas destacados desde el Renacimiento hasta el Postimpresionismo. Se realizará el mismo planteamiento que en el anterior museo, pero esta vez sin actividades infantiles y exclusivamente con la información sobre el Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Santander y sobre el Centro Botín.

Imagen 35: Galería Nacional de Escocia.



FUENTE: La guía de viaje, 2014.

Por último, un punto de la feria estará colocado fuera de la catedral de la ciudad, la Catedral de St Giles, situada en el centro de la Royal Mile, la calle principal del casco antiguo, la cual está siempre abarrotada de turistas. Este punto de la feria será un poco más amplio que los demás porque abarcará varios periodos históricos y temas. La información será situada por orden cronológico y habrá varios paneles visuales, además de videos para que la información llegue de manera más sensorial.

Imagen 36: Catedral de St Giles, Royal Mile.



FUENTE: Guías viajar, 2018.

En primer lugar se expondrá todo lo relacionado con las cuevas rupestres Patrimonio de la Humanidad y por supuesto información sobre Altamira y su museo. También habrá información del Soplaio junto con la posible realización de una visita virtual.

Después, paneles explicativos mostrarán el Camino de Santiago del Norte y el Camino Lebaniego, junto con nuestros profesionales que repartirán los folletos y explicarán curiosidades a todos aquellos interesados.

Finalmente, se hará referencia al Anillo Cultural de Santander, con toda su historia contemporánea y sus posibles opciones de visitas, así como información del Palacio de la Magdalena y su importancia.

Colaboradores

En este caso, como se comentó anteriormente, la información de los diferentes museos y recursos culturales se obtendrán gracias a CANTUR, a la Concejalía de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Santander y a la Fundación Botín.

4.1.2.4. Turismo Idiomático.

El turismo idiomático es un nicho de mercado muy importante en España. Está en auge en ciudades como Salamanca, Málaga, Sevilla y Madrid entre otras capitales de comunidades españolas. "En el año 2016 más de 472 millones de personas tienen el español como lengua materna, hecho que posiciona a la lengua española la segunda lengua materna del mundo por número de hablantes. Por otra parte, 21 millones de alumnos lo estudian como lengua extranjera" (INSTITUTO CERVANTES 2016).

Dado que este nicho tiene alto potencial en este tipo de eventos internacionales, donde encontraremos gran cantidad de jóvenes estudiantes del español, se podrá promocionar Santander como capital de turismo idiomático del norte de España.

Se colocarán stands con información de nuestras universidades y cursos de verano, al igual que en la zona central, en los diferentes campus de las universidades: University of Edinburgh, Edinburgh Napier University, Queen Margaret University y Heriot-Watt University, además de dejar información en las diferentes academias de español de la ciudad como puede ser SALT. De esta manera, los estudiantes interesados recibirán las opciones disponibles. Finalmente, durante el desarrollo de la semana, se podrá promover alguna actividad de intercambio lingüístico en las universidades donde nativos hablen con escoceses que quieran mejorar su español. De esta forma se dinamizará la zona y se animará a los estudiantes.

Imagen 37: Universidad de Edimburgo.



FUENTE: Expedia, 2018.

Por otra parte, se organizará una jornada de cine español. Uno de los cines en el que se podría realizar este ciclo puede ser el Odeon Cinema, cine situado en el centro de la ciudad. Se realizará una selección de diversas películas españolas para todos los públicos que se emitirán subtituladas en inglés. La programación de este ciclo además de estar expuesta en la zona central de la feria, se promoverá en las universidades y academias de español.

Colaboradores

Además de contar con toda la información facilitada por las universidades de Santander, se colaborará con el Instituto Cervantes, máximo encargado de la difusión del español por el mundo. Edimburgo no cuenta con Instituto Cervantes, pero se enviará el material necesario desde Londres, Leeds o Manchester, ciudades con sede en Reino Unido.

Por otra parte, también se podrá contar con la colaboración de Cinemattic, empresa de españoles ubicada en Edimburgo que se encarga de promover el cine español.

Escuela Universitaria de Turismo

4.1.2.5. Turismo Musical.

Nuestra comunidad autónoma a pesar de su escaso tamaño, atrae grandes festivales de música clásica. El FIS y los Encuentros de Música y Academia son un ejemplo de ello. El turismo musical está muy de moda como complemento a unas vacaciones perfectas, con lo cual, es otro gran nicho a explotar.

Con el fin de mostrar esta faceta a los apasionados de la música clásica, se realizarán conciertos solidarios. La Joven Orquesta de Cantabria, junto con grupos de diferentes escuelas de música y conservatorios de la ciudad, realizarán varios conciertos de diferentes temáticas a lo largo de la semana en el Usher hall, una gran sala de conciertos situada en el centro de la ciudad. Se cobrará un valor simbólico que irá destinado alguna obra social que se considere oportuna.

Imagen 38: Usher Hall.



FUENTE: Usher Hall Edinburgh, 2018.

Tanto en la sala de conciertos como en los conservatorios locales se distribuirá información sobre los eventos musicales que se realizarán en Santander durante este próximo año, para de esta manera, atraer a público extranjero.

Colaboradores

Se contará con la colaboración de diversos entes para que se aporte el material necesario como puede ser el Gobierno de Cantabria para las actuaciones del Palacio de Festivales de Santander, La Escuela Superior de Música del Reina Sofía para la información de los Encuentros de Música y Academia, la Fundación Botín, los diferentes Conservatorios de música de Santander entre otros. Por último, también se contactará con las Escuelas de Música de Edimburgo para promover su participación en el programa.

4.2. Inauguración y desarrollo del evento.

Las actividades de toda la feria estarán organizadas en un calendario de eventos que habrán sido publicitados anteriormente y que estarán a disposición en la zona central de la feria.

La inauguración de la feria Edinburgh-Santander So Close, se llevará a cabo en la zona central, en Princes Street Gardens. Acudirán las máximas autoridades de ambas ciudades y entidades como el Alcalde de Edimburgo, la Alcaldesa de Santander, el Presidente del Gobierno de Cantabria, el máximo representante de TURESPAÑA y Visit Scotland, entre otros. De esta forma, se fomentarán relaciones cordiales entre ambos países con la posibilidad de poder realizar más ediciones de la feria o traer un evento de estas características sobre Edimburgo a nuestra ciudad.

Se comenzará con una gran celebración que estará amenizada con alguna actuación inicial, para así animar a la población local a adentrarse en la feria. Los medios de comunicación estarán presentes para así difundir aún más el evento. Los profesionales del sector turístico de Escocia también estarán invitados este día. Estos podrán ser hosteleros, organizadores profesionales de congresos, organizadores de bodas, propietarios de empresas entre otros, y de esta manera también se fomentará el turismo de negocios en nuestra comunidad.

4.3. Patrocinadores generales del evento.

Durante el desarrollo de la planificación de la feria, se han ido nombrando a posibles colaboradores con los que se podrán pactar convenios en los que ambas partes salgan beneficiadas. En este caso ellos consiguen publicidad y futuros visitantes mientras que nosotros obtenemos la información específica y material necesario.

Además de ellos, se entablarán relaciones con otro tipo de empresas que nos puedan financiar, aportar infraestructuras y material, entre otros, para así reducir nuestro presupuesto al mínimo. A cambio, se les ofrecerá la publicidad en los eventos.

Las empresas más importantes que pueden colaborar:

- Banco Santander e ICEX entidades que nos aportarán financiación y reconocimiento.
- Empresas como Samsung, Sony, Huawei, entre otras; las cuales nos podrán aportar soporte eléctrico y electrónico, al igual como material de última generación como pueden ser plasmas, equipos táctiles interactivos...
- El Consulado Español, ya que en Edimburgo no cuenta con Embajada. Nos aportará credibilidad y seguridad.
- En cuanto a diferentes ámbitos específicos, se podrán establecer acuerdos con ODECA y con la Asociación de Hosteleros de Cantabria, para fomentar la seguridad y permisos necesarios.
- Como ya se ha comentado en varias ocasiones, el Ayuntamiento de Santander, el Gobierno de Cantabria con CANTUR, TURESPAÑA y el Instituto Cervantes nos aportarán financiación y material.
- La Escuela Universitaria de Turismo Altamira, perteneciente a la Universidad de Cantabria nos aportará la colaboración de sus alumnos a modo de prácticas para ayudarnos en la organización y exposición del evento.

En cuanto al personal, además de las prácticas de los alumnos y los profesionales proporcionados por las empresas afines, se abrirán plazas voluntarias para aquellos españoles que residan en el destino y quieran colaborar con el proyecto, involucrándose en la promoción de Cantabria. A estos voluntarios se les incentivará con sorteos en hoteles, pasajes y restaurantes consiguiendo, además de reducir costes de personal, atraer y ampliar el turismo nacional de nuestra comunidad, aportando divisas extranjeras.

4.4. Publicidad y promoción del evento.

Se utilizarán diferentes canales para promocionar la feria en Escocia.

En primer lugar, existirá de base una página web global llamada santandersoclose.com. En ella se expondrá información de la idea general, información sobre nuestra comunidad y se podrá realizar un seguimiento por las diferentes ferias en distintos países. Por lo tanto, cada

país tendrá un apartado específico en la web dónde se detallen las actividades y los horarios generales, o dónde la gente pueda contactar para información y puedan registrarse o inscribirse para las diversas actividades que así lo requieran.

En cuanto a más referencias en páginas web, se realizará un convenio para que aparezcan banners publicitarios que re-direccionen a la web principal de la feria en la página web de Turismo de Cantabria, en la de Visit Scotland, Turespaña y Ryanair.

Además en todos los vuelos Ryanair con conexión Santander, se adaptará un apartado informativo general en la revista Ryanair que reparten durante sus vuelos para captar un público mayor.

Si hablamos de marketing tradicional, se encontrarán folletos o trípticos en todas las empresas colaboradoras como pueden ser las oficinas del Banco Santander, la Oficina de Turismo de Edimburgo, las universidades, entre otras.

Además, también se realizará una campaña publicitaria de mobiliario urbano, con videos promocionales del evento proyectadas en las marquesinas de las paradas de autobuses de toda la ciudad.

Finalmente, tendrá gran peso el marketing digital. Las redes sociales tendrán gran importancia y por ello se comunicará información constantemente y se retransmitirá lo que ocurre para que los espectadores sientan la necesidad de conocerlo y comunicarlo a sus seguidores. Las redes que se utilizarán serán:

- Facebook, creando una página del evento global y retransmitiendo información en cada ciudad que se realice.
- Instagram donde se contactará con Influencers para llegar a un público mayor.
- Twitter donde se publicarán las noticias más relevantes.
- Se contará con un canal de Youtube para colgar tanto videos promocionales como recopilatorios de lo sucedido en cada ciudad.

5. CONCLUSIÓN

La realización de un proyecto de esta magnitud significará un gran cambio para nuestra comunidad autónoma.

En estos últimos años, se han propuesto diversos planes de marketing con el fin de mejorar la industria turística de Cantabria. Sin embargo, algunos de últimos llevados a cabo no obtuvieron la respuesta ni la influencia positiva esperada. Por el contrario, este modelo de publicidad experiencial y promoción innovadora no pasará inadvertido. Cuenta con gran cantidad de ventajas, tanto para la parte organizadora como para el público.

El ente desarrollador del proyecto tendrá la libertad de realizar las modificaciones precisas ya que se trata de una propuesta abierta. Tanto los segmentos ofertados, como las actividades programadas hacia el público pueden ser adaptados a las diferentes variables, como la época del año, el lugar, las culturas... Además, esta idea se ha desarrollado en base a las conexiones de la compañía aérea Ryanair, pero es ajustable a todo tipo de compañía, al igual que se podría ampliar a las ciudades de conexión con líneas marítimas. Por otra parte, es también importante destacar que no requiere un presupuesto específico ni limitado. Debido a todas las modificaciones posibles, el presupuesto se podrá ajustar según lo estipulado por el ente. Cabe destacar, que con este proyecto se pretende impulsar la idea de intercambio entre empresas, intentando de esta forma que no se dependa únicamente de la inversión económica, sino que se apoye la colaboración por parte de empresas que se beneficiarían de otros aspectos, como publicidad, ventas indirectas, apertura de mercados etc.

Por otra parte, la imagen exterior también se verá beneficiada. No solo se obtendrá un buen prestigio a nivel nacional por ser la primera comunidad en llevar a cabo una propuesta internacional de esta envergadura, sino que también se obtendrá un prestigio y un reconocimiento a nivel internacional, creando vínculos socioculturales con ciudades o regiones extranjeras. Se pondrá en valor la marca Cantabria a nivel europeo lo que supondrá un aumento de los viajeros y de beneficios turísticos de la comunidad. Esto también podrá aplicarse en la renovación de las prácticas turísticas e infraestructuras ya existentes, en la creación de nuevos convenios internacionales, así como la apertura de nuevas líneas aéreas y marítimas con Europa.

En conclusión, la realización de este proyecto de promoción representaría un gran avance, ya que sigue las nuevas corrientes turísticas. Además, una buena gestión proporcionaría beneficios como los anteriormente descritos. Liderar un proyecto pionero de este alcance, nos posicionaría en un buen puesto de calidad con respecto a nuestros competidores.



6. ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Zona de baño en Escocia	7
Imagen 2: Gran Casino de Zaragoza. Exposición Hispano-Francesa 1908	9
Imagen 3: Puesto de información turística	9
Imagen 4: Folleto turístico, Ruta de la Guerra del Norte.....	10
Imagen 5: Promoción "Spain is different, Visit Spain"	11
Imagen 6: Nueva imagen de marca España	12
Imagen 7: Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros.....	13
Imagen 8: Llegada al Aeródromo de La Albericia	14
Imagen 9: Inauguración del nuevo aeropuerto	14
Imagen 10: Principales compañías aéreas que operan en el Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros	16
Imagen 11: Datos sobre pasajeros y operaciones del último año. Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros.	17
Imagen 12: Procedencia de turistas del Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros.....	17
Imagen 13: Razones por las que se visita Cantabria.....	18
Imagen 14: Conexiones aéreas directas de Santander.	22
Imagen 15: Vista de Edimburgo.	23
Imagen 16: Princes Street Gardens.	24
Imagen 17: Ejemplo creativo de carpa.....	26
Imagen 18: Maqueta pabellón FITUR 2018.	26
Imagen 19: Plano Zona central "Feria So Close".	27
Imagen 20: Zona de Información	27
Imagen 21: Zona Ryanair	29
Imagen 22: Zona de información sobre la feria.....	30
Imagen 23: Exposición fotográfica.....	33

Imagen 24: Zona de actuaciones y conferencias.....	34
Imagen 25: Zona talleres de cocina.	36
Imagen 26: Zona de degustaciones	37
Imagen 27: Zona interactiva e infantil	37
Imagen 28: Ejemplo Photocall Fitur 2018.....	38
Imagen 29: Playa de Portobello.....	40
Imagen 30: Campo de golf Craigentenny	44
Imagen 31: Estadio Murrayfield.....	46
Imagen 32: Arthur's Seat.....	47
Imagen 33: Zoo de Edimburgo.....	48
Imagen 34: Museo Nacional de Escocia.	49
Imagen 35: Galería Nacional de Escocia.....	50
Imagen 36: Catedral de St Giles, Royal Mile.....	51
Imagen 37: Universidad de Edimburgo.	52
Imagen 38: Usher Hall.....	54

7. REFERENCIAS

7.1. WEBGRAFÍA

ABC ESPAÑA. 2015. «*Spain is different!*», el eslogan que cambió para siempre la imagen de España. [Consulta: 16 mayo 2018]. Disponible en <http://www.abc.es/espana/20141221/abci-spain-diferent-201412181821.html>

ADAGIO. 2018. *Las palas Cántabras*. [Consulta: 12 marzo 2018]. Disponible en <http://palascantabras.es>

AENA. 2018. *Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros: Historia*. [Consulta: 12 abril 2018]. Disponible en <http://www.aena.es/es/aeropuerto-santander/historia.html>

AENA. 2018. *Aeropuerto de Santander-Seve Ballesteros: Presentación*. [Consulta: 12 abril 2018]. Disponible en <http://www.aena.es/csee/ccurl/58/822/Seve%20Ballesteros-Santander%20Airport%202017%20web.pdf>

ARTE MAGAZINE. 2014. [Consulta: 13 mayo 2018]. Disponible en <http://www.artemagazine.it/old/archeologia/40461/che-succede-se-la-scozia-lascia-linghilterra/>

ASOCIACIÓN AMIGOS DEL AEROPUERTO DE PARAYAS. 2018. [Consulta: 2 abril 2018]. Disponible en <https://asociacionamigosparayas.wordpress.com/?s=conexiones>

ASOCIACIÓN PARA LA DEFENSA DE LOS INTERESES DE CANTABRIA. 2018. [Consulta: 16 marzo 2018]. Disponible en <http://www.adic-cantabria.com>

AYUNTAMIENTO DE SANTA MARIA DE PALAUTORDERA. 2018. *X Jornades de la importància de la memòria*. [Consulta: 20 mayo 2018]. Disponible en <http://www.smpalautordera.cat/pl224/actualitat/id1877/x-jornades-de-la-importancia-de-la-memoria.htm>

AYUNTAMIENTO DE SANTANDER. 2018. *Banda municipal de música de Santander*. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <http://santander.es/servicios-ciudadano/areas-tematicas/musica/banda-municipal-musica-santander>

AYUNTAMIENTO DE SANTANDER. 2018. *Concejalía de Cultura y Turismo*. [Consulta: 25 marzo 2018]. Disponible en <https://santander.es/ayuntamiento/gobierno-municipal/organigrama-ayto-concejalias/concejalia-servicios/Cultura-y-Turismo>

CANELA, PUBLIC RELATIONS. 2015. [Consulta: 20 mayo 2018]. Disponible en <http://canelapr.com/ten-things-you-should-bear-in-mind-if-you-want-to-do-business-in-spain/>

CANTABRIA TV. 2018. '*Cantabria, Patrimonio de la Humanidad*' busca afianzarse como destino cultural en Fitur después de un "brillante balance turístico en 2017". [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <http://www.vegavision.tv/articulo/actualidad/cantabria-patrimonio-humanidad-busca-afianzarse-destino-cultural-fitur-despues-brillante-balance-turistico-2017/20180113155744001886.html>

CASA EL MACHO. 2018. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <http://www.casaelmacho.com>

CASTILLO PALACIO, M.; CASTAÑO MOLINA, V. 2014. La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y perspectivas del turismo*, vol **24(3)**, pp. 737-757. ISSN: 0327-5841. [Consulta: 21 abril 2018]. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>

CESINE CENTRO UNIVERSITARIO. 2018. *Nuestra institución*. [Consulta: 23 marzo 2018]. Disponible en <https://www.cesine.com/es/ conoce-cesine/nuestra-institucion/>

CIVITATIS. 2018. *Edimburgo*. [Consulta: 6 marzo 2018]. Disponible en <https://www.edimburgo.com/princes-street-gardens>

CLUB DE RUGBY DE SANTANDER. 2018. [Consulta: 27 marzo 2018]. Disponible en <http://www.clubderugbysantander.com>

CONSERVAS ORTÍZ. 2018. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <https://www.conservasortiz.com>

CORREYERO RUIZ, B. 2011. *La propaganda turística y la política turística española durante el franquismo... cuando el turismo aún no era de masas*. Universidad Católica San Antonio (UCAM). [Consulta: 10 mayo 2018]. Disponible en <http://www.ime.cat/WebEditor/Pagines/file/Beatriz%20Correyero.pdf>

DELICATESSEN LA ERMITA DE SAN PEDRO. 2018. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <http://www.delicatessenlaermita.com/productos.php>

DOMO EXPERIENCIA. 2018. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <http://domoexperiencia.es>

EDINBURGH LEISURE. 2018. *Craigentiny Golf Course*. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <https://www.edinburghleisure.co.uk/venues/craigentiny-golf-course>

EDINBURGH ZOO. 2018. [Consulta: 1 abril 2018]. Disponible en <https://www.edinburghzoo.org.uk>

EJECUTIVOS. 2018. *El Tomavistas de Santander galardonado en los premios ejecutivos Cantabria*. [Consulta: 28 marzo 2018]. Disponible en <http://www.ejecutivos.es/2018/01/15/tomavistas-santander-galardonado-los-premios-ejecutivos-cantabria/>

EL DIARIO MONTAÑÉS. 2007. *La nueva generación folk*. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en <http://www.eldiariomontanes.es/20071207/cultura/marcha-musica/nueva-generacion-folk-20071207.html>

EL DIARIO MONTAÑÉS. 2015. *El rugby está de moda*. [Consulta: 10 marzo 2018]. Disponible en <http://www.eldiariomontanes.es/deportes/mas-deportes/201510/28/rugby-esta-moda-20151028000307-v.html>

EL DIARIO MONTAÑÉS. 2015. *Los contratos del Gobierno Cántabro con las aerolíneas superan los cuatro millones al año*. [Consulta: 12 abril 2018]. Disponible en <http://www.eldiariomontanes.es/cantabria/201508/19/contratos-gobierno-cantabro-aerolineas-20150819114918.html>

EL DIARIO MONTAÑÉS. 2016. *El gobierno prorroga por dos años el convenio con Ryanair*. [Consulta: 12 abril 2018]. Disponible en <http://www.eldiariomontanes.es/cantabria/201612/23/gobierno-prorroga-anos-convenio-20161223124125.html>

EL DIARIO MONTAÑÉS. 2017. *El aeropuerto Seve Ballesteros cumple hoy 64 años*. [Consulta: 18 abril 2018]. Disponible en <http://www.eldiariomontanes.es/santander/santander-aeropuerto-anos-20170831095705-nt.html>

EL DIARIO MONTAÑÉS. 2016. *El fotógrafo Pablo Hojas, Premio Estrañi 2016*. [Consulta: 28 marzo 2018]. Disponible en <http://www.eldiariomontanes.es/culturas/201612/23/fotografo-pablo-hojas-premio-20161223100150.html>

EL FARO DE CANTABRIA. 2017. *El fotógrafo Araúna dona al CDIS 3.500 nuevas imágenes de Santander*. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <http://www.elfarodecantabria.com/spip/spip.php?article3207>

ESCORSELL CASABLANCAS, L. 2016. *Proyecto de aviación*. [Consulta: 18 abril 2018]. Disponible en <http://leandroaviacion.blogspot.com/2016/08/1949-19-imagenes-recuerdo-del-ayer.html>

ESCUELA CÁNTABRA DE SURF. 2018. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en <https://www.escuelacantabradesurf.com/es/>

ESCUELA DE SURF LOS LOCOS. 2018. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en <http://www.surfloslocos.com>

ESPAÑA FASCINANTE. 2017. *Deportes tradicionales de Cantabria*. [Consulta: 11 marzo 2018]. Disponible en <https://espanafascinante.com/cultura-espanola-fascinante/cultura-espanola-en-cantabria/deportes-tradicionales-de-cantabria-cantabros/>

EUROPA PRESS. 2012. *Cinco cocineros de Cantabria con estrella Michelin participarán en los Talleres de Gastronomía de los cursos de verano*. [Consulta: 11 marzo 2018]. Disponible en <http://www.europapress.es/cantabria/calidad-00477/noticia-cinco-cocineros-cantabria-estrella-michelin-participaran-talleres-gastronomia-cursos-verano-20120611120907.html>

EUROPA PRESS. 2018. *Cantabria participará este año en 19 ferias de turismo nacionales e internacionales*. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <http://www.europapress.es/cantabria/noticia-cantabria-participara-ano-19-ferias-turismo-nacionales-internacionales-20180215122056.html>

EXPEDIA. 2018. *Edimburgo*. [Consulta: 2 junio 2018]. Disponible en <https://www.expedia.mx/fotos/escocia/edimburgo/universidad-de-edimburgo.d501015/historico/>

FEDERACIÓN CÁNTABRA DE GOLF. 2018. [Consulta: 6 marzo 2018]. Disponible en <http://www.federacioncantabradegolf.com>

FEDERACIÓN CÁNTABRA DE REMO. 2018. [Consulta: 12 abril 2018]. Disponible en <http://www.fecanremo.com>

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE RUGBY. 2018. *Federaciones autonómicas: Cantabria*. [Consulta: 10 marzo 2018]. Disponible en http://ferugby.es/ferugby2.php?nombre_cat=Federaciones%20Auton%F3micas&tipo=Cantabria&temporada=

FEDERACIÓN CÁNTABRA DE VELA. 2018. *Escuelas de vela*. [Consulta: 12 abril 2018]. Disponible en <http://www.fcvela.com/escuelas/>

GEOGRAPH. 2010. *Edinburgh Castle from Princes Street Gardens*. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <http://www.geograph.org.uk/stuff/list.php?title=Edinburgh+Castle+from+Princes+Street+Gardens&gridref=NT2473>

GONZÁLEZ MORALES, J. 2005. La Comisión Nacional de turismo y las primeras iniciativas para el fomento del turismo: La Industria de los Forasteros (1905-1911). *Estudios Turísticos*, nº **163-164**, pp. 17-30. ISSN 0423-5037. [Consulta: 9 mayo 2018]. Disponible en <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-163-164-2005-pag17-30-92457.pdf>

GUÍA NÓMADA DE EDIMBURGO. 2018. *Hogmanay*. [Consulta: 6 marzo 2018]. Disponible en <https://www.edimburgo.es/hogmanay/>

GUÍA BLOG ESCOCIA. 2018. *Descubre Escocia guía y turismo*. [Consulta: 8 marzo 2018]. Disponible en <https://blog-escocia.com>

GUÍAS VIAJAR. 2018. *Edimburgo – Catedral de St Giles en la Royal Mile de la ciudad medieval*. [Consulta: 16 mayo 2018]. Disponible en <https://guias-viajar.com/inglaterra-escocia-gales/escocia/edimburgo/catedral-st-giles-royal-mile/>

HOME BY ME. 2018. [Consulta: 10 mayo 2018]. Disponible en <https://home.by.me/es/>

HOSTELERÍA DE CANTABRIA. 2018. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en <http://www.cantabriahosteleria.com>

HOSTELTUR. 2017. *Turespaña inicia una nueva estrategia con el lema "España es parte de ti"*. [Consulta: 16 mayo 2018]. Disponible en https://www.hosteltur.com/122880_turespana-inicia-nueva-estrategia-lema-espana-es-parte-ti.html

INSTITUTO CÁNTABRO DE ESTADÍSTICA. 2018. *Sociedad*. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en <http://www.icane.es/society>

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA. 2018. [Consulta: 16 mayo 2018]. Disponible en <http://www.tourspain.es/es-es>

JUNCO PINDAL. 2018. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <http://www.corbataspindal.es>

KNS OCIO Y AVENTURA. 2018. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en <http://www.knsocioyaventura.com/escuela-de-windsurf-cantabria-bizkaia/>

LA GUÍA DE VIAJE. 2014. *Galería Nacional de Escocia*. [Consulta: 8 junio 2018]. Disponible en <https://www.laguiadeviaje.com/galeria-nacional-de-escocia/>

LA JARRADILLA, GANADERÍA QUESERÍA. 2018. [Consulta: 11 marzo 2018]. Disponible en <http://quesoslajarradilla.com>

LA VACA GIGANTE. 2018. [Consulta: 6 marzo 2018]. Disponible en <https://lavacagigante.es/la-vaca-gigante-el-evento/>

LIBRARY OF CONGRESS. 2007. [Consulta: 20 mayo 2018]. Disponible en <http://loc.gov/pictures/resource/ppmsc.07663/>

MÁS EDIMBURGO. 2017. *Portobello, la playa de Edimburgo*. [Consulta: 11 marzo 2018]. Disponible en <https://masedimburgo.com/2012/08/27/la-playa-de-portobello/>

MEMORIA DIGITAL VASCA. 2014. [Consulta: 20 mayo 2018]. Disponible en <http://www.memoriadigitalvasca.es/handle/10357/6274>

MORENO GARRIDO, A. 2012. *Historia del turismo: Una investigación necesaria. Turismo y sostenibilidad*. [Consulta: 11 mayo 2018]. Disponible en <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53098/moreno-garrido.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MORENO GARRIDO, A. 2015. Los otros "años vitales". Luis Bolín y la España turística (1948-1952). *Ayer*, nº 99, pp. 151-174. ISSN 1134-2277. [Consulta: 11 mayo 2018]. Disponible en <https://grupoturhis.files.wordpress.com/2012/06/07-moreno-garrido-ayer-99.pdf>

NATUREA CANTABRIA. 2018. [Consulta: 26 marzo 2018]. Disponible en <https://redcantabrarural.com/naturea-3/naturea-cantabria/>

NUESTRO PEQUEÑO MUNDO VIAJES. 2018. *Edimburgo*. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <https://npmundo.com/edimburgo/>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 2018. *Entender el turismo: Glosario Básico*. [Consulta: 15 mayo 2018]. Disponible en <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

REAL CLUB DE REGATAS. 2018. *Historia del Club*. [Consulta: 18 marzo 2018]. Disponible en http://www.realclubderegatas.com/historia_65309.html

REAL CLUB MARÍTIMO DE SANTANDER. 2018. [Consulta: 6 marzo 2018]. Disponible en <http://www.rcmsantander.com>

SCOTTISH RUGBY. 2018. [Consulta: 27 marzo 2018]. Disponible en <http://www.scottishrugby.org>

SER CANTABRIA. 2016. *Continúa la caída de viajeros en el aeropuerto Seve Ballesteros*. [Consulta: 18 abril 2018]. Disponible en http://cadenaser.com/emisora/2016/09/12/radio_santander/1473698869_408206.html

SERNA GIL, A. 2014. *Evolución de las compañías aéreas de bajo coste en el mercado europeo; pasado, presente y futuro*. Universidad Politécnica Superior de Gandía. [Consulta: 9 abril 2018]. Disponible en <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/47231/Memoria.pdf?sequence=1>

SIERRA DEL OSO. 2018. [Consulta: 14 marzo 2018]. Disponible en <http://www.sierradeloso.com>

SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE TURISMO. 2018. [Consulta: 4 marzo 2018]. Disponible en <https://cantur.com/cantur>

SPAIN-U.S. CHAMBER OF COMMERCE. 2018. *Turespaña Launches a New Campaign: "Spain in 10 Seconds"*. [Consulta: 20 mayo 2018]. Disponible en <http://www.spainuscc.org/Public/NewsDetails/964>

THE TIMES. 2016. *News in brief: woman falls to her death from top of Arthur's Seat*. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en <https://www.thetimes.co.uk/article/news-in-brief-woman-falls-to-her-death-from-top-of-arthur-s-seat-ckz6kkc09>

TURISMO DE CANTABRIA. 2018. [Consulta: 2 marzo 2018]. Disponible en <https://www.turismodecantabria.com/inicio>

TURISMO DE SANTANDER. 2018. [Consulta: 25 marzo 2018]. Disponible en <https://turismo.santander.es>

UNIVERSIDAD DE CANTABRIA. 2018. *Convenios, redes y programas*. [Consulta: 23 marzo 2018]. Disponible en <https://web.unican.es/unidades/oficina-relaciones-internacionales/convenios-redes-y-programas>

UNIVERSIDAD EUROPEA DEL ATLÁNTICO. 2018. *Presentación*. [Consulta: 23 marzo 2018]. Disponible en <https://www.uneatlantico.es/universidad>

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO. 2018. [Consulta: 23 marzo 2018]. Disponible en <http://www.uimp.es>

USHER HALL EDINBURGH. 2018. [Consulta: 12 mayo 2018]. Disponible en <http://www.usherhall.co.uk/venue-hire/hospitality>

VARZESH. 2018. *BT Murrayfield*. [Consulta: 9 junio 2018]. Disponible en http://www.varzesh11.com/en/soccer_photos/stadium_gallery/603/BT_Murrayfield_Stadium#id=13230

VISIONES DEL TURISMO. 2017. *Turismo idiomático en España*. [Consulta: 7 abril 2018]. Disponible en <https://www.visionesdelturismo.es/turismo-idiomatico-espana/>

VISIT ALL OVER THE WORLD. 2015. *Edinburgh zoo*. [Consulta: 8 junio 2018]. Disponible en <http://www.vizts.com/edinburgh-zoo-scotland/>

VISIT BRITAIN. 2018. *Edimburgo*. [Consulta: 8 marzo 2018]. Disponible en <https://www.visitbritain.com/es/es/escocia/edimburgo#kYctWhiOf08uSsvd.97>

VISIT SCOTLAND. 2018. [Consulta: 3 marzo 2018]. Disponible en <https://www.visitscotland.com/es-es/>

ZARAGOZA, ARQUITECTURA SIGLO XX. 2017. [Consulta: 20 mayo 2018]. Disponible en <https://zaragozarquitecturasigloxx.com/2017/04/19/gran-casino-de-la-exposicion-hispano-francesa-de-1908/>