



**altamira**

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

**GRADO EN TURISMO**

**Trabajo Fin de Grado**

Curso académico 2015/16

**AUTOR:**

**Mireya Castel Fernández**

**TITULO:**

**Estructura de la oferta de establecimientos de alojamiento  
turístico y de restaurantes en el litoral de la comarca Asón-  
Agüera de Cantabria**

**Structure of the offer of accommodation and restaurants on the  
coast line of the Asón-Agüera region of Cantabria**

**DIRECTOR:**

**Fermín Trueba Pérez**



# altamira

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

## GRADO EN TURISMO

### Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/16

Fecha de entrega: 00/00/0000

---

**AUTOR:** Mireya Castel Fernández

**TITULO:** Estructura de la oferta de establecimientos de alojamiento turístico y de restaurantes en el litoral de la comarca Asón-Agüera de Cantabria.

**DIRECTOR:** Fermín Trueba Pérez

---

**TRIBUNAL:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

**Nombre:**

**Firma:**

*En Santander a: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX*

## ÍNDICE

<b>SUMARIO .....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>6</b>
1.1 Finalidad y motivos .....	6
1.2 Problemáticas en torno al alojamiento y los restaurantes.....	7
1.3 El marco geográfico .....	10
1.3.1 Reseña histórica.....	12
1.3.2 Características y recursos turísticos de cada municipio .....	13
1.4 El marco legal.....	17
1.4.1 Alojamientos turísticos.....	17
1.4.2 Restauración .....	18
1.5 Objetivos.....	20
<b>2. Metodología .....</b>	<b>21</b>
<b>3. Capítulo I. Estructura de la oferta de alojamientos turísticos en el litoral de la comarca Asón-Agüera .....</b>	<b>25</b>
3.1 Distribución y clasificación de los alojamientos turísticos en base a los datos del ICANE. ....	25
3.2 Distribución y clasificación de los alojamientos turísticos, de acuerdo a los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.....	25
3.3 Estructura y características de la oferta de alojamientos turísticos, a partir de los resultados del trabajo de campo. ....	31
3.3.1 Antigüedad de la oferta .....	31
3.3.2 Características principales y funcionamiento de la empresa.....	33
3.3.3 Promoción y publicidad de la empresa .....	36
3.3.4 Servicios e instalaciones .....	38
3.3.5 Caracterización del cliente.....	40
3.3.6 Tarifas de una estancia.....	41

3.3.7 Valoración de resultados y capacidad de crítica por parte de los responsables de los establecimientos..... 44

**4. Capítulo II. Estructura de la oferta de restaurantes en el litoral de la comarca Asón- Agüera..... 46**

4.1 Distribución de la oferta de restauración en base a los datos del ICANE..... 46

4.2 Estructura de la oferta de restaurantes en la zona a estudiar en base a los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria..... 46

4.3 Características de la oferta de restauración en la zona bajo estudio, a partir de los datos obtenidos en el trabajo de campo ..... 48

4.3.1 Tipos de restaurantes y su antigüedad..... 48

4.3.2 Funcionamiento del establecimiento ..... 49

4.3.3 Servicios e infraestructuras ..... 51

4.3.4 Oferta, tarifas ..... 55

4.3.4 Valoración de resultados..... 56

**5. Conclusiones y propuestas ..... 58**

ANÁLISIS MATRIZ DAFO ..... 64

**6. Referencias ..... 65**

**6. Anexos..... 72**

6.1 Cuestionario alojamientos..... 72

6.2 Cuestionario restaurantes. .... 74

6.3 Tabla recopilación de datos -alojamientos ..... 76

6.4 Tabla recopilación de datos - restaurantes ..... 79

## SUMARIO

El turismo cumple un papel relevante y dinamizador en nuestra comunidad autónoma, así lo vemos en los datos del PIB o del INE. Uno de los aspectos que constituye un destino turístico son las infraestructuras y entre éstas se encuentra la oferta de alojamientos y restaurantes, los que funcionan como estimuladores de demanda; para ello el turista necesita información, la principal razón para realizar este trabajo.

El litoral de la comarca Asón- Agüera constituye una de las zonas más turísticas de Cantabria, formado por dos villas milenarias, una de ellas, Laredo, tuvo un gran apogeo turístico y fue conocida como la perla de la costa esmeralda o el Benidorm del norte. Este territorio conforma la zona bajo estudio.

En el estudio no sólo se analiza la estructura de la oferta de alojamientos y restaurantes según los datos de la Dirección general de turismo de Cantabria y el ICANE, sino que se lleva a cabo un trabajo de campo para obtener información actualizada sobre la oferta real, con el fin de determinar las características de esta oferta y conocer los puntos fuertes y débiles de ésta y aportar información útil a consumidores y empresarios.

## ABSTRACT

The tourism industry plays a relevant and dynamic role in our autonomous community, as we can see it in the information provided by the GDP or in the NSI data. One of the aspects that makes a tourist destination are the infrastructures and among these ones we find the offer in accommodation and catering, which work as an encouragement for the demand. For that reason, tourists need information, being the aim of this work.

The coast line of the Asón-Agüera region is one of the most touristic places of Cantabria, formed by two ancient towns, one of them, Laredo, which had a peak in terms of tourism and it was known as the pearl of the Emerald coast or the Benidorm of the north of Spain. This territory constitutes the area under study.

Not only the study analyses the structure of the offer of accommodation and restaurants according to the data from the department of tourism of Cantabria and the Cantabria Institute of Statistics, but also field research is carried out to obtain updated information on the real deal, in order to establish the characteristics of this offer, know the strengths and weaknesses of the same and provide useful information to consumers and entrepreneurs.

## 1. Introducción

---

### 1.1 Finalidad y motivos

El motivo principal de la elección de este tema es el hecho de poder cubrir con su elaboración un vacío existente en la materia. Hasta ahora no se ha realizado ninguna compilación de datos sobre la estructura de la oferta de alojamientos turísticos en el litoral de la comarca Asón-agüera, así como sobre la oferta de restaurantes en esta misma zona; razón por la cual se va a llevar a cabo este trabajo.

Tras haber revisado diferentes fuentes secundarias, principalmente los sitios webs de organismos oficiales, como la Dirección General de Turismo de Cantabria, o de los propios ayuntamientos, además de guías y folletos turísticos, se ha comprobado que la información que se da actualmente sobre los alojamientos turísticos y/o restaurantes es muy básica.

Esta información es insuficiente para funcionar como estimuladores de demanda, según autores como David Gilbert (1991) y Graham Dam (1979). Los estimuladores de demanda son la información sobre el destino que desarrollan en la persona una imagen sobre éste, que le anima o no a visitarlo, constituyendo una etapa en el proceso de selección. Por ello consideramos que analizar la estructura del alojamiento turístico y los restaurantes de la zona a estudiar aportará información útil no solo para consumidores, sino también para empresarios del sector o administraciones públicas.

A partir del trabajo de campo que se realizará mediante encuestas, con un cuestionario prediseñado para los diferentes establecimientos de alojamiento turístico y restaurantes, obtendremos una información directa y verídica, la cual nos aportará una visión objetiva de la oferta real, y podremos utilizar estos datos para hacer un análisis cualitativo y cuantitativo, con representaciones gráficas, y de este modo evaluar sus puntos débiles y fuertes.

La experiencia profesional nos demuestra que existe una problemática con respecto a la oferta hotelera en esta zona del litoral cántabro, concretamente en el municipio de Laredo y Castro Urdiales: ambos municipios forman la zona con más infraestructuras de la comarca Asón Agüera, de acuerdo con El portal Oficial de Turismo de Cantabria, pero, a su vez, estas infraestructuras en lo que se refiere al alojamiento y/o restaurantes no está especializada, es muy básica, y en proceso de deterioro.

Cuando decidimos irnos de vacaciones, lo primero que pensamos es el destino. Por ejemplo, sabemos que queremos disfrutar de la playa por la zona del Cantábrico, y estamos

decidiendo entre Laredo y Noja, en este momento, ¿qué factores van a influir en nuestra decisión final? Pues entre otros estará el alojamiento y la oferta de restauración de la zona.

Un destino turístico es "un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo" (Hu y Ritchie, 1993, citado en San Martín, 2005:5). Estos atributos están agrupados en cinco categorías: factores naturales, factores sociales, factores históricos, facilidades de recreo y comerciales, y por último, infraestructuras, alimentación y seguridad (Gearing, Swart y Var 1974) o, como dicen Murphy, Pritchard y Smith (2000) el destino turístico consta de tres dimensiones: el entorno, la infraestructura de servicio (acomodación, restauración, etc.) y la experiencia del turista con el destino. Todos estos conforman el destino, pero cada parte es dependiente de las otras para el éxito en la atracción, el servicio y la satisfacción del turista, tal y como dice Muñoz (2007: 5-10) basado en Mill y Morrison (1985).

Con estas palabras de diferentes autores quiero constatar la importancia que toman estas infraestructuras en el destino turístico y, de este modo, en su elección: en este caso, la acomodación y la restauración. Aquí reside, por todo ello, el valor del tema de este trabajo de fin de grado.

## **1.2 Problemáticas en torno al alojamiento y los restaurantes**

Se suele decir que durante el verano la población de Laredo se triplica, pero nos preguntamos si cuenta éste con las plazas de alojamiento necesarias para alojar a esta cantidad de personas. ¿Dónde se hospedan todas esas personas?, y aquí es donde aparece la cuestión de las segundas viviendas o el turismo residencial.

Laredo tiene una tasa de vinculación de personas del 288,22%, o, lo que es lo mismo, 23.639 personas vinculadas no residentes; la mayor parte de esta cifra, concretamente 21.446, se debe a que son dueños de una segunda vivienda en el municipio, el resto bien porque trabajan o porque estudian allí, contando únicamente con una población empadronada de 11.643.<sup>1</sup> Frente a esta cantidad de segundas viviendas, las cuales conforman una parte importante del turismo que recibe Laredo, encontramos una oferta de alojamientos turísticos que cuenta con un total de 2729 plazas<sup>2</sup>, distribuidas en veintiséis alojamientos turísticos, ocho de estos son pensiones y un hostel a extinguir, síntoma de la falta de categoría de la flota de

---

<sup>1</sup> Datos recogidos por el ICANE, en el padrón municipal de habitantes 2015 y Población vinculada última actualización año 2010.

<sup>2</sup> Ficha municipal Laredo ICANE 2011

alojamientos turísticos, únicamente existen ocho hoteles en el municipio, la máxima categoría actual entre estos es de tres estrellas.

La misma falta de especialización y categoría queda demostrada si hablamos de la escasa presencia de empresas de esta zona del litoral cántabro en el Club de Calidad de Cantabria Infinita, a pesar de ser considerada una zona de gran afluencia turística<sup>3</sup> y estar por ejemplo en el Top 10 de pueblos de Cantabria, por sus espectaculares playas y La Puebla Vieja ([www.traveler.es](http://www.traveler.es)).

En total, los cuatro municipios bajo estudio (Castro Urdiales, Colindres, Laredo y Liendo) suman una oferta de cincuenta y seis alojamientos turísticos y 118 restaurantes, y de todos éstos, sólo dos pertenecen al Club de Calidad de Cantabria Infinita: La posada Torre de La Quintana en el municipio de Liendo, y el Restaurante Plaza en Laredo.

El precio medio hotelero en España en agosto de 2015 fueron 100€, y en la comunidad autónoma de Cantabria 114€, según el estudio THPI (Trivago Hotel Price Index)<sup>4</sup>. Hemos hecho una búsqueda online en booking y tripadvisor, buscadores de hoteles, para comprobar cuál sería el precio de una estancia hotelera en Laredo el próximo mes de agosto. Los precios para una noche en hotel de 3 estrellas eran 123€, 130€, 149€, 156€, si bajamos de categoría a 2 estrellas 95€. Haciendo la misma búsqueda, pero en este caso en Santander o en Noja, hemos encontrado alojamientos hoteleros de 4 estrellas, es decir, una categoría mayor, y con una oferta de instalaciones en estos mucho mayor, entre 140€ y 150€.

Por lo tanto, la persona en proceso de decisión, en la etapa de estimulación de la que hemos hablado antes, teniendo ambos destinos similares atractivos turísticos, pero una oferta hotelera más cara y a la vez con menos instalaciones ¿cuál se puede esperar que sea el número 1 en su lista?

La relación calidad precio del sector hotelero de España es un atractivo hoy en día. Dice Ramón Estalella: "España es el número uno del mundo en cuanto a relación calidad precio" (citado en Castano, 2013). Nosotros nos cuestionamos cuál es la relación calidad precio que tienen estos alojamientos turísticos, lo que intentaremos comprobar mediante los datos reales que obtendremos gracias al trabajo de campo.

Regresando al tema de la vinculación, Castro Urdiales también tiene una tasa muy elevada; es el municipio con más habitantes del análisis y el cuarto de Cantabria, 31.833

<sup>3</sup> [http://www.camaracantabria.com/comercio\\_interior/zonas\\_gran\\_afluencia\\_turistica.php](http://www.camaracantabria.com/comercio_interior/zonas_gran_afluencia_turistica.php)

<sup>4</sup> Estudio realizado por trivago a través de los precios de más de 250 webs de reservas, para obtener el precio medio por noche en ciudades, regiones y/o países.

personas empadronadas<sup>5</sup>. Concretamente tiene un porcentaje de 161,57%, un total de 11.221 personas están relacionadas con el municipio por tener una segunda vivienda allí, y otras 1.760 personas porque estudian o trabajan en el municipio.<sup>6</sup> A pesar de ser un municipio mayor que Laredo en extensión y en población, su oferta de alojamiento turístico es todavía más escasa, cuenta en total con 24 establecimientos, de los cuales doce son pensiones y/o hostales.

Por último, un estudio sobre las costas de España realizado por la empresa SocialVane indica que entre las veintiún costas e islas analizadas, Cantabria es la tercera por la cola refiriéndonos al índice de reputación: siendo la media del país 65,16, Cantabria tiene un índice de 53,08, indicándonos que el margen de mejora de sus productos turísticos es grande, (SocialVane, 2015).

En lo que respecta a la hostelería, es bien sabido la cantidad de franceses que pasan aquí sus vacaciones, y todos los peregrinos extranjeros que pasan haciendo el Camino del Norte<sup>7</sup>, a pesar de esto, es curioso que apenas un par de restaurantes en estos municipios tengan las cartas traducidas a otros idiomas, y/o dispongan de personal con conocimiento de idiomas.

Además, a pesar de contar con bastantes restaurantes, como ya hemos dicho antes un total de 118 restaurantes, sólo uno pertenece al Club de Calidad de Cantabria, y la gran mayoría son de uno o dos tenedores. O, refiriéndonos al tipo de restaurante, son principalmente restaurantes familiares, no restaurantes especializados o restaurantes gourmet. Estas clasificaciones de los restaurantes las veremos en el marco legal.

Con esta información que acabamos de plasmar se pretende contextualizar el tema que estamos tratando, y que trataremos profundamente en los capítulos, realizando un análisis estadístico cualitativo y cuantitativo que nos permitirá conocer la estructura y las características de la oferta.

---

<sup>5</sup> Padrón municipal ICANE 2015

<sup>6</sup> Población vinculada ICANE última actualización año 2010

<sup>7</sup> Recientemente declarado Patrimonio de la Humanidad

### 1.3 El marco geográfico

A continuación haremos una breve reseña sobre el ámbito territorial en el que se enmarca el trabajo y otras cuestiones generales, como la importancia del sector turístico.

La zona a estudiar es el litoral de la comarca turística Asón-Agüera. Según la clasificación comarcal de la Conserjería de Cultura, Turismo y Comercio, la costa oriental (Laredo, Liendo, Colindres y Castro Urdiales) está integrada en la comarca Asón-Agüera. Mientras que según la división administrativa comarcal publicada en varios webs como ([www.cantabria102municipios.com](http://www.cantabria102municipios.com)) establece estos cuatro municipios, ya nombrados, como una comarca independiente, denominada Costa Oriental.

La comarca Asón-Agüera está compuesta por trece municipios, citados a continuación: Ampuero, Arredondo, Castro Urdiales, Colindres, Guriezo, Laredo, Liendo, Limpias, Ramales de la Victoria, Rasines, Ruesga, Soba y Valle de Villaverde. De los cuales, únicamente serán objeto de estudio aquellos localizados en la costa, ya citados anteriormente.

Imagen 1 Mapa territorio de la Costa Oriental



Fuente: El diario montañés.

Es una comarca extensa, con un gran abanico de atracciones turísticas; predomina el turismo de sol y playa y el turismo cultural en la franja costera entre las localidades de Castro Urdiales y Laredo, y el turismo rural y de aventura en el interior, concretamente en los valles de Soba, Ruesga y Asón.

Dada la diversidad y extensión de la comarca, hemos reducido el análisis al litoral de la comarca turística Asón-Agüera, por ser más homogénea y significativa en su oferta (alojamientos turísticos y restaurantes).

Estos cuatro municipios (Castro Urdiales, Colindres, Laredo y Liendo), tienen una superficie aproximada de 142 km<sup>2</sup>, con una población de 52,970 habitantes, según el padrón municipal ICANE.

El turismo cumple un papel relevante y dinamizador en Cantabria. Según los resultados del estudio de IMPACTUR Cantabria del año 2014, el turismo está cobrando mayor importancia en la economía de nuestra comunidad, cerrando el año con un 10,9% del PIB, que se traduce en 1342 millones de euros, cifra que iguala la del año anterior, y aumenta con respecto al 2010 un 0,7%.

Este papel dinamizador del sector turístico en Cantabria también influye en el empleo, según datos del INE, en 2014 el turismo creó 24.590 puestos de trabajo, lo que supone el 11,4% del total de empleo de la comunidad autónoma de Cantabria, aumentando la cifra con respecto a años anteriores. Un 62,7% de la población activa de Castro Urdiales se dedica al sector terciario y en Laredo un 55,2%.

Ambos municipios están muy vinculados con nuestros vecinos del País Vasco<sup>8</sup>, tras la recuperación de la economía de estas villas en el siglo XIX, Castro Urdiales se convirtió en el destino en periodo estival de la burguesía vizcaína. Tanto Laredo como Castro Urdiales se han visto favorecidas en términos de recepción de turistas, por su situación cercana a grandes núcleos urbanos, y con la posterior ventaja de la construcción de la autovía cantábrica que acortó mucho los trayectos.

Los otros dos municipios que forman parte del análisis, colindantes a Laredo y Castro Urdiales, son Colindres y Liendo, los cuales presentan una menor dedicación al sector servicios, y una escasa oferta turística en lo que se refiere a infraestructuras, pero sí que disponen de cierto patrimonio natural, civil e histórico, algo que trataremos con profundidad en la descripción de cada uno de los municipios más adelante.

---

<sup>8</sup> Véase los datos de vinculación de estos municipios expuestos en la parte 1.2 del trabajo.

### 1.3.1 Reseña histórica

Las villas de Laredo y Castro Urdiales son dos núcleos turísticos importantes de la Costa Esmeralda, Laredo era conocida como la perla de esta costa, actualmente su economía se basa principalmente en el turismo, la pesca y la industria conservera. Son villas milenarias, en ambas se han encontrado testimonios arqueológicos de la Prehistoria y señas de las hazañas de la Edad media por estas tierras. Castro Urdiales se encuentra en las mismas tierras en las que estuvo la colonia Flavióbriga, fundada en el año 74.

La costa de Cantabria constituía el único litoral del reino de Castilla a finales del siglo XII. Laredo y Castro Urdiales pasan de ser unos humildes pueblos de pescadores a villas comerciales y pesqueras gracias a los fueros que les fueron concedidos por el rey Alfonso VIII. La primera en adquirirlo fue Castro Urdiales en el año 1163, después Santander en el año 1187, y en tercer lugar Laredo en el año 1200, estas junto con San Vicente de la Barquera constituyeron más adelante "Las Cuatro villas de la mar", corregimiento que tuvo sede en Laredo. (Fundación Santillana, 1992: 20)

Este fuero otorgo una rápida importancia a la villa de Laredo, que en el año 1248 participó en la conquista de Sevilla a los árabes, hazaña que aparece en el escudo de Laredo. Gracias a estos fueros, estas villas comenzaron a repoblarse, el núcleo de población se encontraba en la parte de alta de éstas, en donde se construyeron las pueblas viejas con una iglesia, un castillo, y una muralla. Más tarde la población comenzó a asentarse en el arrabal, fuera de los muros.

En el año 1296, se forma la Hermandad de la Marina de Castilla, que llegó a estar formada por dieciocho poblaciones y fue capitaneada por Castro Urdiales. Desde el S.XV Laredo ve desembarcar a algunos miembros de la monarquía, fueron tiempos grandes para la villa, entre estas personas destaca el emperador Carlos V en su último desembarco, que hoy constituye una fiesta que atrae a miles de turistas, conmemorando el paso del emperador por la villa.

En el transcurso entre el siglo XV y el XVI, la población de Castro Urdiales descendió considerablemente debido a los incendios, pestes y saqueos.

En el S.XVII, concretamente en el año 1629 Felipe IV nombra a Laredo como la sede del corregimiento de "Las Cuatro villas de la mar", tan solo unos años más tarde la villa fue asaltada por las tropas del arzobispo de Burdeos, lo que desató una cadena de dificultades que se sucedieron hasta perder en el año 1836 el bastón y el corregimiento, a favor de

Santander, "porque no puede competir con el auge santanderino" (Gobierno de Cantabria, 2003:25)

A principios del siglo XIX las dos villas se recuperaron, Laredo gracias al desarrollo de la industria conservera, y Castro Urdiales, gracias a la explotación de las minas principalmente.

En pleno desarrollo de ambas villas, el sector turístico comienza a formar parte de su economía. En la década de los sesenta del siglo XX, Laredo es bautizada como la capital de la costa esmeralda, y empieza a ser conocida por el turismo internacional. Es entonces cuando llega el boom urbanístico y el turismo francés a la zona (véase en [www.laredoturismo.es](http://www.laredoturismo.es)).

### **1.3.2 Características y recursos turísticos de cada municipio**

#### **LAREDO**

Laredo tiene una extensión de 15,70 km<sup>2</sup> y una población de 11.643 personas a fecha 2015, distribuidas en ocho núcleos de población: La Arenosa, El Callejo, Las Cárcobas, Las Casillas, Laredo, La Pesquera, Tarrueza y Villante.

El mayor núcleo de población del municipio es Laredo, una villa organizada en tres sectores: La Puebla Vieja y el Arrabal, el Ensanche, y la prolongación de este hasta el puntal. La villa tiene un paisaje privilegiado, sus playas del Regatón y La Salvé conforman uno de los arenales más extensos de la comunidad, rodeados por la bahía de Santoña y la ría de Treto.

La Puebla Vieja, consta de seis calles llenas de historia, dominadas en su punto alto por la Iglesia de Santa María de la Asunción. La construcción de esta comenzó en el siglo XIII, por ello su estilo arquitectónico principal es gótico pero tiene añadidos de siglos posteriores, consta de cuatro naves y una de ellas era la antigua iglesia dedicada a la Virgen de Belén, sobre la que se construyó la actual.

Además de este edificio singular, encontramos en estas seis calles rodeadas por restos de la antigua muralla, casonas y palacios, torres, iglesias y conventos, formando un conjunto que fue declarado Conjunto Histórico en el año 1970. Cabe destacar junto a la Iglesia de Santa María de la Asunción, la Iglesia de San Martín, el convento de San Francisco, la capilla del Espíritu Santo, y la casa torre donde habitaron las reinas Isabel La Católica, Juana de Castilla y el emperador Carlos V.

En lo alto de Laredo se encuentra la montaña de La Atalaya y el Fuerte del Rastrillar, desde donde se pueden disfrutar de unas magníficas vistas panorámicas de la villa y la bahía de Santoña. Siguiendo la línea del arrabal, se extiende la segunda parte estructural de la villa,

El Ensanche, se trata de la zona comercial y administrativa de la villa que se extiende hasta la plaza de Carlos V, donde destaca el edificio del mercado de Abastos y el túnel construido bajo la montaña de la Atalaya que se desemboca en un mirador con vistas al mar abierto.

A partir de la plaza del Carlos V, se extienden largas avenidas hasta el Puntal, donde La Salvé y el Regatón se unen, y donde habitan en temporada estival miles de vizcaínos y franceses.

Por tanto, la villa tiene una oferta turística muy variada: patrimonio natural para poder practicar el turismo náutico, de deportes, o el turismo de sol y playa y un riquísimo patrimonio cultural en el valioso conjunto de la puebla Vieja.

Además la villa celebra todos los años el último viernes del mes de agosto, "La Batalla de Flores" fiesta declarada de interés turístico nacional, y, como ya he comentado anteriormente, el "Desembarco de Carlos V" conmemorando lo que su propio nombre indica, fiesta que se celebra en la segunda quincena de Septiembre. Ambas celebraciones reciben miles de visitantes.

## **LIENDO**

El municipio de Liendo, valle de gran valor paisajístico entre Laredo y Guriezo, está formado por trece barrios con una extensión total de 26km<sup>2</sup> y una población de 1.223 personas en el último año. El ayuntamiento o la capital del municipio es Hazas, rodeado por los otros doce núcleos de población: Iseca Nueva, Iseca Vieja, Isequilla, Llatazos, Mendina, Mollaneda, Noval, La Portilla, Rocillo, Sopeña, Villanueva y Villaviad.

La economía del municipio se basa principalmente en el sector terciario, más de la mitad de la población se dedica a estas actividades.

Es una amplia llanura rodeada de colinas, entre las que destaca el Macizo de Candina, el pico más alto que alcanza los 476m, un lugar ideal para realizar rutas de montaña y para el avistamiento de buitres leonados. Tiene una costa abrupta de acantilados entre los que encontramos la recóndita playa de San Julián y, al otro lado del monte Candina, la playa de Sonabia, ideal para la práctica de surf, y que está separada de la playa de Oriñon por la punta de Ballena, territorio que pertenece al municipio de Castro Urdiales.

En cuanto al patrimonio religioso y civil del municipio, destaca la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción, que data del S.XVII y fue declarada bien de interés local en 2002, la ermita de San Julián y numerosas casas señoriales construidas en la Edad Moderna.

Sin duda el atractivo del valle de Liendo es su emplazamiento y naturaleza, sus extensos campos de encinar cantábrico, la cueva de los Tornillos y la playa de San Julián.

## **COLINDRES**

Colindres es el municipio del estudio más pequeño en cuanto a superficie: tiene 6,6km<sup>2</sup> de extensión, sin embargo su densidad de población es alta, 8.271 personas concretamente, según datos del ICANE. La población ha estado aumentando considerablemente hasta hace un par de años, ya que muchas familias jóvenes se mudaban allí desde Laredo, debido a los precios altos de vivienda de la villa pejina y su cercanía. Es un pueblo con gran tradición marinera, actualmente sus actividades principales son la industria conservera, la salazón de pescado, la pesca y el sector servicios.

El municipio de Colindres está situado entre la costa y la desembocadura del río Asón donde se forma la ría de Treto que forma parte de la Reserva Natural de las Marismas de Santoña, Victoria y Joyel, espacio protegido de gran valor ecológico.

Colindres forma parte de la red europea de humedales de RAMSAR y sus marismas considerados Zona de especial Protección de Aves (ZEPA) ([www.laredoturismo.es](http://www.laredoturismo.es)); entre sus atractivos encontramos el monte de Colindres, el puerto pesquero, y el entorno de la ría de Treto.

Colindres está dividido en dos núcleos de población, la zona comercial y urbana y el Colindres de arriba o barrio puerta, donde se hayan los orígenes de esta población, y su patrimonio arquitectónico; en el que predominan las casas de estilo barro montañés del siglo XVIII. En relación al patrimonio religioso, destaca la iglesia de San Juan Bautista del siglo XVI y su retablo barroco.

En el límite del municipio se encuentra el Puente de Treto, una gran obra de ingeniería industrial que sustituyó a la barca de Treto. El proyecto de obra fue realizado por el ingeniero madrileño Eduardo Miera García Campero en 1893 y se llevó a cabo por la empresa fundada por el arquitecto de la Torre Eiffel, Alexandre Gustave Eiffel ([www.cantabria102municipios.com](http://www.cantabria102municipios.com)).

## **CASTRO URDIALES**

Castro Urdiales tiene una superficie muy amplia, 96,7km<sup>2</sup>, y es la cuarta población de Cantabria en número, 31.833 personas. El municipio está formado por catorce poblaciones: Otañes, Islares, Cerdigo, Mioño, Llusa, Santullan, Samano, Allendelagua, Sonabia, Oriñon, Talledo, Baltezana, Onton y por último Castro Urdiales, donde se encuentra la mayor parte de la población.

El municipio se encuentra a 70 km de la capital, en el límite con la provincia de Vizcaya. Su principal actividad es el turismo, seguido de la pesca y la industria conservera. A lo largo de su costa abrupta de más de 20 km de longitud, encontramos la playa de Sonabia, con grandes dunas, separada de la de Oriñon por la punta de Ballena, desde donde se avistaban las ballenas para su posterior pesca tiempo atrás, de ahí su nombre. La playa de Arenillas, Islares, Ostende, Brazomar y Matadero, además del solárium de Don Luis.

Aparte de este rico patrimonio natural, el casco antiguo de Castro Urdiales fue declarado Conjunto histórico artístico en el año 1978, localizado en un promontorio y formado por la Iglesia de Santa Maria de Castro Urdiales, declarado Bien de Interés Cultural y Patrimonio de la Humanidad como monumento vinculado al camino: construida en el siglo XIII de estilo gótico clásico, alberga piezas de gran valor artístico, como la imagen de Santa Maria de piedra policromada y dorada.

Próximo a la iglesia está el antiguo castillo que actualmente cumple la función de faro, el puente medieval y la ermita de Santa Ana, desde donde se admiran preciosas puestas de sol; de hecho, el Club de Calidad de Cantabria, en la sección de ideas de su web, recomienda ir a una de estos atardeceres.

En cuanto a su patrimonio civil, predominan los edificios de estilo modernista, y las obras del arquitecto Eladio Laredo, entre ellas la Residencia, actual Casa de Cultura de Castro Urdiales, el palacio de Ocharan y la casa de los Chelines.

El municipio celebra todos los meses de Julio "El Coso Blanco", declarada Fiesta de Interés Turístico Nacional. Así mismo, la pasión de Cristo, San Juan y la procesión de El Carmen.

## 1.4 El marco legal

### 1.4.1 Alojamientos turísticos

A continuación trataremos la legislación vigente por la que se regula la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico de Cantabria, su régimen de funcionamiento y prestación de servicios.

Según la Ley de Cantabria 5/ 1999 de 24 de marzo de ordenación del turismo de Cantabria, "son empresas de alojamiento turístico las dedicadas a proporcionar mediante precio, residencia o habitación a las personas, junto o no, a otros servicios complementarios"

- 1. Establecimientos de alojamiento turístico hotelero**, regulados por el Decreto 81/2010 del 25 de noviembre, posteriormente modificado por el Decreto 64/2013, de 7 de noviembre, por el que se regula los establecimientos hoteleros en el ámbito de la comunidad autónoma de Cantabria
  - Grupo primero: hoteles (H), estos se clasifican de una a cinco estrellas, acorde a los requisitos exigidos en dicho decreto.
  - Grupo segundo: hoteles- apartamentos (HA), también se clasifican de uno a cinco estrellas.
  - Grupo tercero: pensiones (P), son aquellos establecimientos que no pueden ser clasificados como hoteles u hoteles- apartamentos, aun reuniendo los requisitos para ser un alojamiento turístico hotelero.

Las pensiones y los hoteles son los dos tipos de alojamiento turístico hotelero existentes en la zona y, además, son las que mayor presencia tienen.

- 2. Establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero**. El Decreto 19/2014, de 13 de marzo, por el que se modifica el Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, regula este tipo de alojamientos, los cuales se clasifican con cuatro, tres, dos y una llave.
  - Apartamento turístico. En la zona bajo estudio, esta es la única categoría de alojamiento turístico extrahotelero presente y por tanto, estudiada.
  - Chalet o Bungalow.
  - Estudio.
- 3. Establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural**, cuya normativa es el Decreto 83/2010, de 25 de noviembre.
  - Palacios y Casonas de Cantabria.

- Posadas de Cantabria. Tienen una capacidad máxima de 15 plazas y mínima de 3, prestan como mínimo alojamiento y desayuno.
- Viviendas rurales de Cantabria. Cada unidad de alojamiento dispondrá de al menos un dormitorio, un cuarto de baño, un salón-comedor y una cocina.

Entre los cuatro municipios bajo estudio, tan solo encontramos posadas cántabras y una vivienda rural.

#### **4. Albergues turísticos.**

El Decreto 141/2015, de 1 de octubre, por el que se regulan los albergues turísticos en el ámbito de la comunidad autónoma de Cantabria, establece éstos como aquellos establecimientos que ofrecen alojamiento turístico en estancias de capacidad múltiple y a su vez, también pueden disponer de unidades dobles y/o individuales. En la zona bajo estudio existen 2 albergues, localizados en Laredo.

#### **5. Campamentos de turismo o campings.** Decreto 95/2002 de 22 de agosto, de ordenación y clasificación de campamentos de turismo en Cantabria.

Son espacios de terreno delimitados y acondicionados para su ocupación de manera temporal por personas que van a hacer vida en ellos estando en contacto con la naturaleza, estando dotados estos espacios de los servicios e instalaciones pertinentes.

### **1.4.2 Restauración**

La Comunidad autónoma de Cantabria no cuenta con un texto legal específico para la clasificación de los restaurantes, ni tampoco para la regulación de las empresas de este sector. Los diferentes posibles tipos de establecimientos de restauración constituyen un solo artículo de la Ley de Cantabria 5/ 1999 de 24 de marzo de ordenación del turismo de Cantabria.

Según BOC Nº110,1999 "son empresas de restauración las dedicadas a elaborar y proporcionar, mediante precio, comidas o bebidas para ser directamente consumidas, junto o no, a otros servicios complementarios". Los establecimientos turísticos dedicados a la actividad de restauración podrán ser:

- Restaurantes.
- Cafeterías.
- Cafés, bares y similares.
- Discotecas y salas de fiestas, en su actividad hostelera.
- Empresas de servicio de restauración a colectividades.
- Establecimientos de catering y empresas de servicio de restauración a domicilio.
- Otros similares.

Debido al vacío legal de nuestra comunidad autónoma para regular la actividad de los restaurantes, recurrimos al Boletín Oficial del Estado donde encontramos que la Orden del 17/marzo de 1965 por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes quedó derogada por el Real Decreto 39/2010 de 15 enero; por tanto no existe ningún texto legal al que aferrarse.

A pesar de estar derogada y en desuso, tendremos en cuenta esta antigua clasificación ya que es la única oficial. Las categorías son las siguientes: lujo, primera, segunda, tercera y cuarta, cuyos distintivos son respectivamente cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor. Todos ellos deberán ofrecer al cliente una "carta de platos" y una "carta de vinos".

Pero además de esta clasificación por categorías, existen otras clasificaciones por tipo de restaurante, por tipo de comida, etc.; destacamos la expuesta a continuación, que utilizaremos en el cuestionario para estas empresas.

- Restaurante Gourmet: alimentos de alta calidad, platos muy elaborados y diferentes.
- Restaurante de especialidades: variedad limitada de estilos de cocina, como por ejemplo vegetarianos y macrobióticos, pescado y marismo, carnes rojas, etc.
- Restaurante familiar/ tradicional: alimentos sencillos con precios moderados.
- Restaurante conveniente/ comida rápida.

## 1.5 Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar la estructura de los establecimientos de alojamiento turístico y la oferta de restaurantes de esta zona litoral de la comarca turística Asón-Aguera.

- Definir las características de la oferta de restaurantes y alojamientos turísticos en los municipios de Laredo, Liendo, Colindres y Castro Urdiales, mediante la elaboración del trabajo de campo, basado en encuestas a estas empresas. Así mismo, gracias a estos datos elaboraremos un análisis estadístico descriptivo, con representaciones gráficas en base a la información obtenida por las encuestas para comprender y contextualizar mejor los resultados.
- Exponer la estructura de esta oferta de alojamientos turísticos y de restauración según el Instituto Cántabro de Estadística y según la Dirección General de turismo de Cantabria, además de como ya hemos dicho mediante la información obtenida en las encuestas a los responsables de estos establecimientos.
- A parte de analizar sus características, iremos haciendo una comparación en algunos aspectos concretos en lo que se refiere al alojamiento turístico entre los municipios de Laredo y Castro Urdiales, que son las dos villas turísticas que forman parte de la zona bajo estudio.
- Por lo tanto, evaluaremos los puntos fuertes y débiles de la oferta real, y finalmente plantearemos propuestas de mejora, es decir, las conclusiones de este trabajo de fin de grado.

## 2. Metodología

Para la elaboración del trabajo se han utilizado tanto fuentes primarias como secundarias. Las fuentes secundarias empleadas son principalmente las páginas webs de los organismos oficiales en materia de turismo, como la Dirección General de Turismo de Cantabria, las páginas webs con fines turísticos de cada uno de los ayuntamientos, y del Gobierno de Cantabria, entre otras.

Además de éstas, se han utilizado varias guías turísticas, folletos, artículos y libros de autor. Y, por supuesto, se han revisado los textos legales vigentes en la materia, nombrados uno por uno en las referencias. Para apoyar lo expuesto en la introducción se han extraído datos de los estudios del Instituto cántabro de estadística (ICANE), el Instituto de Estadística (INE) e IMPACTUR.

A continuación, pasaremos a exponer el universo del estudio, la muestra para la realización de las encuestas, y las características del trabajo de campo: modo de recogida, fechas, cuestionarios, etc.

**Tabla 1. Universo del estudio de alojamiento turístico y restaurantes**

MUNICIPIOS	Nº DE RESTAURANTES	Nº DE ALOJAMIENTOS
<b>COLINDRES</b>	10	3
<b>CASTRO URDIALES</b>	55	24
<b>LAREDO</b>	46	26
<b>LIENDO</b>	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>57</b>

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Dirección General de Turismo

La muestra prevista conforma el 50% del total de alojamientos y el 50% de los restaurantes de estos cuatro municipios. Para establecer la muestra se han tenido en cuenta los siguientes aspectos:

- Hemos definido la muestra representando por igual la oferta de cada municipio, es decir, la muestra determinada supone el 50% del total de alojamientos y el 50% del total de restaurantes presentes en cada municipio, de manera que:
  - En el estudio de alojamientos, Laredo supone el 44% de la muestra total, Castro Urdiales otro 44%, Liendo un 6% y Colindres otro 6%; constituyendo así una muestra suficientemente representativa en relación al universo.

- Y, en el análisis de la oferta de restauración, Laredo es el 39%, Castro Urdiales el 50%, Liendo 3% y Colindres 8%.
- También se ha tenido en cuenta la presencia de cada una de las categorías de restaurantes y de alojamientos turísticos en cada municipio en la medida que sea posible, ya que no todos tienen la misma variedad de alojamientos, ni de restaurantes.

A continuación, se expondrá en dos tablas el universo establecido a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria, y las respuestas obtenidas por municipio y por tipo de alojamiento/restaurante.

**Tabla 2. Universo – respuestas obtenidas de los alojamientos turísticos.**

	CASTRO URDIALES	COLINDRES	LAREDO	LIENDO	TOTAL	RESPUESTAS	% RESPUESTAS POR TIPO DE ALOJ.
ALBERGUES	0	0	2	0	2	0	0%
APARTAMENTOS	1	0	5	0	6	3	50%
CAMPING	3	0	3	0	6	4	66,67%
HOSTAL	2	1	2	0	5	1	20%
HOTEL	7	0	8	0	15	9	60%
PENSION	10	1	5	1	17	8	47%
POSADAS	1	1	1	2	5	4	80%
VIV.RURALES	0	0	0	1	1	0	0%
TOTAL	24	3	26	4	57	29	50,88%
RESPUESTAS	11	2	14	2	29		
% RESP. POR MUNICIPIO	45,83%	66,67%	53,85%	50%	<b>50,88%</b>		
Peso en el total de respuestas	<b>37,93%</b>	<b>6,9%</b>	<b>48,27%</b>	<b>6,9%</b>			

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla nº2 podemos ver el universo completo, y las respuestas obtenidas por tipo de alojamiento turístico y por municipio, con el objetivo de saber dos cosas: en primer lugar, el porcentaje que supone cada tipo de establecimiento y cada municipio en relación al universo, ya que el objetivo era el 50% de cada municipio. Y, en segundo lugar, el porcentaje que constituye cada municipio en las respuestas obtenidas para demostrar su representatividad.

La muestra que se quería obtener era del 50% del total y se ha conseguido obtener el 50,88%, pero no hemos obtenido respuesta de todos los tipos de alojamientos turísticos; los dos albergues y la única vivienda rural presentes en la zona no han accedido a responder.

A continuación, realizaremos lo mismo que en la tabla anterior pero en este caso sobre la oferta de restaurantes.

**Tabla 3. Universo – respuestas obtenidas de los restaurantes.**

	CASTRO					Respuestas	% Resp. por categoría
	URDIALES	COLINDRES	LAREDO	LIENDO	TOTAL		
1 TENEDOR	35	8	25	3	72	27	38,89%
2 TENDORES	20	2	20	1	42	19	42,86%
3 TENEDORES	-	-	1	-	1	1	100%
TOTAL	55	10	46	4	115		
RESPUESTAS	21	5	19	2	47	47	40,87%
% Respuestas por municipio	38,18%	50%	41,30%	50%	40,87%		
Peso del total de respuestas	44,7%	10,64%	40,42%	4,25%			

Fuente: Elaboración propia

La muestra determinada para el estudio de la oferta de restauración era también del 50% del universo, en este caso las respuestas obtenidas conforman el 40,87% del total de restaurantes; el resto, por un motivo u otro, no accedieron a responder el cuestionario.

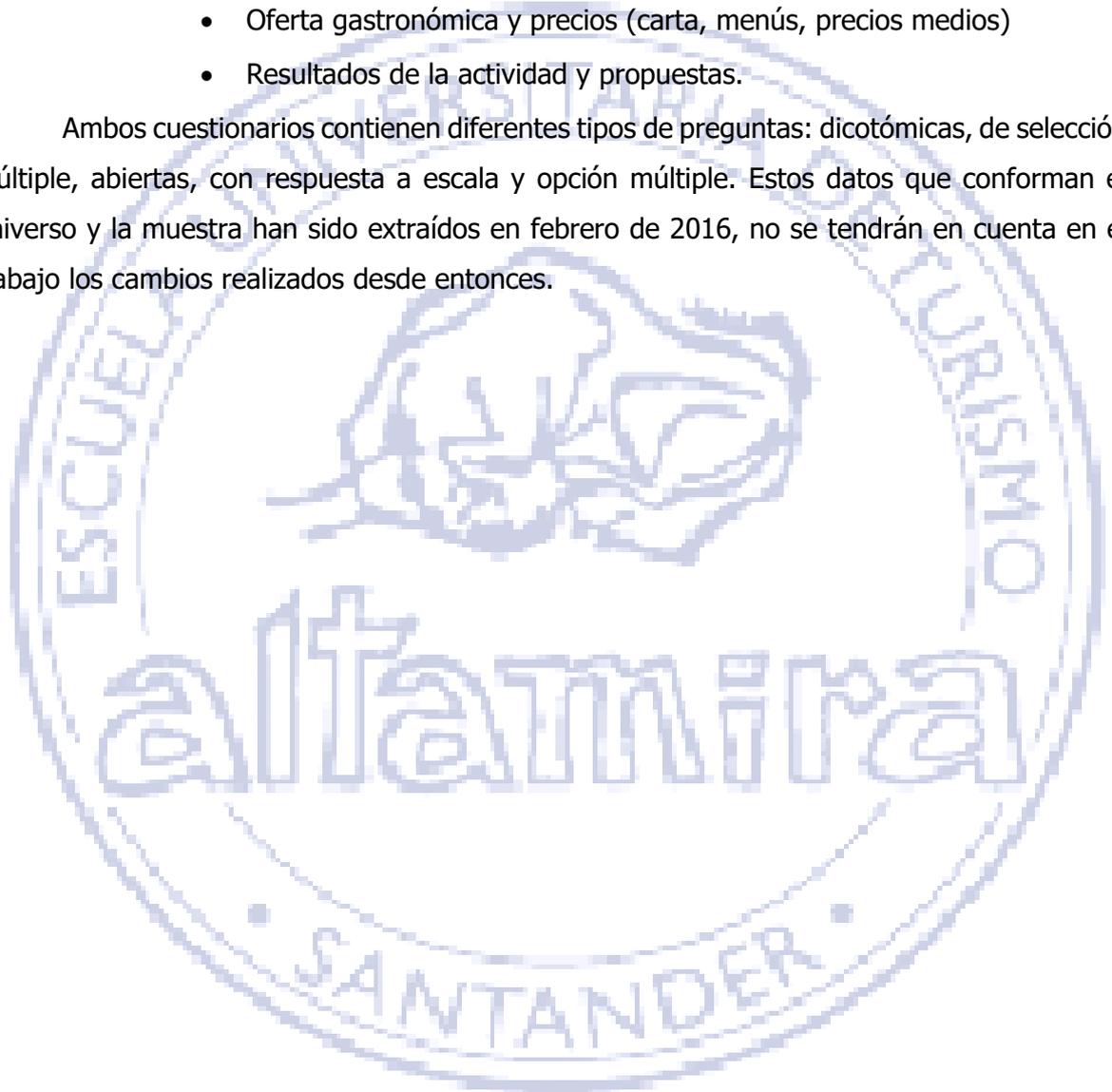
La realización de las encuestas para la obtención de la información se llevó a cabo durante la segunda quincena de Marzo 2016, en la mayoría de los casos se realizó de forma directa en los establecimientos a los responsables o propietarios, con la asistencia de la autora de este trabajo, excepto en contados casos que se hizo por teléfono.

Se han utilizado dos cuestionarios, uno para los alojamientos turísticos y otro para los restaurantes. Pasaré a explicar la estructura de cada uno de ellos;

- Cuestionario – Estructura de la oferta de alojamientos turísticos (ver anexo 6.1)
  - Datos básicos del establecimiento: localidad, municipio, nombre del establecimiento, clasificación.
  - Características: año de apertura, capacidad, régimen de tenencia, periodo de apertura, afiliaciones, medios de reserva, promoción, etc.

- Instalaciones/ servicios y características del personal y la clientela.
- Resultados de la actividad y propuestas.
- Cuestionario – Estructura de la oferta de restaurantes (ver anexo 6.2)
  - Datos del establecimiento: localidad, municipio, nombre del establecimiento, categoría, etc.
  - Características: tipo de cocina, año y periodo de apertura, aforo, situación, promoción, servicios y personal.
  - Oferta gastronómica y precios (carta, menús, precios medios)
  - Resultados de la actividad y propuestas.

Ambos cuestionarios contienen diferentes tipos de preguntas: dicotómicas, de selección múltiple, abiertas, con respuesta a escala y opción múltiple. Estos datos que conforman el universo y la muestra han sido extraídos en febrero de 2016, no se tendrán en cuenta en el trabajo los cambios realizados desde entonces.



### 3. Capítulo I. Estructura de la oferta de alojamientos turísticos en el litoral de la comarca Asón-Agüera

#### 3.1 Distribución y clasificación de los alojamientos turísticos en base a los datos del ICANE.

**Tabla 4. Alojamientos por categoría y municipio, datos ICANE 2011.**

	C.URDIALES	COLINDRES	LAREDO	LIENDO	TOTAL
HOTELES	7	0	8	0	15
HOSTALES Y PENSIONES	12	1	8	1	22
VIVIENDAS RURALES	2	1	3	2	8
CAMPINGS	3	0	3	0	6
APARTAMENTOS	1	0	5	0	6
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>57</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del ICANE año 2011.

Los datos del Instituto Cántabro de Estadística aquí expuestos datan del año 2011; por ello y por su mayor exactitud, se ha elegido la clasificación y por tanto, las cifras, de la Dirección General de Turismo de Cantabria para establecer el universo de alojamientos turísticos y restaurantes.

#### 3.2 Distribución y clasificación de los alojamientos turísticos, de acuerdo a los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.

**Tabla 5. Alojamientos por categoría y municipio, Dirección General de Turismo.**

	CASTRO URDIALES	COLINDRES	LAREDO	LIENDO	TOTAL	%
ALBERGUES	0	0	2	0	2	<b>3,5%</b>
APARTAMENTOS	1	0	5	0	6	<b>10,53%</b>
CAMPING	3	0	3	0	6	<b>10,53%</b>
HOSTAL	2	1	2	0	5	<b>8,77%</b>
HOTEL	7	0	8	0	15	<b>26,32%</b>
PENSION	10	1	5	1	17	<b>29,82%</b>
POSADAS	1	1	1	2	5	<b>8,77%</b>
VIV.RURALES	0	0	0	1	1	<b>1,76%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>42,11%</b>	<b>5,27%</b>	<b>45,61%</b>	<b>7,01%</b>	<b>100%</b>	

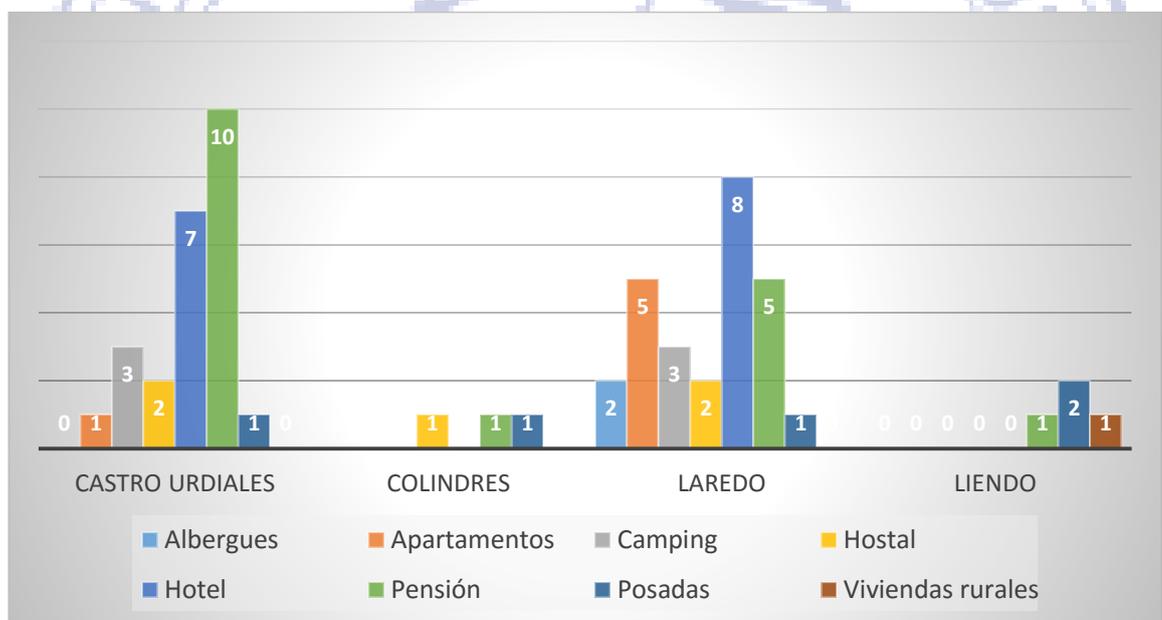
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Turismo Cantabria

Como ya hemos dicho, estos son los datos utilizados para establecer el universo del estudio, y a su vez, la muestra. Los datos han sido extraídos en febrero de 2016, no se tendrán en cuenta en éste trabajo cambios realizados a partir de esta fecha.

Además de estas categorías, la Dirección General de turismo también considera las casas de labranza, las cabañas pasiegas, los hoteles apartamento, y los palacios casonas, como alojamientos turísticos; pero no están presentes en ninguno de los cuatro municipios.

A pesar de ser datos más exactos y más recientes que los del Instituto Cántabro de Estadística, durante la elaboración de las encuestas hemos podido comprobar que las cifras no están del todo actualizadas. De esta manera, afirmamos una vez más la falta de información verídica sobre el tema bajo estudio, aportando más valor a éste, nuestro trabajo.

### Gráfico 1. Alojamientos por categoría y municipio, datos Dirección General de Turismo de Cantabria.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.

En este primer gráfico vemos la distribución de los diferentes tipos de alojamientos turísticos en la zona bajo estudio. A simple vista apreciamos que Laredo y Castro Urdiales conforman la mayor parte del universo de éste trabajo.

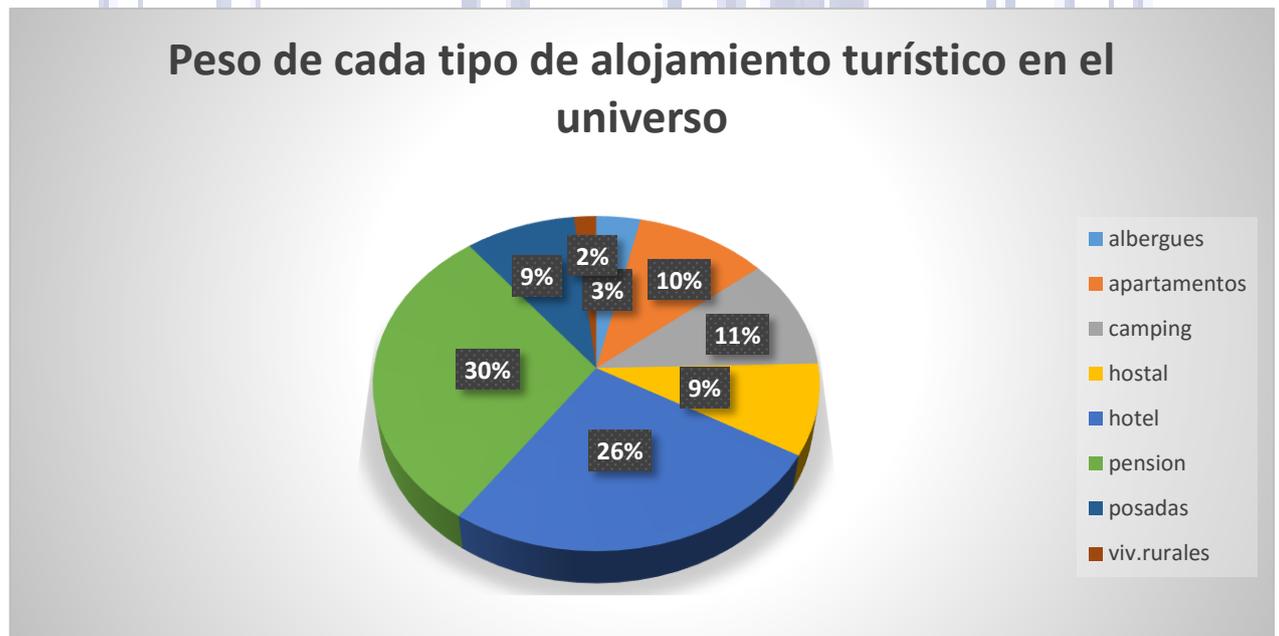
De los 57 alojamientos que conforman el universo, 24 se encuentran en el municipio de Castro Urdiales, lo que supone el 42,11% del total y ocupa el segundo puesto en número de estos cuatro municipios. El primer puesto lo obtiene Laredo que conforma el 45,61%; con

esto comprobamos que los dos municipios con mayor actividad en este sector, son aquellos con mayor afluencia turística.

En Castro Urdiales el tipo de alojamiento turístico predominante son las pensiones (41,7%), seguidos de los hoteles (29,2%), con apenas siete alojamientos más de otras categorías, pero no cuenta con ningún albergue ni vivienda rural. El municipio de Laredo tiene una distribución de sus 26 alojamientos algo más amplia que Castro Urdiales; en este caso, un 30,77% está formado por los hoteles, seguidos de los apartamentos y las pensiones que tienen un peso de 19,23% cada una.

Por tanto, en la zona bajo estudio la mayor parte de estos establecimientos son pensiones, seguidos de los hoteles, y en menor medida, los campings y los apartamentos turísticos, tal y como vemos en el gráfico nº2.

**Gráfico 2. Peso de cada tipo de alojamiento turístico en la zona bajo estudio.**



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.

Podemos ver este gráfico de dos formas: por una parte, la oferta de alojamientos turísticos es variada, y, por otro lado, el mayor porcentaje de la oferta de alojamientos está conformado por pensiones, lo que quiere decir que son establecimientos sencillos.

Finalmente, en la siguiente tabla nº6 expondremos la categoría de la oferta de hoteles, apartamentos y campings de la zona bajo estudio.

**Tabla 6. Clasificación de los hoteles, apartamentos y campings por sus respectivas categorías.**

	HOTELES					APARTAMENTOS				CAMPINGS		
	1*	2*	3*	4*	5*	1llave	2llaves	3llaves	4llaves	Lujo	1ª	2ª
CASTRO URDIALES	2	3	1	1	0	0	1	0	0	0	0	3
COLINDRES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAREDO	1	3	4	0	0	3	2	0	0	0	0	3
LIENDO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.

A continuación usaremos estos datos para calcular el índice de calidad de la oferta de hoteles, apartamentos y campings en los municipios de Laredo y Castro Urdiales, y los vamos a comparar con el índice de calidad de la oferta de otros municipios con similares características turísticas, como por ejemplo, Suances, Comillas, Noja o Ribamontán al Mar. Para calcular este índice de calidad, emplearemos la siguiente fórmula:

$$(\text{Hotel de } 1^* \times 1) + (\text{Hotel de } 2^* \times 2) + (\text{Hotel de } 3^* \times 3) + (\text{Hotel de } 4^* \times 4) + (\text{Hotel de } 5^* \times 5) = \text{resultado} / \text{total de hoteles} = \text{índice de calidad}$$

De este modo, obtendremos el índice de calidad de la oferta hotelera en la zona bajo estudio, siendo 5 la puntuación de mayor calidad, y 1 la puntuación de menor calidad. Por tanto, cuanto más se acerque el resultado al número 5, mayor será la calidad de la oferta.

Los datos utilizados para calcular los índices de calidad han sido extraídos de la web de la Dirección General de Turismo de Cantabria en Abril 2016.

$$\text{Castro Urdiales: } (2 \times 1) + (3 \times 2) + (1 \times 3) + (1 \times 4) + (0 \times 5) = 15/7 = \mathbf{2,14}$$

$$\text{Laredo: } (1 \times 1) + (3 \times 2) + (4 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5) = 19/8 = \mathbf{2,37}$$

$$\text{Comillas: } (0 \times 1) + (3 \times 2) + (2 \times 3) + (3 \times 4) + (0 \times 5) = 24/8 = \mathbf{3}$$

$$\text{Ribamontán al Mar: } (4 \times 1) + (2 \times 2) + (3 \times 3) + (1 \times 4) + (0 \times 5) = 21/10 = \mathbf{2,1}$$

$$\text{Noja: } (5 \times 1) + (11 \times 2) + (4 \times 3) + (2 \times 4) + (0 \times 5) = 47/22 = \mathbf{2,14}$$

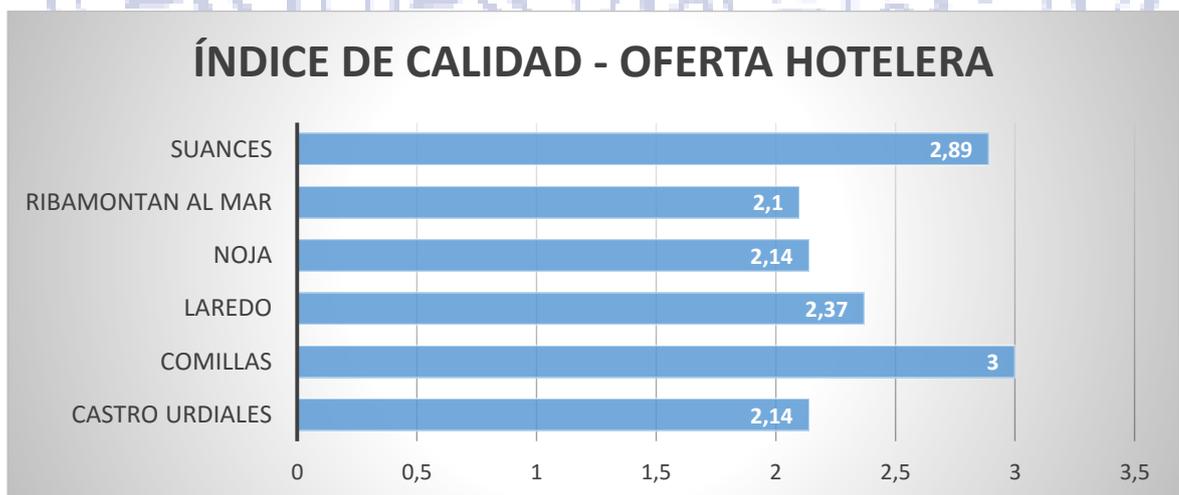
$$\text{Suances: } (2 \times 1) + (2 \times 2) + (11 \times 3) + (2 \times 4) + (1 \times 5) = 52/18 = \mathbf{2,89}$$

Según los datos obtenidos, Castro Urdiales (2,14) tiene un índice de calidad levemente menor que Laredo (2,37). Si los comparamos con Comillas y Suances, municipios turísticos con similares características, ya que su oferta turística principal es el turismo cultural y de sol y playa, al igual que en Castro Urdiales y Laredo, vemos una gran diferencia entre estos índices. Comillas tiene el mejor índice de calidad entre todos estos, con 3 puntos, seguido de Suances (2,89), Laredo (2,37) y Castro Urdiales (2,14).

En una escala del 1 al 5, si el número 1 corresponde a un 1 y el número 5 al 10, Laredo y Castro Urdiales obtendrían entre un 4 y un 5, no llega al aprobado, esto quiere decir, una vez más, que hay muchos aspectos que mejorar en la oferta de infraestructuras turísticas en la zona bajo estudio.

Es más, comparando estos dos municipios de nuestro estudio, con Noja y Ribamontán al Mar, dos municipios cercanos al litoral Asón- Agüera (aunque no son tan similares en su oferta, como lo son Suances y Comillas, ya que la actividad turística que predomina en la zona, es el surf, y el turismo de sol y playa únicamente, y, aun teniendo un patrimonio mucho menor que Castro Urdiales y Laredo), vemos que tienen un índice de calidad prácticamente igual. Ribamontán al Mar (2,1) y Noja (2,14). A continuación veremos estos datos representados gráficamente.

**Gráfico 3. Índice de calidad de la oferta hotelera. Comparación con otros municipios.**



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.

Seguidamente realizaremos la misma operación, pero en este caso para calcular el índice de calidad de los apartamentos y de los campings de los municipios de Laredo y Castro Urdiales.

En primer lugar, calcularemos con la siguiente fórmula el índice de calidad de los apartamentos turísticos de los municipios de Laredo y Castro Urdiales y los compararemos con los de Noja y Ribamontán al Mar. Como ya hemos dicho anteriormente, estos datos han sido extraídos de la web de la Dirección General de turismo de Cantabria en Abril de 2016.

$(\text{Apartamentos de 1 llave} \times 1) + (\text{Apartamentos de 2 llaves} \times 2) + (\text{Apartamentos de 3 llaves} \times 3) + (\text{Apartamentos de 4 llaves} \times 4) = \text{resultado} / \text{total apartamentos} = \text{índice de calidad}$

Castro Urdiales:  $(0 \times 1) + (1 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) = 2/1 = \mathbf{2}$

Laredo:  $(3 \times 1) + (2 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) = 7/5 = \mathbf{1,4}$

Noja:  $(7 \times 1) + (5 \times 2) + (2 \times 3) + (0 \times 4) = 23/14 = \mathbf{1,64}$

Ribamontán al Mar:  $(10 \times 1) + (2 \times 2) + (2 \times 3) + (0 \times 4) = 20/14 = \mathbf{1,43}$

Vemos que Castro Urdiales únicamente tiene un apartamento turístico de 2 llaves, por ello al calcular el índice de calidad obtiene un 2, convirtiéndose así en el mayor índice de calidad entre estos municipios, pero es una oferta muy reducida y un aprobado justo teniendo en cuenta que el 1 es la peor puntuación y 4 la mayor puntuación posible.

Noja y Ribamontán al Mar tienen unos índices de calidad mayores que el de Laredo y además su oferta es más grande, pero todos ellos suspenden.

Por último, vamos a calcular el índice de calidad de los campamentos o campings de turismo, comparándolos de nuevo con los índices de Noja y Ribamontán al Mar.

$(\text{Camping Lujo} \times 3) + (\text{Camping 1}^{\text{a}} \times 2) + (\text{Camping 2}^{\text{a}} \times 1) = \text{resultado} / \text{total de alojamientos} = \text{índice de calidad}$

Castro Urdiales:  $(0 \times 3) + (0 \times 2) + (3 \times 1) = 3/3 = \mathbf{1}$

Laredo:  $(0 \times 3) + (0 \times 2) + (3 \times 1) = 3/3 = \mathbf{1}$

Noja:  $(0 \times 3) + (1 \times 2) + (4 \times 1) = 6/5 = \mathbf{1,2}$

Ribamontán al Mar:  $(0 \times 3) + (1 \times 2) + (3 \times 1) = 5/4 = \mathbf{1,25}$

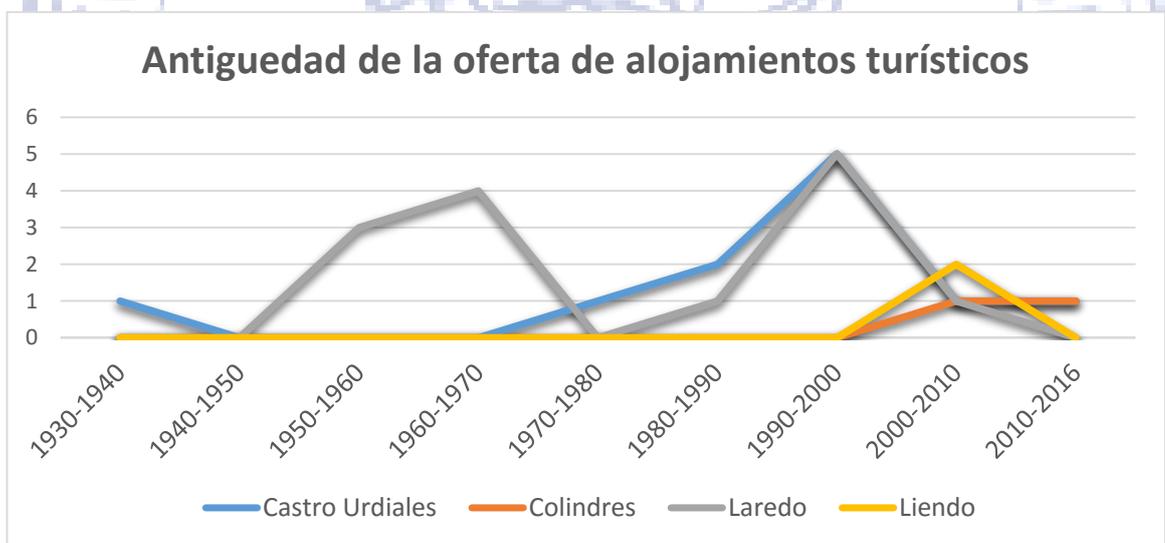
Tanto Laredo como Castro Urdiales tan sólo disponen de campings de 2ª categoría (la categoría más baja), por ello el índice de calidad es en ambos casos bajo; aunque los índices de calidad de los otros dos municipios no son mucho mejores sí que tienen una oferta más variada.

Por lo tanto, después de haber calculado los índices de calidad de la oferta de hoteles, apartamentos y campings en dos de los municipios bajo estudio y haberlos comparado con los de otros municipios, la conclusión es que la oferta de Laredo y Castro Urdiales en todos los casos es más reducida y en la mayoría de los casos el índice de calidad es menor. Pero también nos gustaría destacar algo mucho peor y es que todos estos índices de calidad son muy bajos: si los reducimos a notas, apenas algunos llegan al aprobado justo.

### 3.3 Estructura y características de la oferta de alojamientos turísticos, a partir de los resultados del trabajo de campo.

#### 3.3.1 Antigüedad de la oferta

**Gráfico 4. Antigüedad de la oferta de alojamientos turísticos por municipios.**



Fuente: Elaboración propia.

Gracias a esta representación gráfica podemos apreciar que, tanto para Laredo como para Castro Urdiales, la década de los noventa ha sido la mejor, en cuanto a la creación de empresas de alojamiento turístico, respondiendo a la buena situación económica de nuestro país en aquellos momentos.

Refiriéndonos a Laredo, existe una clara influencia del boom turístico de los años sesenta en la creación de establecimientos de alojamiento turístico; fue en esa época cuando

la Villa de Laredo empezó a conocerse por el turismo francés, también llamada la perla de la Costa Esmeralda, o el Benidorm del norte, en esos tiempos de grandeza para los pejinos.

Basándonos en estos datos, podemos decir que la oferta de alojamientos turísticos de Laredo es más antigua que la de Castro Urdiales, pero la verdad es que, en ambos municipios la mayor parte de sus establecimientos cumplen más de veinte de años de trayectoria profesional, característica que nos puede llevar a pensar en dos cosas: la posibilidad de que los administradores de estas empresas hayan realizado un gran trabajo, creando prestigio y manteniendo estos establecimientos a flote, o por otro lado, probablemente tengan una infraestructura y unos servicios un tanto anticuados.

Mientras que Colindres y Liendo tienen una oferta de alojamientos turísticos prácticamente nueva, ya que su actividad principal nunca ha sido, ni es, el sector turístico, al contrario que Castro Urdiales y Laredo.

A colación de la antigüedad de estos establecimientos, vamos a ver en el gráfico nº5 cuántos de estos alojamientos turísticos están reformados.

**Gráfico 5. Porcentaje de establecimientos reformados**

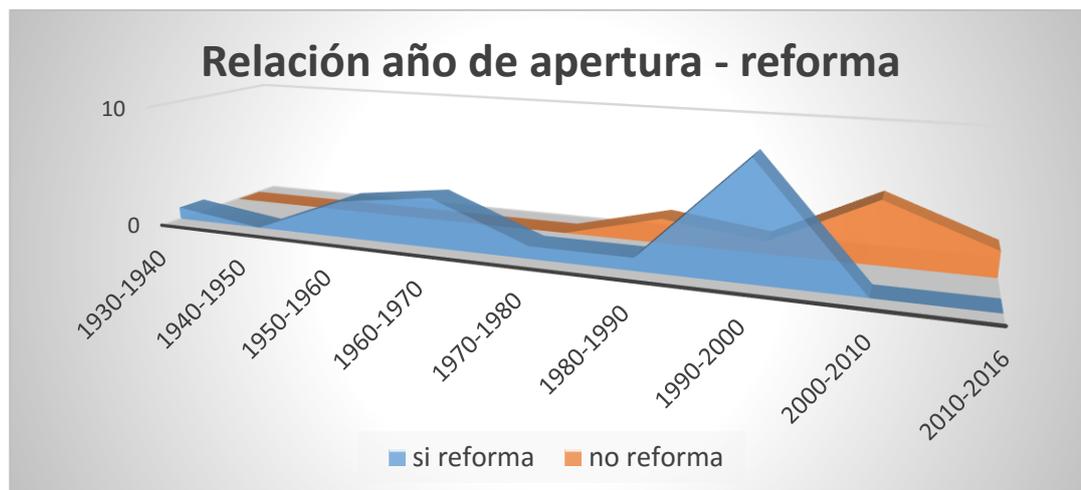


Fuente: Elaboración propia

Basándonos en estos datos, el 66% de los establecimientos de alojamiento turístico encuestados han realizado alguna reforma estructural, la mayoría han llevado a cabo estas obras entre 1990 y 2010; en nuestra opinión, estas reformas ya han quedado algo lejos.

El porcentaje restante, que no ha realizado ninguna reforma desde su apertura, está formado principalmente por alojamientos creados desde el año 2000 hasta el 2010, por lo que ya estarán a falta de una reforma completa. Por lo tanto, tanto a unos como a otros les vendría muy bien una renovación. A continuación mostraremos estos datos en un gráfico.

**Gráfico 6. Alojamientos: relación año de apertura - reforma**



Fuente: Elaboración propia

La representación gráfica nº6 es una relación entre el año de apertura de los alojamientos turísticos y el hecho de haber hecho o no una reforma. Como ya hemos dicho, la mayor parte de ese 34% que no ha hecho reformas son alojamientos creados entre el 2000 y el 2010, aunque también hay algunos con más de 25 años de antigüedad sin reforma, tal y como vemos en la curva naranja de este gráfico.

### 3.3.2 Características principales y funcionamiento de la empresa

En este nuevo subcapítulo vamos a tratar aspectos sobre el funcionamiento y/o las características básicas de estas empresas, como son: el régimen de tenencia de los establecimientos, el nº de plazas y empleados, la presencia familiar en la gestión de estos negocios y el periodo de apertura.

**Tabla 7. Régimen de tenencia de los establecimientos de alojamiento turístico.**

Régimen de tenencia	Nº de establecimientos	Porcentaje
<b>Alquiler</b>	5	17,24%
<b>Propiedad</b>	24	82,76%
Total	<b>29</b>	<b>100%</b>

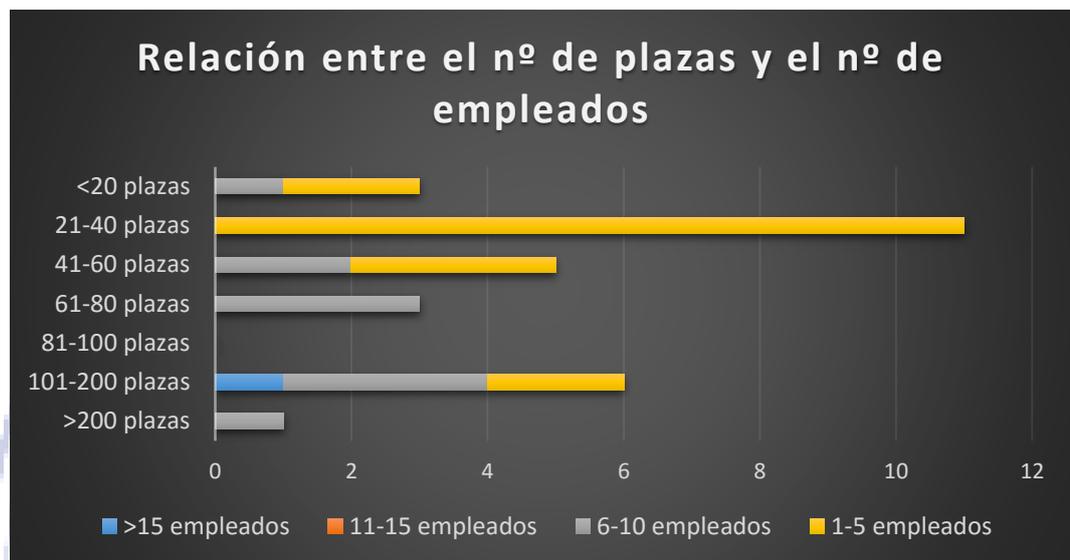
Fuente: Elaboración propia

El régimen de tenencia de los establecimientos de alojamiento turístico en la zona bajo estudio es en un 82,76% de los casos propiedad; los restantes, los que son alquileres, están

repartidos entre los cuatro municipios que conforman el ámbito territorial, por lo tanto, no vemos diferencias en este aspecto entre los diferentes municipios.

A continuación veremos la capacidad de estos establecimientos de alojamiento turísticos relacionados con el número de empleados.

### Gráfico 7. Relación entre el nº de plazas del alojamiento y el nº de empleados



Fuente: Elaboración propia

Tal y como vemos en el gráfico nº7, los alojamientos con mayor presencia en la zona son aquellos que tienen entre 21 y 40 plazas de alojamiento, representando un 37,93% de la muestra. Detrás de estos, se encuentran los establecimientos con capacidad para entre 101 y 200 huéspedes (20,68%) y aquellos cuyo número de plazas se encuentra entre 41 y 60 (17,24%). Con una mínima presencia están aquellos con menos de 20 plazas, entre 61 y 80 plazas y con más de 200 plazas. Por tanto, los establecimientos de esta zona se caracterizan por tener una capacidad pequeña, en más del 55% de los casos, con menos de 60 plazas.

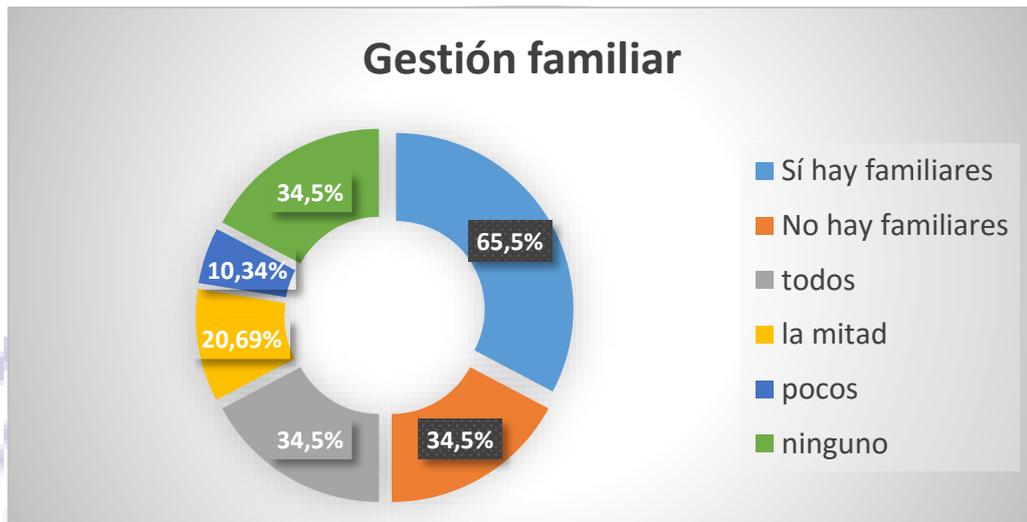
Un 62,01% de los establecimientos encuestados tienen una plantilla de personal con menos de 5 empleados, y un 34,5% tienen entre 6 y 10 personas trabajando en el establecimiento; de este modo, al igual que predominan los alojamientos con plazas reducidas, predominan aquellos con una plantilla de personal reducida, algo coherentemente relacionado.

Todos los alojamientos turísticos presentes con entre 21 y 40 plazas tienen menos de 5 empleados, al igual que todos los que abarcan hasta 80 plazas de alojamiento tienen un máximo de 10 empleados. Tan sólo un alojamiento turístico tiene más de 15 empleados, el Hotel Las Rocas de Castro Urdiales, el único establecimiento con 4 estrellas presente en la zona de estudio, el cual tiene entre 101 y 200 plazas.

En respuesta a estos datos, podemos decir que se caracterizan por tener una oferta de plazas reducida, relacionada a su vez con el número de empleados.

Tanto la alta presencia de alojamientos en propiedad, como su reducida plantilla y capacidad, nos llevan a pensar en establecimientos de gestión familiar, aspecto que vamos a comprobar a continuación en el siguiente gráfico.

**Gráfico 8. Alojamientos: ¿son empresas de gestión familiar?**



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico nº8, tenemos en el lado derecho, el porcentaje de establecimientos que sí tienen familiares trabajando o gestionando el establecimiento y aquellos que no tienen ninguno. Y en el lado izquierdo especificamos en qué alojamientos todos los empleados son familiares, la mitad lo son, pocos o ninguno.

El 65,5% del total son establecimientos de gestión familiar, mientras que el 34,5% no lo son. Ese 65,5 % está conformado por un alto porcentaje en el que todos los empleados son familiares, seguidos de los que lo son la mitad de la plantilla, y tan solo un 10% de los que sí tienen familiares trabajando, tienen pocos. Según esto afirmamos la tendencia en la zona bajo estudio a alojamientos pequeños de gestión familiar en propiedad.

Pero tenemos que destacar la diferencia entre Castro Urdiales y Laredo. De los 14 alojamientos turísticos encuestados en Laredo, 13 son de gestión familiar, mientras que en Castro Urdiales sólo 5 de 11 establecimientos lo son; por lo tanto, la tendencia de establecimientos de alojamiento turístico de gestión familiar es mayor en Laredo.

Seguidamente, pasamos a ver el periodo de apertura de estos establecimientos encuestados.

**Tabla 8. Alojamientos: periodo de apertura**

Periodo de apertura	Castro Urdiales	Colindres	Laredo	Liendo	Porcentaje
Todo el año	9	2	4	1	55,17%
Verano y Semana Santa	0	0	6	0	20,69%
Otro	2	0	3	1	20,69%
Solo verano	0	0	1	0	3,45%
Total general	11	2	14	2	100,00%

Fuente: Elaboración propia

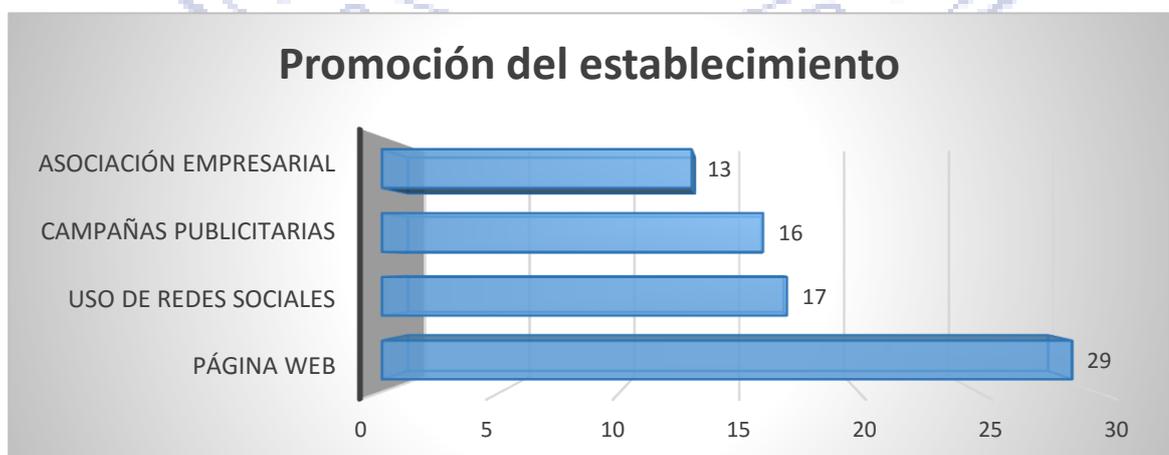
En lo referente al periodo de apertura de estos establecimientos, sólo el 55% abren durante todo el año, resultado de la estacionalidad de la actividad turística. La etiqueta "otro" está relacionada en todos los casos con alojamientos que abren desde marzo a octubre, noviembre o diciembre y constituye también otro 20,69% del total.

Existe una clara diferencia entre Castro Urdiales y Laredo: los alojamientos turísticos de Castro Urdiales se caracterizan por abrir todo el año, mientras que en Laredo la mayor parte abre en temporada estival y en Semana Santa. Probablemente, la cercanía de Castro Urdiales al País Vasco ayude a desestacionalizar el turismo en cierto modo.

### 3.3.3 Promoción y publicidad de la empresa

A continuación analizaremos el funcionamiento de la empresa en lo referente a la promoción y/o publicidad por diferentes medios de comunicación.

**Gráfico 9. Promoción del establecimiento**



Fuente: Elaboración propia.

A continuación comentaremos los datos expuestos en el gráfico nº9 de la página anterior.

En primer lugar, hemos de decir que el 100% de la muestra afirma tener una página web propia, el primer paso para promocionarse hoy en día, pero eso no quiere decir que se esfuercen en crear su propia publicidad o en darse a conocer, ya que, como vemos en la representación gráfica, entre el 41% y 45% de los alojamientos turísticos no utiliza las redes sociales, un medio muy útil en la actualidad, y tampoco realizan ningún tipo de campañas publicitarias por ninguno de los siguientes medios: radio, televisión, internet, folletos, y/o ferias. Entre los medios para llevar a cabo campañas publicitarias destacan por igual el uso de la radio y los folletos, mientras que la televisión o las ferias apenas se utilizan.

El 55% de los casos no pertenece a ninguna asociación empresarial, una manera para promocionarse y/o crear prestigio y seguridad sobre el establecimiento de cara al cliente.

Por último, refiriéndonos a la pertenencia a las diferentes asociaciones empresariales existentes:

- 24,14 % pertenece a la Asociación empresarial de hostelería de Cantabria.
- 10,34%, o lo que es lo mismo 3 alojamientos, forman parte de otras asociaciones, en los tres casos se trata de "Acelar", una asociación empresarial formado por negocios locales de Laredo.
- Tan sólo un alojamiento forma parte del Club de Calidad de Cantabria (3,45%), como dijimos anteriormente, La posada Torre de La Quintana (Liendo) y dos de las cinco posadas encuestadas pertenecen a la Asociación de turismo rural de Cantabria (3,45%).

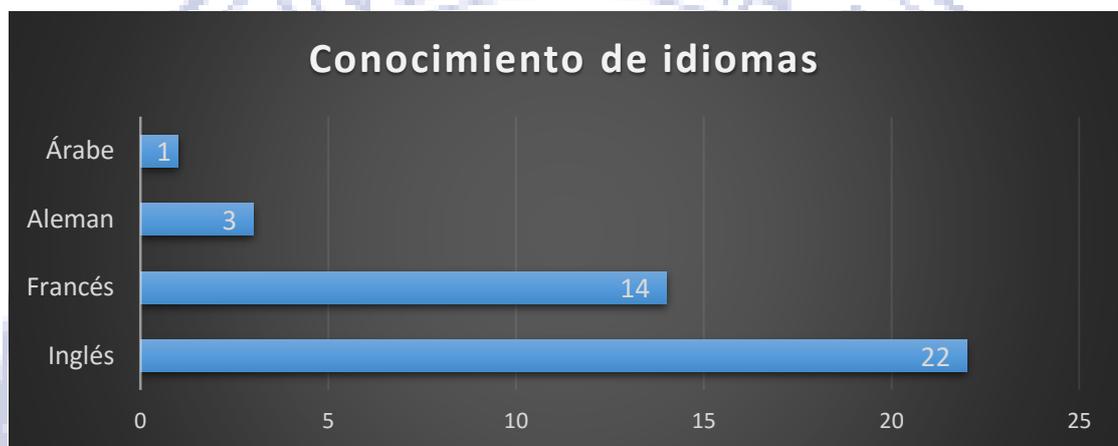
Los establecimientos de alojamiento turístico que no realizan promoción alguna, más que el hecho de tener página web, están dispersados por los cuatro municipios, no existe diferencia alguna entre estos.

### 3.3.4 Servicios e instalaciones

En primer lugar, trataremos el asunto sobre el conocimiento de idiomas del personal de los alojamientos turísticos de la zona bajo estudio en la siguiente representación gráfica.

El 76% de los alojamientos turísticos que conforman la muestra afirman que su personal habla un segundo idioma, aunque en la mayoría de los casos también afirma que sólo una parte de la plantilla.

**Gráfico 10. Conocimiento de idiomas del personal de los establecimientos de alojamiento turístico.**



Fuente: Elaboración propia.

Como ya hemos dicho, el 75,86% de los alojamientos turísticos encuestados cuenta con empleados que hablan inglés, seguido del francés dominado por el 48,27%. Mientras que el alemán tiene una mínima presencia, y en la opción "otros", tan solo un alojamiento menciona el árabe.

En el gráfico nº11 (siguiente página) veremos los servicios e instalaciones de estos alojamientos turísticos, entre estos servicios, hemos incluido los diferentes regímenes de manutención.

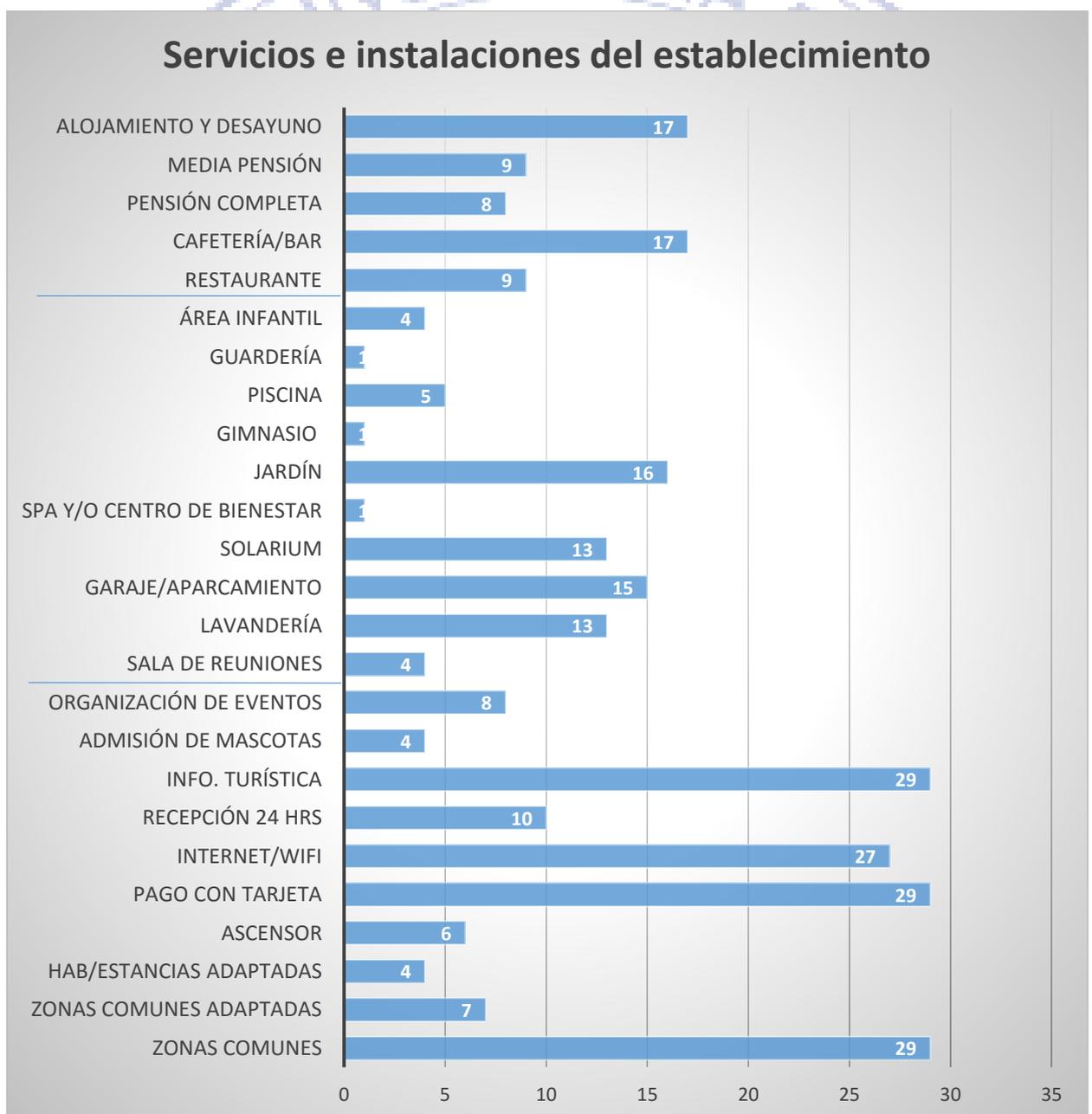
En primer lugar, sólo el 58% de los establecimientos encuestados oferta el régimen de alojamiento y desayuno, el 31% media pensión y el 28% pensión completa, estas últimas cifras están relacionados con el número de hoteles en la muestra (26%).

En segundo lugar, las instalaciones de estos establecimientos:

- Infantiles: solo 4 alojamientos tienen área infantil y uno guardería, tratándose de un destino familiar en muchos casos, nos parece una oferta muy baja.

- Entretenimiento: sólo 5 tienen piscina, 1 gimnasio, 1 spa, por lo tanto, las instalaciones son bastante sencillas. Las instalaciones que más presencia tienen son el jardín, el solárium/terraza y las zonas comunes.
- Accesibilidad: sólo 6 (20%) alojamientos encuestados tienen ascensor y 4 (14%) tienen estancias adaptadas, por lo que pierden ese nicho de mercado.
- Otros: en lo referente al pago con tarjeta y/o el wifi prácticamente todos tienen estos servicios, ya que son de fácil instalación. Tan sólo 4 alojamientos permiten el acceso de mascotas.

**Gráfico 11. Servicios de los establecimientos de alojamiento turístico.**



Fuente: Elaboración propia

Por tanto, los servicios ofertados por la mayor parte de los alojamientos son el vestíbulo, información turística, pago con tarjeta y wifi/ internet. Seguidos de éstos, a menor escala, encontramos la cafetería (58,6%), jardín (55,2%) aparcamiento (51,7%), solárium (44,8%) y lavandería (44,8%).

Esto quiere decir que, exceptuando cuatro servicios básicos, estos que acabamos de mencionar tan sólo son ofertados por el 50% o menos. Hablando de otros servicios o instalaciones que atraigan al cliente, o la cantidad de familias que pasan por la zona en verano, la oferta es mínima, muy pocos alojamientos tienen piscina, área infantil, guardería, o spa entre otros, como ya hemos dicho.

### **3.3.5 Caracterización del cliente**

En este caso, analizaremos el tipo de estancia mayoritaria, los medios de reserva utilizados por los clientes, y la procedencia de estos.

La media de estancia en los alojamientos turísticos del estudio es 3,1 noches; el 58,6% de los establecimientos dijo que la estancia media es de entre 2 y 3 noches, un 17,2% afirmó que la media era 1 noche, y otro 17,2% dijo que la media es de entre 6 y 7 noches. Nos gustaría mencionar que esa es la media real, pero los responsables de los establecimientos nos hicieron saber que en verano la estancia media es de más de una semana, el resto del año en la mayoría de los casos son estancias de 1 noche, por ello la media de noches es menor.

En cuanto a la procedencia de los clientes, se les preguntó a los establecimientos de alojamiento turístico encuestados cuál era el porcentaje medio de clientes españoles y clientes extranjeros. Según estos datos, el promedio de clientes españoles es el 76%, y el promedio de clientes extranjeros es 23,97%.

Basándonos en estos datos, las estancias se caracterizan por ser breves y casi en el 80% de los casos protagonizada por clientes españoles.

Otra de las preguntas del cuestionario realizado a los alojamientos turísticos trata sobre la procedencia de los clientes, cuáles son las comunidades autónomas y los países extranjeros que más visitan estos establecimientos:

- Por un lado, las comunidades autónomas. En cuanto a los establecimientos encuestados en Laredo, las CCAA son el País Vasco en primer lugar, Castilla y León y Madrid en segundo lugar y La Rioja en tercer lugar, tan sólo un

alojamiento nombro otra, y es Cataluña; en Castro Urdiales también encontramos el País Vasco en primer lugar, y Madrid en el segundo, pero en tercer lugar está Cataluña. También cabe mencionar a Andalucía, mientras que muy pocos establecimientos nombraron Castilla y León.

- Por otro lado, los países extranjeros más mencionados, e indiscutibles, son Francia e Inglaterra por igual, y Alemania. También han sido nombrados Italia y Holanda. No existe diferencia entre los diferentes municipios.

A continuación, comentaremos el gráfico nº 12 sobre los diferentes medios que utilizan los clientes para realizar reservas en estos establecimientos.

**Gráfico 12. Promedio de porcentaje de reservas por los diferentes medios en alojamientos.**



Fuente: Elaboración propia

A partir de estos datos, vemos que las reservas realizadas por teléfono e internet son las que predominan; es decir, por un lado, los clientes fidelizados que lo hacen por teléfono y por otro lado, las reservas de internet, que es el medio por el que se crea la mayor cantidad de clientes nuevos. Las agencias de viajes apenas cobran importancia en la actualidad, al menos en la zona bajo estudio. Y en lo que concierne al 9% que realiza las reservas in situ, en la mayoría de los casos fueron pensiones y campings los que dieron importancia a esta forma de elaborar una reserva.

### 3.3.6 Tarifas de una estancia

Seguidamente, discutiremos las tarifas en diferentes regímenes de manutención por una noche en habitación o estancia doble sencilla, por medio de la tabla nº9 y el gráfico nº13 que se encuentran en la siguiente página del trabajo.

En la tabla nº9 podemos ver la tarifa media de alojamiento según el tipo de establecimiento y el municipio, en este caso, sólo hemos representado en la tabla los datos de los municipios de Laredo y Castro Urdiales, porque la oferta de los otros municipios es mínima, aunque la mencionaremos a continuación.

- En cuanto a los **campings**, vemos que las tarifas son similares, algo más elevadas en el municipio de Laredo.
- Refiriéndonos a los **apartamentos**, los cuáles tan sólo son parte de la muestra en el municipio de Laredo; en temporada alta, que es cuando esta zona recibe la mayor parte de sus visitantes, la tarifa media es 115€/noche para 2 personas, media obtenida entre apartamentos de 1 y 2 llaves con servicios básicos, tal y como vemos en el subcapítulo de infraestructuras.
- Sobre las **posadas cántabras**, las tarifas de éstas son similares en ambos municipios, algo más altas en el municipio de Laredo en temporada baja y media. En esta clasificación, entran en juego el resto de municipios; ambos con tarifas parecidas, en el caso de Colindres 70€ en temporada baja y media, y 82€ en temporada alta, y por otro lado, en Liendo de 65€ a 85€ en las diferentes temporadas.

Seguidamente, comentaremos las tarifas de las pensiones y hostales, y de los hoteles, los dos grupos de alojamientos con mayor presencia en la zona de estudio.

En primer lugar, las **pensiones y hostales**, en Laredo tan sólo ofrecen el régimen de alojamiento, lo mismo ocurre en Colindres; en temporada alta en régimen de alojamiento y desayuno, la tarifa media en Castro Urdiales son 87€, mientras que en Liendo se reduce a 55€ y en Colindres a 65€; en régimen de media pensión, la tarifa media en Casto Urdiales son 128€ mientras que en Liendo 65€. Apreciamos aquí la gran diferencia de tarifas debido a la importancia turística del municipio, es decir, la demanda existente.

Por último, una estancia en **hotel** en Laredo o Castro Urdiales, los dos municipios que tienen oferta hotelera en la zona bajo estudio; lo vemos con mayor precisión en el gráfico nº13. Las tarifas de los hoteles de 3 estrellas de Laredo son prácticamente iguales a las del hotel de 4 estrellas en C.Urdiales, tal y como mencionamos en la introducción del trabajo dichas tarifas se pueden considerar caras comparadas con las de hoteles de mayor categoría y con más servicios en otros municipios.

De igual modo, vemos la escasez de alojamientos que ofrezcan un régimen de manutención mayor que el de sólo alojamiento, como dijimos en el subcapítulo de infraestructuras.

**Tabla 9. Tarifas medias según tipo de alojamiento turístico y municipio.**

	LAREDO									CASTRO URDIALES								
	TEMP. BAJA			TEMP. MEDIA			TEMP. ALTA			TEMP. BAJA			TEMP. MEDIA			TEMP. ALTA		
	SA	AD	MP	SA	AD	MP	SA	AD	MP	SA	AD	MP	SA	AD	MP	SA	AD	MP
CAMPING	55	-	-	80	-	-	95	-	-	55	-	-	55	-	-	80	-	-
APARTAMENTO	68	-	-	85	-	-	115	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
POSADA	60	68	-	70	78	-	80	88	-	50	58	-	50	58	-	80	88	-
PENSION/HOSTAL	48	-	-	48	-	-	57	-	-	46	59	108	52	72	118	65	87	128
HOTEL	60	76	110	72	91	130	106	125	175	57	67	113	59	68	113	85	97	178

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 13. Tarifas medias de una estancia hotelera.**



Fuente: Elaboración propia

### 3.3.7 Valoración de resultados y capacidad de crítica por parte de los responsables de los establecimientos

En esta última sección analizamos la valoración de resultados y el carácter crítico de los responsables encuestados en cuanto a su propio establecimiento y en cuanto, a las acciones influyentes en el sector del municipio correspondiente.

**Gráfico 14. Encuestas de satisfacción al cliente.**



Fuente: Elaboración propia

Basándonos en estos datos, cerca del 60% de los alojamientos no realiza encuestas de satisfacción a los clientes. Estas cifras dan a atender la falta de preocupación por la satisfacción del cliente sobre su servicio, y/o la falta de interés por obtener información para mejorar ese servicio.

Por último, se realizaron dos preguntas abiertas a los establecimientos, la primera para comprobar la capacidad de crítica de los encuestados sobre su establecimiento, qué aspectos creen que deben mejorar, y la otra, sobre las acciones del municipio correspondiente relacionados con el turismo o los turistas en sí.

Empecemos por la primera pregunta. Siete establecimientos afirmaron querer reformarlo por completo, reconociendo la antigüedad de éste, mientras que catorce dijeron que no querían mejorar nada, dejándonos entrever la poca capacidad crítica, ya que siempre existe algo que mejorar. Las restantes trataron diferentes servicios como mejorar el restaurante, las habitaciones, poner ascensor, etc.

Por tanto, el 49% de los encuestados dijeron que no querían ni había nada que mejorar; en contraste a esto, creemos que siempre existe algo que mejorar, así lo vemos por ejemplo en los servicios e instalaciones de éstos, en su índice de calidad, en el conocimiento de idiomas del personal, etc. Y si estos realizaran encuestas de satisfacción al cliente,

conocerían de primera mano que es lo que hay que mejorar y qué servicios son sus puntos fuertes para explotarlos.

En segundo lugar, refiriéndonos a la pregunta sobre las acciones del municipio, tan sólo tres alojamientos afirmaron estar conformes. Entre todas las respuestas, las más repetidas fueron: promocionar más la zona, crear actividades y animación turística, y dar valor a los recursos turísticos de la zona, no sólo el turismo de sol y playa o el cultural.

Por último, la valoración de los resultados del año 2015 comparados con el año 2014: 18 establecimientos o lo que es lo mismo el 62% de la muestra afirmó que los resultados del año 2015 fueron mejores que el año anterior, lo que responde a la leve mejoría de la situación económica, y del turismo.

A continuación, antes de pasar a realizar el análisis de la oferta de restaurantes, vamos a hacer una breve conclusión sobre las características de la oferta de alojamientos turísticos.

- La oferta de alojamientos turísticos es más variada en Laredo que en Castro Urdiales, pero en ambos municipios el mayor montante lo conforman las pensiones. Además, la mayor parte de los hoteles son de 2 y 3 estrellas, los campings de la categoría más baja (2ª) y los apartamentos de sólo 1 o 2 llaves.
- La oferta en número comparado con otros municipios cercanos y similares es muy reducida y por otro lado, el índice de calidad también es en la mayoría de los casos estudiados menor que en otros municipios.
- En lo referente a la antigüedad de la oferta, la mayoría fueron creados en los 60 y en los 90; el 66% de estos sí que han realizado alguna reforma pero hace ya más de 10 años. Por tanto, está claro que es una oferta antigua y poco modernizada.
- Más de 82% de los alojamientos encuestados son establecimientos en propiedad. Y, el 65% de los alojamientos turísticos son empresas de gestión familiar, esta tendencia está presente con mayor fuerza en Laredo.
- Así mismo, el 55% de los establecimientos tienen una capacidad menor a 60 plazas y, a su vez, el 62% tienen una plantilla de personal con menos de 5 empleados.
- En cuanto a la publicidad y promoción, el 100% disponen de página web pero sólo el 55% realiza campañas publicitarias y el 45% pertenece a alguna asociación empresarial.
- Los servicios e instalaciones son muy básicas, por ejemplo, sólo el 14% tiene área infantil, el 17% piscina, y 14% estancias adaptadas. Por otro lado, el 30% oferta media pensión o pensión completa, y el 59% alojamiento y desayuno.

## 4. Capítulo II. Estructura de la oferta de restaurantes en el litoral de la comarca Asón- Agüera

### 4.1 Distribución de la oferta de restauración en base a los datos del ICANE

**Tabla 10. Clasificación de la oferta de restaurantes del litoral de la comarca Asón-Agüera por municipios.**

Municipios	Restaurantes
39020 - Castro-Urdiales	60
39023 - Colindres	10
39035 - Laredo	45
39036 - Liendo	4

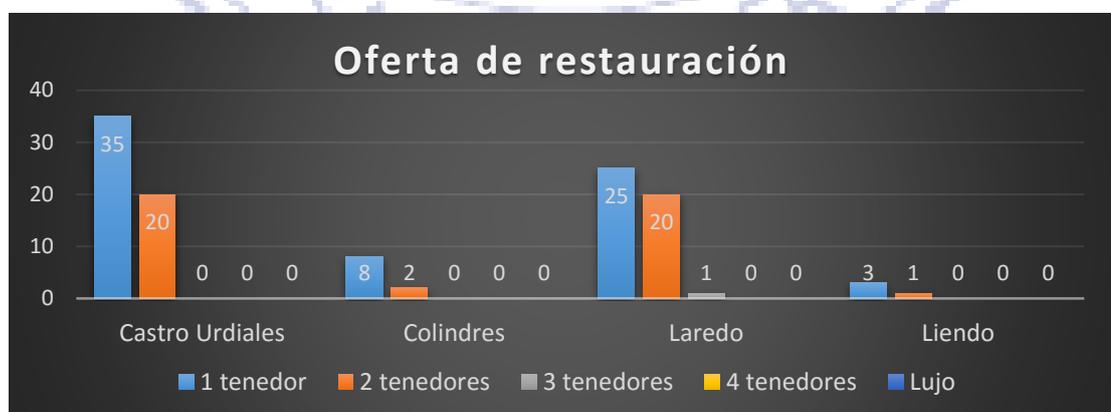
Fuente: Instituto Cántabro de Estadística 2013

Este gráfico está elaborado a partir de los datos del Instituto Cántabro de Estadística, pero su última actualización se llevó a cabo en el año 2013, por esta razón varían estas cifras con respecto a las aportadas por la Dirección General de Turismo de Cantabria, y por eso mismo, no se han utilizado para establecer el universo de la oferta de restauración.

### 4.2 Estructura de la oferta de restaurantes en la zona a estudiar en base a los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria

Esta es la distribución de la oferta de los restaurantes según la Dirección General de Turismo de Cantabria; y la base de nuestra muestra. Las razones por las que hemos elegido estos en vez de las cifras del ICANE son su mayor precisión y actualización. A continuación, exponemos estos datos en una representación gráfica.

**Gráfico 15. Oferta de restauración en la zona bajo estudio.**



Fuente: Elaboración propia, datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.

En este primer gráfico del capítulo podemos ver la oferta de restauración de nuestra zona bajo estudio. La mayor parte se encuentra en los municipios de Laredo y Castro Urdiales; a su vez, el 63% de la oferta está formado por restaurantes de un solo tenedor, la categoría más baja, junto con un 36% de restaurantes de 2 tenedores, y tan sólo existe en la zona un restaurante de tres tenedores, localizado en Laredo.

Al igual que en el caso de los alojamientos turísticos, vamos a calcular el índice de calidad de la oferta de restaurantes en base a los datos expuestos en el gráfico nº15, extraídos de la web de la Dirección General de Turismo de Cantabria. A continuación expondremos la fórmula y los cálculos correspondientes.

$$(\text{Rest.1 tenedor} \times 1) + (\text{Rest.2 tenedores} \times 2) + (\text{Rest.3 tenedores} \times 3) + (\text{Rest.4 tenedores} \times 4) + (\text{Rest.lujo} \times 5) = \text{resultado} / \text{total restaurants} = \text{índice de calidad}$$

$$\text{Laredo: } (25 \times 1) + (20 \times 2) + (1 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5) = 68 / 46 = 1,48$$

$$\text{C.Urdiales: } (35 \times 1) + (20 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5) = 75 / 55 = 1,36$$

$$\text{Liendo: } (3 \times 1) + (1 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5) = 5 / 4 = 1,25$$

$$\text{Colindres: } (8 \times 1) + (2 \times 2) + (0 \times 3) + (0 \times 4) + (0 \times 5) = 12 / 10 = 1,2$$

El rango del índice de calidad comprende del 1 al 5, de menor a mayor calidad o categoría. Tal y como vemos en los cuadros de cálculo, ninguno de los índices de calidad supera si quiera el 1,5, que reduciéndolo a notas no llega a un 3 de 10, por tanto, con las cifras lo decimos todo, no tenemos nada que añadir.

### 4.3 Características de la oferta de restauración en la zona bajo estudio, a partir de los datos obtenidos en el trabajo de campo

En este subcapítulo procedemos a analizar la oferta de restauración y definir sus características, basándonos en las respuestas obtenidas, expuestas en la "Metodología" del trabajo.

#### 4.3.1 Tipos de restaurantes y su antigüedad

**Tabla 11. Tipos de restaurantes en los diferentes municipios**

Municipio	Castro Urdiales	Colindres	Laredo	Liendo	% Total	Total general
<b>especializado</b>	10,64%	4,26%	14,89%	0,00%	<b>29,79%</b>	<b>14</b>
<b>tradicional</b>	34,04%	6,38%	25,53%	4,26%	<b>70,21%</b>	<b>33</b>
<b>gourmet</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Comida rápida</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Total general</b>	<b>44,68%</b>	<b>10,64%</b>	<b>40,43%</b>	<b>4,26%</b>	<b>100,00%</b>	<b>47</b>

Fuente: Elaboración propia.

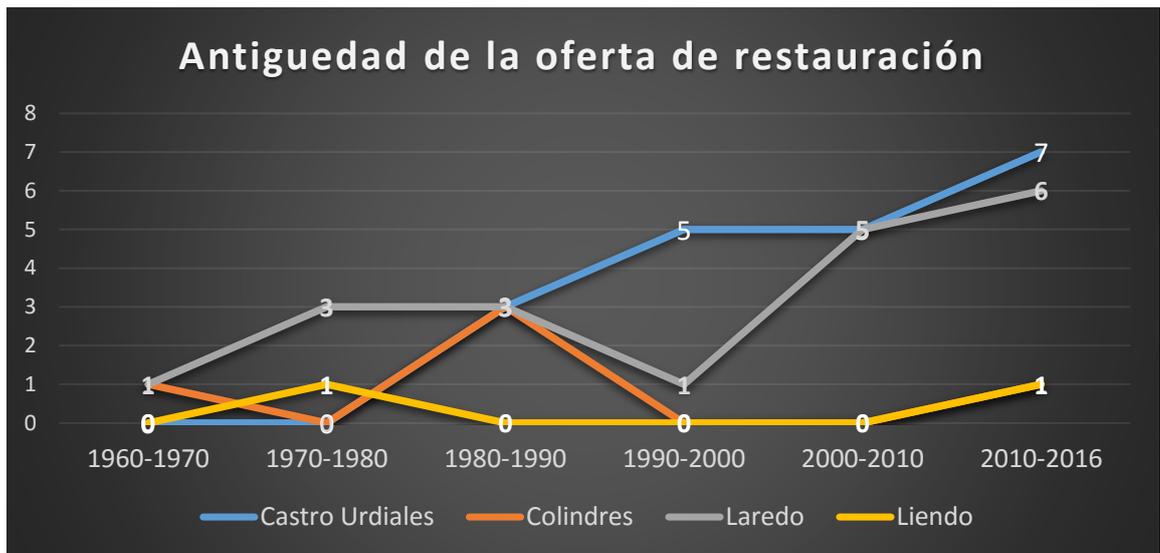
En la tabla nº11 se presentan los diferentes tipos de restaurantes y su presencia en la zona bajo estudio; según las respuestas obtenidas, más del 70% de los restaurantes son tradicionales, y el 30% restante lo constituyen restaurantes especializados; siendo villas pesqueras es de destacar que tan sólo 3 restaurantes hayan afirmado su especialización en mariscos y pescados, y otros 2 en arroces.

Además de estos datos, vemos que el 63% son restaurantes de 1 tenedor. A partir de estas cifras, podemos decir que la oferta de restauración no es muy variada, ni especializada o de alta restauración.

En lo que se refiere al contenido de la oferta culinaria: un 38% de los restaurantes encuestados tienen una carta con platos regionales, 23% de estos tienen una oferta culinaria nacional, 28% afirmaron tener tanto platos regionales como nacionales y, tan sólo, un 11% son internacionales; italianos, chinos y japoneses.

En el siguiente gráfico representamos la antigüedad de la oferta de restauración según los diferentes municipios.

**Gráfico 16. Antigüedad de la oferta de restaurantes por municipios.**



Fuente: Elaboración propia.

Con este gráfico nº16, comprobamos que la oferta de restauración es mucho más reciente que la oferta de alojamientos turísticos; el pico más alto se encuentra en los últimos seis años. Probablemente en los últimos años muchos negocios de restauración han cerrado y se han ido abriendo nuevos restaurantes, que son los que aparecen en este gráfico, ya que no son restaurantes de nueva construcción, se trata de la fecha de apertura del negocio.

#### 4.3.2 Funcionamiento del establecimiento

En primer lugar, vamos a tratar el periodo de apertura de estos establecimientos de restauración.

**Tabla 12. Periodo de apertura de los restaurantes.**

Periodo de apertura	% establecimientos	Número de establecimientos
todo el año	93,62%	44
verano y semana santa	4,26%	2
Otro	2,13%	1
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	<b>47</b>

Fuente: Elaboración propia

Basándonos en estos datos, aproximadamente el 94% de los restaurantes de la zona bajo estudio abren todo el año, mientras que sólo un 6% de estos tiene su actividad limitada a la temporada estival.

Seguidamente, expondremos el funcionamiento de estas empresas en lo que se refiere a publicidad, promoción y pertenencia a asociaciones.

**Gráfico 17. Promoción y publicidad de los restaurantes.**



Fuente: Elaboración propia

Basándonos en la información del gráfico nº17, la actividad más llevada a cabo entre estos establecimientos para la promoción de sus negocios son las campañas publicitarias mediante diferentes medios, los cuales son en un 70% de los casos realizados por radio, en un 21% de los casos mediante folletos, y tan sólo en un 9% por internet, en ningún caso mencionaron hacer campañas por televisión o en ferias.

Con respecto a la pertenencia de asociaciones, 40 de los 47 restaurantes encuestados, o lo que es lo mismo, el 85%, afirmó no pertenecer a ninguna asociación empresarial; el porcentaje que sí, pertenecen a la Asociación empresarial de hostelería de Cantabria y a la asociación empresarial Acelar de Laredo.

Para concluir este subcapítulo, analizaremos el número de empleados de estos establecimientos y la presencia familiar entre éstos; comprobaremos cuáles de estos establecimientos son de gerencia familiar.

**Tabla 13. N° de empleados de los establecimientos de restauración.**

Nº de empleados	Nº de establecimientos	% de establecimientos
Entre 1 y 2 empleados	0	0%
Entre 3 y 5 empleados	35	74,47%
Entre 6 y 8 empleados	9	19,15%
Más de 8 empleados	3	6,38%

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla nº13, apreciamos que la mayor parte de la oferta de restauración de la zona está formada por establecimientos con una plantilla de entre 3 y 5 empleados, concretamente el 74,47%, por ello, entendemos que serán restaurantes con una capacidad reducida, aspecto que veremos en adelante.

**Gráfico 18. Presencia familiar entre la plantilla de los restaurantes**



Fuente: Elaboración propia

Según las cifras representadas en el gráfico 18, el 66% de los establecimientos de restauración de la zona bajo estudio son de gestión familiar, mientras que el 34% restante no lo son, por lo tanto, podríamos decir que se caracterizan por ser negocios familiares mayoritariamente.

#### 4.3.3 Servicios e infraestructuras

A continuación analizaremos las características de los restaurantes: su localización, la capacidad, los servicios, conocimiento de idiomas y cartas traducidas, siendo éste último, un aspecto importante para una zona turística como ésta, por la que pasan muchos extranjeros, especialmente gracias al camino del norte.

En primer lugar, la ubicación de los establecimientos: 55,32% de los restaurantes se encuentran en zona urbana, 36% en zona de playa o costa, y el 9% restante se encuentran en una zona rural.

En segundo lugar, el tamaño o la capacidad de estos establecimientos. Hemos visto que el 74% de los establecimientos encuestados tienen entre 3 y 5 empleados, lo que significa que son establecimientos pequeños, y lo confirmamos con la siguiente tabla.

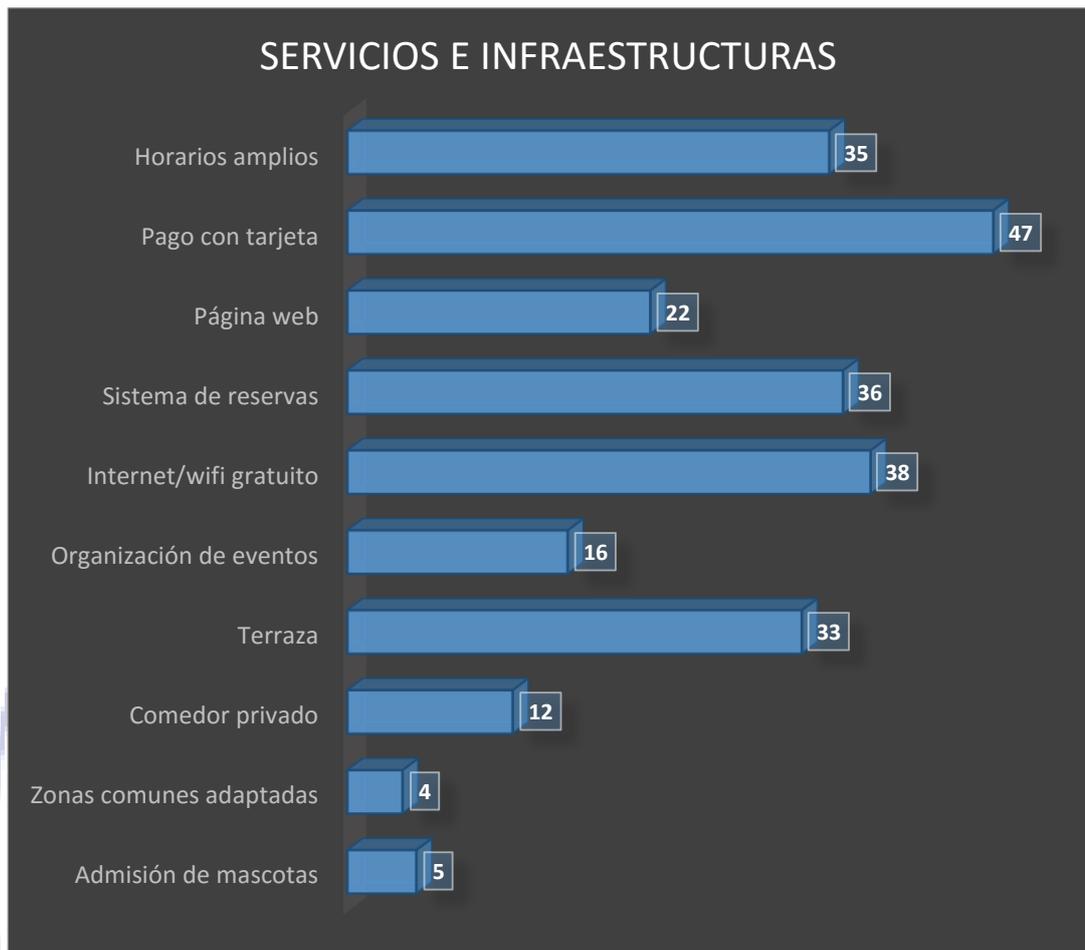
**Tabla 14. Capacidad de los restaurantes.**

Capacidad del establecimiento	Nº de establecimientos	% del total de establecimientos
<50	18	38,30%
50-100	22	46,81%
101-200	6	12,76%
>200	1	2,13%

Fuente: Elaboración propia

El 85% de los restaurantes tienen un aforo para menos de 100 personas, confirmando lo que acabamos de mencionar, relacionado a su vez con el alto porcentaje de establecimientos de gestión familiar, expuesto anteriormente.

**Gráfico 19. Servicios e infraestructuras de los restaurantes.**



Fuente: Elaboración propia.

En este último gráfico se muestran algunos de los servicios e infraestructuras posibles de un restaurante. Todos los restaurantes encuestados tienen el servicio para pagar con tarjeta; y la mayoría de ellos cuentan con terraza, wifi gratis, sistema de reservas, y horarios amplios. A pesar de tener wifi y posibilidad de pagar con tarjeta, menos de la mitad tienen una página web, lo que significa que no están del todo introducidos en la tecnología actual.

Por otro lado, tan sólo el 10% de los casos tienen un área infantil, están adaptadas para minusválidos y/o admiten mascotas.

Tal y como hemos dicho, hemos estudiado el tema de los idiomas, un servicio importante. A continuación, expondremos la información obtenida en una representación gráfica.

**Gráfico 20. Personal con conocimiento de idiomas.**



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico 20, vemos que el 72% de los establecimientos encuestados no tienen personal o ellos mismos, los responsables, no hablan otros idiomas, una cifra bastante mala, tal y como dijimos en la introducción. El porcentaje restante, 28%, formado por los restaurantes que sí tienen empleados que se comuniquen en otros idiomas, en la mayoría de los casos afirmaron que no todos ellos y que tenían un nivel básico.

**Gráfico 21. Cartas traducidas.**



Fuente: Elaboración propia

En este otra gráfico 21, podemos ver cuántos de estos restaurantes poseen cartas traducidas a otros idiomas. Después de haber visto que apenas el 28% de los restaurantes tienen empleados con conocimiento de idiomas, es de esperar que al menos tengas las cartas traducidas, para que el cliente de esta manera sepa qué pedir, pero nos encontramos con

unas cifras muy parecidas. El 74% de los casos no tiene cartas en otros idiomas, y tan sólo el 26% si las tiene. Es más, es de destacar que la mitad de los restaurantes que afirmaron disponer de empleados con conocimiento de idiomas, afirmaron no tener las cartas traducidas, lo que resulta extraño.

#### 4.3.4 Oferta, tarifas

A continuación, haremos un análisis de la oferta de estos restaurantes, y sus tarifas. Como ya explicamos anteriormente, concretamente en el marco legal de los restaurantes, la oferta culinaria obligatoria de los restaurantes es la carta y el menú del día, pero existen otras formas de comercializar, como por ejemplo menús especiales o menús infantiles.

En primer lugar, el menú especial: el 70,2% de los restaurantes sí dispone de menús especiales. Y el menú infantil, en cambio tan sólo lo oferta el 38,3%.

**Tabla 15. Promedio de tarifas de los diferentes menús de restauración en diferentes momentos del año.**

	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
	Entre semana	Fin de semana	Entre semana	Fin de semana
<b>Menú del día</b>	12,76€	13,9€	14,65€	15,9€
<b>Menú especial</b>	21,65€	21,65€	23,19€	23,19€

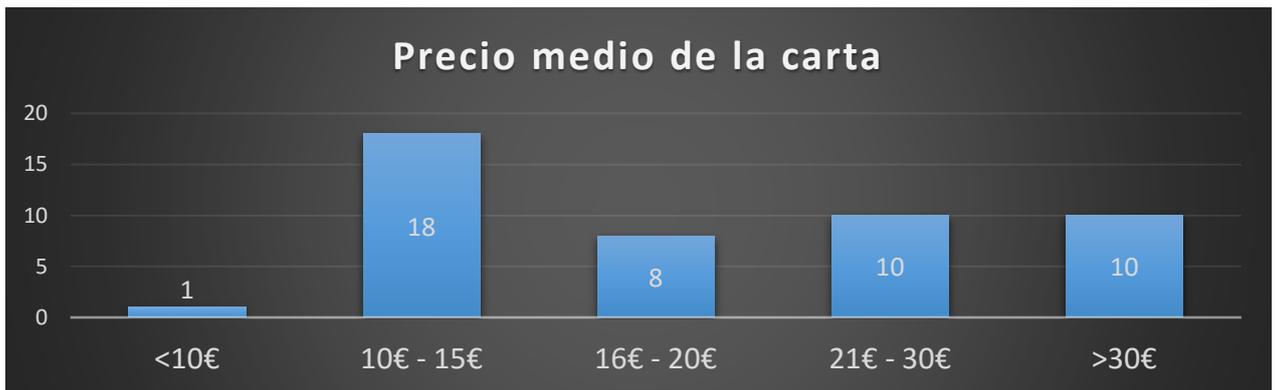
Fuente: Elaboración propia

Con esta tabla 15, conocemos los precios medios tanto del menú del día como de los menús especiales en las diferentes temporadas del año. Comencemos hablando del menú del día: el cambio de precio no es muy grande, pero existe; el menú del día en temporada baja durante la semana es 12,76€ mientras que en verano entre semana nos costaría 15,9€, es decir, 3 euros de diferencia, un aumento de precio entendible, resultado del aumento de demanda.

En lo que se refiere a los menús especiales, la diferencia de precio entre temporadas es muy pequeña, apenas de 1,5 euros; entendemos que debido a que el precio es más elevado que el del menú del día, no es fácil subir el precio sin perder clientes de ese menú.

Para concluir, lo que queríamos ver con esto es si cambian los precios a pesar de ser la misma oferta, lo cierto es que sí, pero hemos de decir que el aumento es coherente.

## Gráfico 22. Precio medio de la carta en los restaurantes



Fuente: Elaboración propia.

En relación al precio medio de la carta, la mayor parte de los restaurantes tienen una carta con un precio medio por comensal de entre 10€ y 15€, digamos que es un precio económico, similar al de un menú del día. Pero, si sumamos los restaurantes con un precio medio de más de 30€ y los que tienen un precio entre 21-30€ el peso es algo mayor que los de entre 10-15€. Aun así, podríamos decir que los restaurantes tienen una oferta variada, en lo que se refiere a las tarifas de una comida de carta.

### 4.3.4 Valoración de resultados

En este último subcapítulo, únicamente veremos el balance de resultados de los restaurantes que respondieron a nuestra encuesta y su capacidad de crítica en cuanto a su negocio.

Al igual que en el capítulo de alojamientos, la mayoría de los establecimientos afirman que los resultados del año 2015 han sido mejores que el año anterior, y del mismo modo, lo relacionamos de nuevo con la leve mejoría de la economía y así mismo del turismo en nuestra zona.

Para finalizar, hablemos de las críticas que los responsables nos han hecho sobre sus establecimientos. El 83% de los restaurantes encuestados dijeron que no quieren cambiar nada de sus establecimientos o de los servicios que este ofrece. Con esto quieren decir que no quieren tener cartas traducidas a otros idiomas, no quieren mejorar el servicio de su personal o hacer una página web, o promocionar más el negocio, es decir, todos los aspectos que hemos visto durante este capítulo que se podrían mejorar.

El porcentaje restante, que sí desea mejorar, mencionó cosas como: aprender inglés, traducir las cartas, reformar o ampliar el establecimiento, promocionar más el negocio. Todos

estos aspectos son esperanzadores pero deberían haberlos reconocido muchos más responsables de estos restaurantes, no únicamente 8 de 47 restaurantes.

A continuación, y para finalizar, realizaremos una breve reseña sobre las características de la oferta de restauración que hemos visto a lo largo del capítulo.

- Más del 70% de los restaurantes encuestados son tradicionales, frente al 30% especializado, tan sólo 3 restaurantes están especializados en mariscos y 2 en arroces. En lo que se refiere a la categoría de éstos (véase gráfico nº15,), el 63% tan sólo tiene un tenedor, el 36% dos tenedores y tan sólo un restaurante tiene 3 tenedores y otro pertenece al Club de Calidad; aunque es una clasificación que no está en vigor, la oferta no es muy rica.
- La oferta de restaurantes es más reciente que la de alojamientos, aunque todavía perduran restaurantes abiertos entre los sesenta y los noventa.
- El 94% de los establecimientos abre durante todo el año.
- En lo que se refiere a la promoción de los restaurantes, el 80% no pertenece a ninguna asociación empresarial y sólo el 37% hace campañas publicitarias, en la mayoría de los casos mediante la radio o folletos.
- El 85% tienen una capacidad o aforo para menos de 100 comensales, así mismo, el 75% cuenta con una plantilla con entre 3 y 5 empleados; por tanto, al igual que en el caso de los alojamientos, existe una tendencia a restaurantes pequeños, con poco personal y también, de gestión familiar, concretamente el 66%.
- Refiriéndonos a los servicios e instalaciones de éstos, menos del 10% ofrece zonas adaptadas, admiten mascotas, y/o área infantil. Por otro lado, los más ofertados son el pago con tarjeta, los horarios amplios, wifi o sistema de reservas.
- El 72% de los restaurantes no tiene personal con conocimiento de idiomas y el 74% no ofrece cartas traducidas.
- En cuanto a su oferta culinaria, el 70% tiene menús especiales y el 38% menús infantiles, a parte de la carta y el menú del día.

## 5. Conclusiones y propuestas

---

En primer lugar, hemos de subrayar la falta de información actualizada y sobre todo de información cualitativa sobre la oferta de alojamientos y restaurantes. Primeramente encontramos que los datos del ICANE fueron actualizados por última vez en el año 2011 y no abarca todas las clasificaciones vigentes de alojamientos turísticos en Cantabria. Por otro lado los datos de la Dirección General de turismo de Cantabria parecen ser actualizados cada 15 días (según ellos nos hicieron saber) pero a lo largo de la realización del trabajo de campo hemos visto muchos restaurantes y alojamientos turísticos cerrados permanentemente como por ejemplo El Hotel Miramar de Castro Urdiales que todavía se encuentran en los listados del Gobierno de Cantabria, lo que puede generar cierta desconfianza en el turista sobre nuestra organización turística.

Es perfectamente entendible que los folletos y listados impresos no estén actualizados, ya que supone un gasto innecesario tanto económico, como de recursos, pero la página web es diferente; es más, afirman que son listas actualizadas cada dos semanas pero no lo están.

Por otro lado, la información aportada sobre estos establecimientos no siempre está acorde con la realidad, en lo que se refiere a la categoría y/o clasificación; además creemos que es insuficiente.

- **PROPUESTA:** Lo más importante es que la Administración pública haga entender a los establecimientos la relevancia de la imagen que se aporta sobre nuestros destinos turísticos al turista; como hemos expuesto en la introducción del trabajo el destino turístico envuelve muchos aspectos, entre ellos, estas infraestructuras, por ello la información aportada por parte del Gobierno de Cantabria ha de ser correcta y estimuladora; no sólo en las páginas web propias de estos establecimientos.

Una vez éstos conozcan las ventajas de estos hechos, una opción es mandar un formulario detallado periódicamente a rellenar por los establecimientos y volcar estos datos acompañados de imágenes a la página web; manteniendo así la información actualizada y estimulando al turista que se interese.

Es de destacar el vacío legal existente en la regulación de la actividad de los restaurantes, la antigua orden databa del 1965 y fue derogada en el año 2010; por lo que ya son seis años sin ningún tipo de regulación, un hecho que mencionaron varios responsables de los restaurantes encuestados.

- PROPUESTA: En la actualidad es muy conocida y valorada la guía y las famosas estrellas Michelin, y estamos de acuerdo con que aporta valor, pero tanto nosotros como muchas personas que se dedican a esta actividad consideran totalmente necesario la creación de una nueva ley que regule sus negocios; que un sector económico como la restauración, de gran importancia para nuestra comunidad autónoma, carezca de regulación, creemos que demuestra una vez más falta de organización y conciencia de su importancia, por parte de la administración.

En cuanto a la distribución y diversidad de la oferta de alojamientos y restaurantes en el litoral de la comarca turística Asón-Agüera, Laredo y Castro Urdiales conforman en ambos casos más del 80% de la oferta total.

Refiriéndonos a los establecimientos de alojamiento turístico, la oferta es un poco más variada en el municipio de Laredo; las pensiones y los hoteles son los dos tipos de alojamientos predominantes. Tan sólo existe un hotel de 4\* en la zona bajo estudio, el Hotel Las Rocas de Castro Urdiales, y ninguno de 5\*; el mayor peso lo constituyen los hoteles de 2\*. En relación a los campings, todos ellos son de la categoría más baja, y los apartamentos turísticos de 1 o 2 llaves, no hay ni uno de 3 o 4 llaves.

Por tanto, el índice de calidad de la oferta de hoteles, campings y apartamentos es baja, no llegando al aprobado justo en la mayoría de los casos y comparándolo con municipios cercanos de características turísticas similares, en la mayoría de los casos se queda por debajo, tal y como se puede ver en el apartado 3.2 del trabajo.

También se ve superada en número por estos otros municipios, por tanto, tanto en categoría como en número tiene ávidos competidores como por ejemplo Noja, Suances, Comillas y Ribamontán al Mar.

Lo mismo ocurre con la oferta de restaurantes, el 63% son restaurantes de un solo tenedor, el 36% restante son de dos tenedores; tan sólo hay un restaurante de 3 tenedores (El Cachupín de Laredo) y un restaurante en la guía del Club de Calidad Cantabria Infinita (La

Plaza Laredo). Menos del 30% de estos establecimientos están especializados, entre los encuestados solo hay 3 marisquerías y 2 de arroces.

- PROPUESTA: Es cierto que la variedad existente en cuanto a alojamientos turísticos es correcta, existen alojamientos rurales, hoteleros, extrahotelero, campamentos, etc., pero la categoría de éstos es baja y la oferta no es abundante. Se podría fomentar y ayudar a la creación de empresas de calidad tanto alojamientos como restaurantes y, para ello, ha de renovarse la oferta turística, promover otros tipos de turismo, no sólo el turismo de sol y playa y así, atraer diferentes nichos de mercado y desestacionalizar levemente el turismo de la zona.

Tanto Laredo como Castro Urdiales son villas milenarias con una oferta cultural muy rica. Tienen un patrimonio natural envidiable para la realización de rutas de montaña y/o deportes de invierno, además de estar cercanos al Parque natural Asón-Agüera.

Castro Urdiales posee un patrimonio arqueológico muy poco conocido, un producto que se debería explotar, atrayendo así nuevos nichos de mercado. Muchos de los establecimientos encuestados afirmaron estar desconformes con la publicidad de la zona, ya que se centran únicamente en el turismo de sol y playa y no se publicita lo suficiente fuera de la comunidad autónoma.

Hablando de las características internas de esta oferta de alojamientos y restaurantes, comencemos por su antigüedad.

La mayor parte de los alojamientos fueron creados en la década de los sesenta y en los noventa en Laredo, mientras que en Castro Urdiales pocos abrieron en los setenta, la mayoría son de los años noventa, esto se debe al boom turística de Laredo en aquellos tiempos. Tanto en Colindres como en Laredo los alojamientos son de los últimos quince años, ya que nunca han tenido una fuerte actividad turística.

Una vez confirmada la antigüedad de estos establecimientos, comprobamos si estaban renovados, y ciertamente el 66% ha realizado alguna reforma desde su apertura, pero las llevaron a cabo entre 1990 y 2010, por lo que probablemente necesiten otro lavado de cara y aún existe un 34% del total de alojamientos turísticos sin ninguna reforma.

A diferencia de éstos, la mayor parte de restaurantes presentes en estos cuatro municipios se han abierto a partir del año 2010, esto puede estar ocasionado por el cierre de muchos debido a la crisis y la consiguiente apertura de éstos. Aunque hemos de decir que

entre los restaurantes encuestados encontramos restaurantes abiertos desde los sesenta a los noventa.

El 83% de estos establecimientos de alojamiento turístico son propiedad de sus responsables; un aspecto relacionado estrechamente con la capacidad/ tamaño de estos y la gerencia familiar de éstos.

Más del 55% de los alojamientos turísticos tienen una capacidad menor a 60 plazas, así mismo, el 62% cuenta con menos de 5 personas trabajando frente a un 35% con entre 6 y 10 empleados. Y más del 65% son empresas de gestión familiar, por lo tanto, predominan los alojamientos turísticos pequeños, familiares y, en propiedad.

Pero existe una diferencia en esta tendencia entre los municipios de Laredo y Castro Urdiales, en Laredo 9,3 de cada 10 alojamientos son de gestión familiar, mientras que, en Castro Urdiales 4,5 de cada 10 lo son.

En los restaurantes ocurre lo mismo, el 85% de ellos tienen un aforo para menos de 100 comensales, el 75% tiene entre 3 y 5 empleados y el 66% son negocios familiares, por lo que una vez más predominan estas características internas.

En lo que se refiere al periodo de apertura, la estacionalidad es mucho más clara en el servicio de acomodación, el 55% de los alojamientos encuestados abre todo el año frente a un 94% de restaurantes.

- PROPUESTA: Todas estas características internas tan presentes tanto en la oferta de alojamientos turísticos como en la oferta de restaurantes en la zona bajo estudio nos llevan de nuevo a la propuesta anterior, donde sugerimos fomentar la creación de empresas de calidad, diferentes; pero para ello es necesario promover nuevos tipos de turismo y nichos de mercado para reavivar la demanda.

En todos los casos sería de gran ayuda y facilitaría el proceso la creación de subvenciones para reformar y/o crear una renovada y especializada oferta.

El conocimiento de idiomas supone un problema principalmente en las empresas de restauración, pero también en los alojamientos turísticos.

En los alojamientos encuestados, el 76% dispone de algún empleado que hable inglés, un 48% que hable francés y un 10% alemán. Es de destacar que aunque el 76% afirmaron poder hablar inglés, también dijeron que no todo el personal lo hace y que un nivel básico. Según los datos conseguidos con el trabajo de campo, los países que más visitan estos

establecimientos son Inglaterra, Francia, Alemania e Italia; ninguno de los encuestados menciona tener algún empleado que hable italiano.

Pero esta situación es más grave en los restaurantes, el 72% no tiene ningún empleado que hable otro idioma y el 74% no ofrece cartas traducidas, perdiendo un gran nicho de mercado

- PROPUESTA: El conocimiento de idiomas es un servicio que aporta calidad a la atención al cliente y atrae a un nicho de mercado potencial en la zona, ya que el 24% de los clientes son extranjeros, según los datos de las encuestas realizadas.

Por tanto, las empresas deberían saber las oportunidades que pierden por su desconocimiento de idiomas y la Administración podría plantearse fomentar más la preparación lingüística de alguna manera, como por ejemplo, subvencionar cursos de idiomas y ayudar a la traducción de las cartas, en el caso de los restaurantes.

¿Podría considerarse obligatorio cierta formación idiomática y profesional para los empleados de este tipo de establecimientos? Sería un punto a favor para nosotros los profesionales del sector y para los clientes que recibirían la atención debida en todos los casos.

Los servicios e instalaciones de los alojamientos turísticos son muy básicos en la mayoría de ellos. Es un destino turístico al que acuden muchas familias, sin embargo tan sólo 4 alojamientos tienen área infantil (todos ellos son campings), uno ofrece guardería, 5 piscina y 1 spa, etc. Con esto queremos decir que estos servicios actúan como estimuladores del cliente y la mayoría no ofrecen nada diferente, de esta manera están perdiendo clientes que se van a otros municipios cercanos como Noja por ejemplo tal y como vimos en el desarrollo del correspondiente capítulo, ya que no sólo tienen un abanico de servicios más completo, sino que los precios son más económicos.

En el tema de la accesibilidad, tan sólo 4 alojamientos de los 29 encuestados ofrecen estancias adaptadas; es una cifra muy reducida, sobre todo teniendo en cuenta que según el decreto 64/2013, del 7 de noviembre, por el que se modifica el 81/2010, del 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos hoteleros, todos los hoteles y hoteles-apartamentos deben de tener estancias adaptadas.

- **PROPUESTA:** Por todo ello, de nuevo recomendamos y consideramos muy importante la mejora de estos establecimientos, los cuales en la actualidad están anticuados, y no destacan ni por su categoría ni por sus servicios. Estos establecimientos han de ser conscientes de los beneficios a largo plazo de la renovación y la creación de nuevas instalaciones en sus alojamientos.

Todas estas características y problemáticas apoyan las especulaciones que se hicieron en la introducción de este trabajo y los resultados del estudio de la empresa SocialVane, también expuesto en la introducción, sobre el cual la costa de Cantabria tiene el tercer índice de reputación por la cola de entre 21 costas españolas.

En relación a la promoción y publicidad de estos establecimientos, es cierto que el 100% de los alojamientos turísticos tienen una página web propia pero el 41% de estos no hace uso de las redes sociales para su promoción, perdiendo grandes posibilidades, ya que internet es el mejor escaparate actual para estas empresas y a coste cero.

También el 41% de estos no realiza ninguna campaña publicitaria, el porcentaje restante que si las realiza, prefiere hacerlas mediante radio y folletos que por internet.

Además sólo el 47% de los restaurantes tiene página web.

- **PROPUESTA:** Todas estas empresas deberían conocer la importancia de disponer de una página web y del uso de las redes sociales e internet para promocionarse a coste cero. Por ello, consideramos de gran ayuda para estos empresarios que se subvencionen cursos para la realización de una página web y el uso de nuevas tecnologías: por otro lado, se podría facilitar información vía correo postal o mail, supondría un coste menor pero la Administración y menos esfuerzo para los empresarios.

De hecho, debemos mencionar la subvención ya existente.- ORDEN CUL/14/2006- Subvenciones a las empresas turísticas para inversión en tecnología

La pertenencia a asociaciones empresariales, entre ellas La Asociación empresarial de Hostelería de Cantabria, no es un acto muy difundido entre los restaurantes y alojamientos encuestados, sólo el 45% de los alojamientos y el 15% de los restaurantes pertenecen a alguna. Muchos de los alojamientos que no pertenecen a ninguna en la actualidad me hicieron saber que un tiempo sí que formaban parte de ésta, pero no les aportaba ningún servicio, ni beneficio, por ello dejaron de serlo.

## ANÁLISIS MATRIZ DAFO

	ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
	Debilidades	Amenazas
<b>FACTORES NEGATIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja categoría de sus alojamientos y restaurantes/ índice de calidad bajo.</li> <li>• Falta de servicios y antigüedad de los establecimientos.</li> <li>• Alojamientos pequeños de gestión familiar tradicional.</li> <li>• Falta de preparación lingüística del personal.</li> <li>• Falta de accesibilidad.</li> <li>• Uso de reducido de internet como escaparate publicitario.</li> <li>• Falta de preocupación y conciencia sobre los problemas y posibles mejoras por parte de los responsables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estacionalidad de la oferta.</li> <li>• Precios más competitivos en destinos cercanos.</li> <li>• Servicios e instalaciones especializadas en otros destinos.</li> <li>• Proceso de obsolescencia.</li> <li>• Cambios en los gustos y necesidades de los clientes.</li> <li>• Necesidad de una total aplicación de las TIC's para la gestión y promoción de los negocios.</li> <li>• Decadencia de la oferta existente.</li> </ul>
	<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>FACTORES POSITIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio natural, cultural, y arqueológico.</li> <li>• Situación privilegiada entre dos ciudades y entre el mar y la montaña.</li> <li>• Variedad en cuanto al tipo de acomodación: campings, apartamentos, hoteles, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer paquetes culturales y visitas arqueológicas</li> <li>• Camino del norte, Patrimonio de la humanidad – afluencia de peregrinos extranjeros.</li> <li>• Explotar las posibilidades y dirigir la promoción/oferta hacia los usuarios del Puerto deportivo de Laredo, Salón Náutico 2016, los cursos de verano de la UC, el torneo internación de vóley Laredo, etc.</li> <li>• SUB.- ORDEN CUL/14/2006. Subvenciones a las empresas turísticas para inversión en tecnología.</li> <li>• Cursos de formación en idiomas subvencionados para empresarios.</li> </ul>

## 6. Referencias

---

- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 95/2002, de 22 de agosto, de Ordenación y Clasificación de Campamentos de Turismo en Cantabria*. BOC NUM.170. En <http://boc.cantabria.es/boces/verAnuncioAction.do?idAnuBlob=39757>  
(Último acceso Enero 2016)
- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 19/2014, de 13 de marzo, por el que se modifica el Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria*. BOC NUM.56. En <https://boc.cantabria.es/boces/verAnuncioAction.do?idAnuBlob=264776>  
(Último acceso Enero 2016)
- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 64/2013, de 7 de noviembre, por el que se modifica el Decreto 81/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos hoteleros en el ámbito de la comunidad autónoma de Cantabria*. BOC NUM.224. En [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/CCAA/516868-d-64-2013-de-7-nov-modifica-el-d-81-2010-de-25-novi-establecimientos-hoteleros.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/516868-d-64-2013-de-7-nov-modifica-el-d-81-2010-de-25-novi-establecimientos-hoteleros.html)  
(Último acceso Enero 2016)
- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 141/2015, de 1 de octubre, por el que se regulan los albergues turísticos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria*. BOC NUM.195. En <http://boc.cantabria.es/boces/verAnuncioAction.do?idAnuBlob=292019>  
(Último acceso Enero 2016)
- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 83/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria*. BOC NUM.235. En [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/CCAA/ct-d83-2010.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ct-d83-2010.html)  
(Último acceso Enero 2016)
- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria*. BOC NUM.235. En <https://boc.cantabria.es/boces/verAnuncioAction.do?idAnuBlob=191792>  
(Último acceso Febrero 2016)

- Boletín Oficial de Cantabria. *Decreto 81/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos hoteleros en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria*. BOC NUM. 235. En [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/CCAA/ct-d81-2010.html](http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ct-d81-2010.html) (Último acceso Febrero 2016)
- Boletín Oficial del Estado. *Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria*. BOC NUM.110. En <https://www.boe.es/boe/dias/1999/05/08/pdfs/A17403-17416.pdf> (Último acceso Febrero.2016)
- Boletín Oficial del Estado. *Orden de 17 de marzo de 1965 por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes*. BOE NUM.75. en <https://www.boe.es/boe/dias/1965/03/29/> (Último acceso Marzo.2016)
- Boletín Oficial del Estado. *Real Decreto 39/2010, de 15 de enero, por el que se derogan diversas normas estatales sobre acceso a actividades turísticas y su ejercicio*. BOE NUM.30. En [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-1704](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-1704) (Último acceso Mayo 2016)
- Cámara Cantabria. "Zonas de gran afluencia turística" en [http://www.camaracantabria.com/comercio\\_interior/zonas\\_gran\\_afluencia\\_turistica.php](http://www.camaracantabria.com/comercio_interior/zonas_gran_afluencia_turistica.php) (Último acceso Marzo.2016)
- CASTANO, VICTOR.J. "España es el número uno del mundo en relación calidad precio según los hoteleros" en <http://www.rtve.es/noticias/20130131/espana-numero-uno-del-mundo-relacion-calidad-precio-segun-hoteleros/605903.shtml> (Último acceso Marzo.2016)
- Club de Calidad Cantabria Infinita. [www.clubcalidadcantabriainfinita.es](http://www.clubcalidadcantabriainfinita.es) (Último acceso Marzo 2016)
- EL DIARIO MONTAÑÉS. <http://www.cantabria102municipios.com/oriente/oriente.htm> (Último acceso Febrero 2016)
- FORTEA, José Ignacio (2002). *Transiciones. Castro Urdiales y las Cuatro Villas de la Costa de la Mar en la Historia*. Santander. Universidad de Cantabria
- FUNDACIÓN SANTILLANA (1992). *Valles y Comarcas de Cantabria 8.Zona Oriental*. Santillana del Mar: Fundación Santillana.
- GEARING, C.E., WILLIAM, W.S., VAR.T. (1974) "Establishing a Measure of touristic attractiveness" *Journal of Travel Research*, Nº22, pp 1-8
- GOBIERNO DE CANTABRIA a través de la Conserjería de Turismo, Cultura, Turismo y Comercio (2003). *Laredo, Castro Urdiales y La Costa Oriental*. Cantabria. Gobierno de Cantabria.

- HUETE, Raquel.(2007) "La experiencia turística y la autenticidad" en <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DzyIt93w2SsJ:personal.ua.es/es/r-huete/documentos/-gestadm/la-experiencia-turistica-y-la-autenticidad.pps+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=es> (Último acceso Marzo.2016)
- ICANE. "Ficha municipal Laredo" En [http://www.ican.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=8bba2bc5-31f9-4cd6-b346-3fff9b41f6e9&groupId=10138](http://www.ican.es/c/document_library/get_file?uuid=8bba2bc5-31f9-4cd6-b346-3fff9b41f6e9&groupId=10138). (Ultimo acceso Febrero.2016)
- ICANE. "Población vinculada." en <http://www.ican.es/data/census-linked-population#timeseries> (Último acceso Febrero.2016)
- ICANE. Revisiones anuales del Padrón municipal de habitantes. En <http://www.ican.es/data/municipal-register-annual-review-municipality#timeseries> (Ultimo acceso Marzo.2016)
- IMPACTUR.(2014) "Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de Cantabria" en [http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/03/IMPACTUR\\_CANTABRIA2014\\_informe\\_web.pdf](http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/03/IMPACTUR_CANTABRIA2014_informe_web.pdf) (Ultimo acceso Marzo.2016)
- Laredo Turismo. En <http://www.laredoturismo.es/conoce/historia/> (Último acceso Febrero.2016)
- Laredo Turismo. En <http://www.laredoturismo.es/conoce/laredo/el-litoral/> (Último acceso Marzo.2016)
- LLORET DELGADO, Marcela Estefanía (s.f) "Desarrollo de un programa de captación para el personal de servicio en tres restaurantes de Cuenca" en <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1729/1/tur84.pdf> (Ultimo acceso Marzo 2016)
- MUÑOZ, Ana." La Imagen de un Destino Turístico: Concepto e Instrumentalización. Una Aproximación a la Comunicación como Instrumento de Política" en <https://ciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/2806/IMAGEN%20DESTINOS%20TURISTICOS.pdf?sequence=1> (Último acceso Marzo.2016)
- Portal Oficial del Turismo de Cantabria. En <https://www.turismodecantabria.com/descubre/zonas/2-ason-aguera> (Último acceso Marzo.2016)
- Portal Oficial del Turismo de Cantabria. En <https://www.turismodecantabria.com/descubre/donde-comer/buscadoraWRab25hPTIm> (Ultimo acceso Marzo. 2016)

- Portal Oficial del Turismo de Cantabria. En <https://www.turismodecantabria.com/descubre/la/donde-alojarse/buscador-aWRab25hPTIm> (Último acceso Marzo.2016)
- SAN MARTIN, (2005) "Estudio de la imagen del destino turístico y proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador" en <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10588/HSMtesis.pdf?sequence=1> (Último acceso Marzo.2016)
- SENDÍN, Carlos (2009). *Cantabria*. Madrid. Guías Límite Visual
- SocialVane (2015) "Ranking Big Data de Costas Españolas" en [http://www.hosteltur.com/115329\\_ranking-big-data-costas-islas-espanolas.html](http://www.hosteltur.com/115329_ranking-big-data-costas-islas-espanolas.html) (Último acceso Febrero.2016)
- TRIVAGO. "Índice de precios de hoteles (tHPI)" en [http://ie1.trivago.com/contentimages/press2/texts/tHPI\\_regiones2015.pdf](http://ie1.trivago.com/contentimages/press2/texts/tHPI_regiones2015.pdf) (Último acceso Marzo. 2016)
- ZORI DEL AMO, Javier. "Top 10 de pueblos de Cantabria; sobredosis de verdor, agua y rocas" en <http://www.traveler.es/viajes/rankings/galerias/top-10-de-pueblos-de-cantabria/469/image/22561> (Último acceso Marzo.2016)

## Índice de figuras, tablas y gráficos

### ➤ **Imágenes**

1. Mapa territorio de la Costa Oriental.

Fuente: El Diario Montañés

<http://www.cantabria102municipios.com/oriente/oriente.htm>

(Último acceso: Marzo 2016)

### ➤ **Tablas**

1. Universo del estudio de alojamientos turísticos y restaurantes.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria

2. Universo – respuestas obtenidas de los alojamientos turísticos.

Fuente: Elaboración propia

3. Universo – respuestas obtenidas de los restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

4. Alojamientos por categoría y municipio de los alojamientos, datos ICANE  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Instituto Cántabro de Estadística año 2011
5. Alojamientos por categoría y municipio, datos Dirección General de Turismo de Cantabria.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria
6. Clasificación de los hoteles, apartamentos y campings por sus respectivas categorías.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Turismo de Cantabria.
7. Régimen de tenencia de los establecimientos de alojamiento turístico.  
Fuente: Elaboración propia
8. Periodo de apertura de los alojamientos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia
9. Tarifas medias según el tipo de alojamiento turístico y el municipio.  
Fuente: Elaboración propia
10. Clasificación de la oferta de restaurantes por municipios.  
Fuente: Instituto Cántabro de Estadística 2013.
11. Tipos de restaurantes en los diferentes municipios.  
Fuente: Elaboración propia
12. Periodo de apertura de los restaurantes.  
Fuente: Elaboración propia
13. Nº de empleados de los establecimientos de restauración.  
Fuente: Elaboración propia
14. Capacidad de los restaurantes.  
Fuente: Elaboración propia
15. Promedio de tarifas de los diferentes menús en diferentes momentos del año.  
Fuente: Elaboración propia

➤ **Gráficos**

1. Alojamientos de los alojamientos por categoría y municipio, datos Dirección General de turismo de Cantabria.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de turismo de Cantabria.

2. Peso de cada tipo de alojamiento turístico en la zona bajo estudio.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de turismo de Cantabria
3. Índice de calidad de la oferta hotelera. Comparación con otros municipios.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de turismo de Cantabria
4. Antigüedad de la oferta de alojamientos turísticos por municipios.  
Fuente: Elaboración propia
5. Porcentaje de establecimientos de alojamiento turístico reformados.  
Fuente: Elaboración propia
6. Relación año de apertura – reforma de alojamientos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia
7. Relación entre el nº de plazas y el nº de empleados de los alojamientos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia
8. ¿Son estos alojamientos turísticos empresas de gestión familiar?  
Fuente: Elaboración propia
9. Promoción del alojamiento turístico.  
Fuente: Elaboración propia
10. Conocimiento de idiomas del personal de los alojamientos turísticos.  
Fuente: Elaboración propia
11. Servicios de los establecimientos de alojamiento turístico.  
Fuente: Elaboración propia
12. Promedio del porcentaje de reservas por los diferentes medios.  
Fuente: Elaboración propia
13. Tarifas medias de una estancia hotelera.  
Fuente: Elaboración propia
14. Encuestas de satisfacción al cliente del alojamiento turístico.  
Fuente: Elaboración propia
15. Oferta de restauración en la zona bajo estudio.  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de turismo de Cantabria
16. Antigüedad de la oferta de restaurantes por municipios.  
Fuente: Elaboración propia
17. Promoción y publicidad de los restaurantes.  
Fuente: Elaboración propia

18. Presencia familiar entre la plantilla de los restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

19. Servicios e infraestructuras de los restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

20. Personal con conocimiento de idiomas en los restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

21. Cartas traducidas en los restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

22. Precio medio de la carta.

Fuente: Elaboración propia



## 6. Anexos

### 6.1 Cuestionario alojamientos.

**Fecha:**

**Nº de encuesta:**

**Localidad:**

**Municipio:**

**Nombre del establecimiento:**

1. Indique el tipo de establecimiento:

Hotel     Hotel-apartamento     Pensión     Apartamento turístico     Chalet o Bungalow  
 Estudio     Palacios y Casonas     Posadas     Vivienda rural     Albergue     Campamento

Si corresponde, indicar por favor el número de estrellas y/o llaves.

\_\_\_\_\_

2. Año de apertura del establecimiento:

\_\_\_\_\_

3. Se ha llevado a cabo alguna reforma, indique la fecha por favor:

Sí (año: \_\_\_\_\_)     No

4. ¿Cuál es el régimen de tenencia del establecimiento?

Alquiler     Propiedad     Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. Periodo de apertura:

Todo el año     Solo verano     Verano y Semana Santa     Verano, puentes y fines de semana

Otros periodos ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. Indique por favor el número de plazas del establecimiento:

Menos de 20     21-40     41-60     61-80     81-100     101-200     Más de 200

7. ¿Pertenece a alguna asociación empresarial?

Club de Calidad de Cantabria     Asociación empresarial de hostelería

Asociación Turismo rural     Otra ¿Cuál/es? \_\_\_\_\_     Ninguna

8. ¿Qué medios utilizan los clientes para realizar las reservas? Indica el porcentaje.

Teléfono     Internet     Centrales de reservas (intermediarios)     Otros \_\_\_\_\_

9. ¿Cuenta el establecimiento con una página web propia?

Sí     No

10. ¿Utilizan las redes sociales para promocionarse?

Sí     No

11. ¿Realizan promociones y/o campañas publicitarias?

Internet     Televisión     Radio     Folletos turísticos     Ferias de Turismo     Ninguna

12. Régimen de manutención ofertado:

SA     AD     MP     PC     Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**13. Servicios del establecimiento:**

	Garaje/ aparcamiento		Internet/Wifi		Recepción 24 horas
	Organización de eventos		Restaurante		Zonas comunes adaptadas
	Admisión de mascotas		Cafetería/ Bar		Piscina
	Solárium		Lavandería		Gimnasio
	Ascensor		Información turística		Área infantil
	Guardería		Zonas comunes		Sala de reuniones
	Jardín		Pago con tarjeta		Otros: _____
	Spa y/o centro de bienestar		Habitaciones/estancias adaptadas		

**14. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?**

1-5 empleados     6-10 empleados     11- 15 empleados     Más de 15 empleados

¿Entre estas, hay familiares trabajando en el establecimiento?

Sí    ¿Cuántos? \_\_\_\_\_     No

**15. El personal del establecimiento domina un segundo idioma:**

Sí     No

Indique:     Inglés     Francés     Alemán     Otros ¿Cuál/es? \_\_\_\_\_

**16.Cuál es la duración de estancia mayoritaria: (escoja dos)**

1 noche     2-3 noches     4- 5 noches     6-7 noches     7- 10 noches     Más de 10 noches

**17. Indique la nacionalidad de sus clientes:**

% Español     % Extranjero

Indique las tres comunidades autónomas y los tres países con mayor presencia entre sus clientes:

**18. Realizan encuestas de satisfacción a los clientes:**

Sí     No

**19. Indique los precios: (con IVA)**

SA Temporada Baja		AD Temporada Baja		MP Temporada Baja	
SA Temporada Media		AD Temporada Media		MP Temporada Media	
SA Temporada Alta		AD Temporada Alta		MP Temporada Alta	

**20. Valore los resultados del año 2015 con respecto al 2014**

Mejores     Peores     Iguales

**21. Posibles mejoras del establecimiento.**

**22. Tiene usted alguna propuesta para su municipio que ayude a mejorar los resultados.**

## 6.2 Cuestionario restaurantes.

<b>Fecha:</b>		
<b>Nº de encuesta:</b>	<b>Localidad:</b>	<b>Municipio:</b>
<b>Nombre del establecimiento:</b>		

1. Indique por favor la categoría del establecimiento:

Lujo     4 tenedores     3 tenedores     2 tenedores     1 tenedor     Sin especificar

2. Tipo de restaurante:

Gourmet     Especializado     Familiar     Comida rápida     Sin especificar

Si la respuesta es "especializado", por favor marque uno:

Vegetariano/ macrobiotico     Carnes rojas     Pescado/ Marisco     Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. Marque aquellas incluidas en su oferta:

Cocina Internacional     Cocina Nacional     Regional

4. Año de apertura del negocio:

\_\_\_\_\_

5. Periodo de apertura:

Todo el año     Solo verano     Verano y Semana Santa     Verano, puentes y fines de semana

Otros periodos ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿Pertenece a alguna asociación empresarial?

Club de Calidad de Cantabria     Asociación empresarial de hostelería  
 Otra ¿Cuál/es? \_\_\_\_\_     Ninguna

7. Ubicación del establecimiento

Zona urbana     Zona playa / costa     Zona rural

8. Indica la capacidad del establecimiento.

Menos de 50 pax.     50 – 100     100 – 200     Más de 200

9. ¿Utilizan las redes sociales para promocionarse?

Sí     No

10. ¿Realizan promociones y/o campañas publicitarias?

Internet     Televisión     Radio     Folletos turísticos     Ferias de Turismo     Ninguna

11. Servicios del establecimiento:

<input type="checkbox"/>	Garaje/ aparcamiento	<input type="checkbox"/>	Internet/Wifi gratis	<input type="checkbox"/>	Pago con tarjeta
<input type="checkbox"/>	Organización de eventos	<input type="checkbox"/>	Terraza	<input type="checkbox"/>	Zonas comunes adaptadas
<input type="checkbox"/>	Admisión de mascotas	<input type="checkbox"/>	Buffet	<input type="checkbox"/>	Área infantil
<input type="checkbox"/>	Menú infantil	<input type="checkbox"/>	Sistema de reservas	<input type="checkbox"/>	Horarios amplios
<input type="checkbox"/>	Comedor privado	<input type="checkbox"/>	Página web	<input type="checkbox"/>	Otro:

**12.** ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

1-2     3-5     6 – 8     Más de 8

¿Entre estas, hay familiares trabajando?

Sí    ¿Cuántos? \_\_\_\_     No

**13.** ¿El personal del establecimiento puede comunicarse con los clientes en sus idiomas?

Sí     No

En el caso de ser un sí:     Inglés     Francés     Alemán     Otros ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**14.** ¿Disponen de cartas traducidas a otros idiomas?

Sí     No

En el caso de ser un sí:     Inglés     Francés     Alemán     Otros ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**15.** Marque cuales de las siguientes opciones incluye su oferta:

Menú del día     Menús especiales     Carta

**16.** Indique por favor el precio medio. (con IVA)

	TEMPORADA BAJA		TEMPORADA ALTA	
	Entre semana	Fin de semana	Entre semana	Fin de semana
menú del día				
menú especial				

**17.** Precio medio de la carta:

Menos de 10€     10€ - 15€     16€ - 20€     21€ – 30€     Más de 30€

**18.** Valore los resultados del año 2015 con respecto al 2014

Mejores     Peores     Iguales

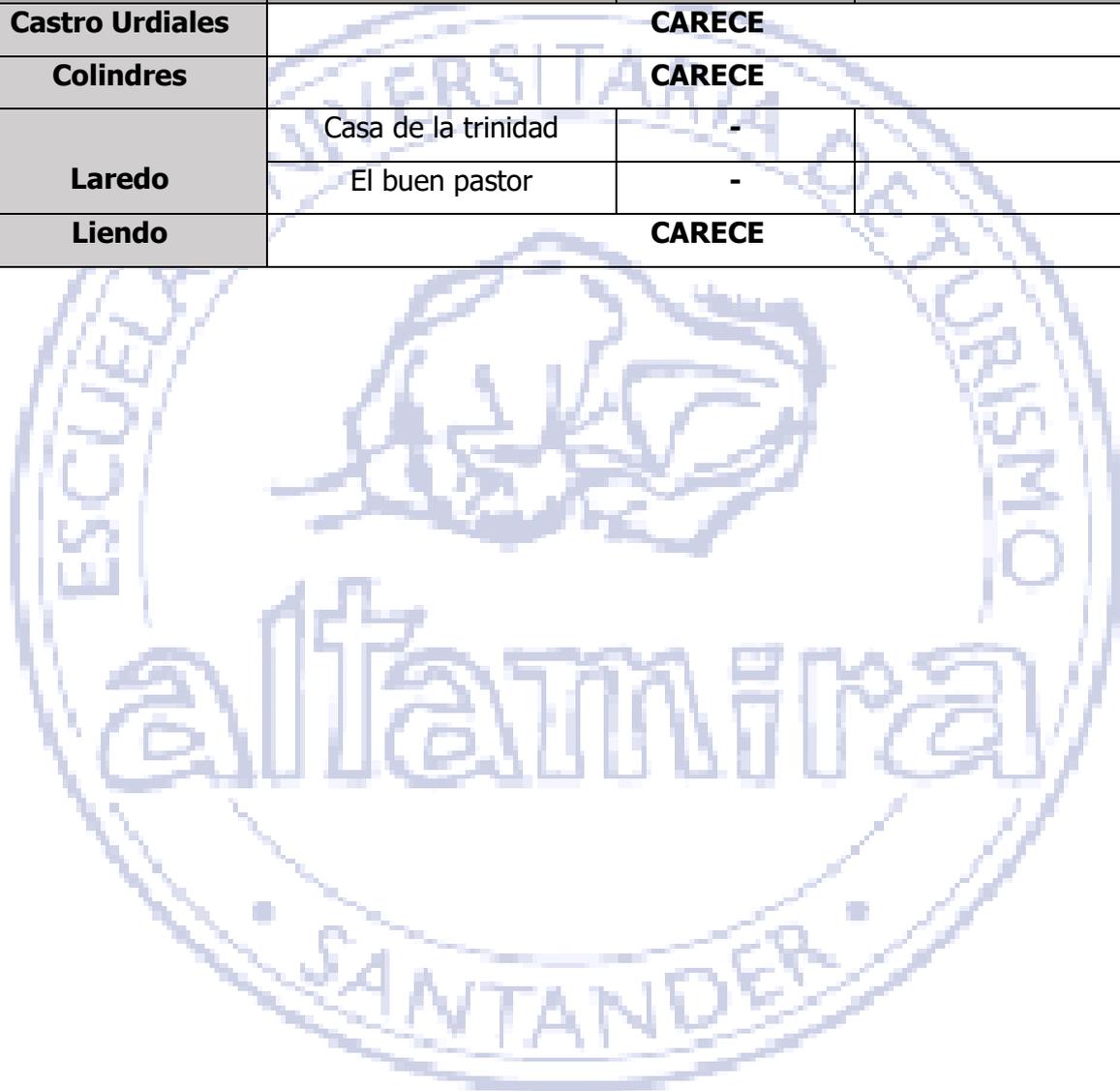
**19.** Posibles mejoras para el establecimiento.

### 6.3 Tabla recopilación de datos -alojamientos

MUNICIPIO	HOTELES	CATEGORÍA	ENCUESTADOS
<b>Castro Urdiales</b>	Arenillas	*	
	El Haya	**	X
	El Rincón de Castro	**	
	La Ronda	*	X
	Las Rocas	****	X
	Suite Mioño	**	X
<b>Colindres</b>	<b>CARECE</b>		
<b>Laredo</b>	Cosmopol	***	X
	El Ancla	**	X
	Miramar	***	
	El Risco	***	X
	El Cortijo	**	
	Maria Luisa	**	X
	Montecristo	**	
	Ramona	*	X
<b>Liendo</b>	<b>CARECE</b>		
MUNICIPIO	PENSIONES Y HOSTALES	CATEGORÍA	ENCUESTADOS
<b>Castro Urdiales</b>	Hostal Aisia Islares Spa	-	
	Hostal Vista Alegre	-	
	Pensión Ardigales 11	-	X
	Casa los Olivos	-	
	Pensión Los Tres Caños	-	
	Hostería Villa de Castro	-	X
	Pensión Catamarán	-	
	Pensión Chili	-	
	La Llosa de Samano	-	
	Pensión La Mar	-	
	La Marina	-	X
	La Sota	-	X
	El Puerto	-	X

<b>Colindres</b>	Hostal Montecarlo	-	
<b>Laredo</b>	Hostal El Carro	-	
	Hostal Ramona	-	X
	Esmeralda	-	X
	Orio	-	
	Rosi	-	
	Salomón	-	
	Tucan	-	X
<b>Liendo</b>	Valle de Liendo	-	X
<b>MUNICIPIO</b>	<b>CAMPINGS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>
<b>Castro Urdiales</b>	Castro	2ª	X
	Oriñon	2ª	X
	Playa Arenillas	2ª	
<b>Colindres</b>	<b>CARECE</b>		
<b>Laredo</b>	Carlos V	2ª	
	Playa del Regatón	2ª	X
	Laredo	2ª	X
<b>Liendo</b>	<b>CARECE</b>		
<b>MUNICIPIO</b>	<b>APARTAMENTOS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>
<b>Castro Urdiales</b>	Las Vecindades de la Casona	1 llave	
<b>Colindres</b>	<b>CARECE</b>		
<b>Laredo</b>	Elena	1 llave	X
	La Marina	1 llave	
	La Terraza	2 llaves	X
	Laredo Playa	1 llave	X
	Los Granados	2 llaves	
<b>Liendo</b>	<b>CARECE</b>		
<b>MUNICIPIO</b>	<b>POSADAS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>
<b>Castro Urdiales</b>	Casa Rosalia	-	X
<b>Colindres</b>	Casa de Valle	-	X
<b>Laredo</b>	La Ventilla	-	X
<b>Liendo</b>	Bisabuela Martina	-	
	Torre de La Quintana	-	X

<b>MUNICIPIO</b>	<b>VIVIENDAS RURALES</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>
<b>Castro Urdiales</b>		<b>CARECE</b>	
<b>Colindres</b>		<b>CARECE</b>	
<b>Laredo</b>		<b>CARECE</b>	
<b>Liendo</b>	Casa Suca	-	
<b>MUNICIPIO</b>	<b>ALBERGUES</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>
<b>Castro Urdiales</b>		<b>CARECE</b>	
<b>Colindres</b>		<b>CARECE</b>	
<b>Laredo</b>	Casa de la trinidad	-	
	El buen pastor	-	
<b>Liendo</b>		<b>CARECE</b>	



## 6.4 Tabla recopilación de datos - restaurantes

MUNICIPIO	RESTAURANTES	CATEGORÍA	ENCUESTADOS
Castro Urdiales	Anfora	1 tenedor	
	Ardigales	2 tenedores	
	Asador El túnel	1 tenedor	X
	Asador Laforga	1 tenedor	
	Asador Perla	1 tenedor	
	Barakaldo li	1 tenedor	X
	Bitacora	2 tenedores	X
	Capricho de Baco	1 tenedor	
	Casa Lucia	1 tenedor	
	Catamarán	1 tenedor	X
	Colon	2 tenedores	
	Deluxe	1 tenedor	X
	El chino	1 tenedor	
	El fogón	2 tenedores	
	El manco	2 tenedores	
	El rincón de Castro	1 tenedor	X
	El ruso	1 tenedor	
	El segoviano	2 tenedores	
	El Erillo	1 tenedor	
	Chimbo	1 tenedor	
	Escala	2 tenedores	X
	Haya li	2 tenedores	
	Arboleda	1 tenedor	X
	Ballena	1 tenedor	
	Cantera	1 tenedor	
	Cuca	1 tenedor	
	Gaviota	1 tenedor	X
	Goleta	2 tenedores	X
	Lechería	2 tenedores	
	Marina	2 tenedores	
Brasas	1 tenedor		

	Encinas	1 tenedor	
	Templarios	1 tenedor	X
	Mesón Marinero	2 tenedores	
	Nuevo Barlovento	1 tenedor	X
	Nuevo Siglo 1	1 tenedor	X
	Castro Kebab	1 tenedor	
	Pizzería La Pergola	2 tenedores	X
	Pizzería El Pedregal	1 tenedor	X
	Pizzería di Stefano	1 tenedor	
	Puerto	2 tenedores	
	A fuego	1 tenedor	X
	Abaroa	2 tenedores	
	Bajamar	1 tenedor	X
	Camping Oriñon	1 tenedor	
	Casa Regio	1 tenedor	X
	Don Quijote	2 tenedores	
	Gambrinus	1 tenedor	
	Hermansi	2 tenedores	
	Ibarbia	1 tenedor	
	Casona Abuela	1 tenedor	
	Pilar	1 tenedor	X
	Verivan	2 tenedores	X
	Rocamar	1 tenedor	
	Saltacaballos	2 tenedores	
	Marcelo	1 tenedor	X
	Vallegon	2 tenedores	
Zuma	1 tenedor		
<b>Colindres</b>	Collado Lindo	2 tenedores	X
	Kebab	1 tenedor	
	El Catador	1 tenedor	X
	El Puerto	1 tenedor	X
	Casa de la Mamma	2 tenedores	X
	Montecarlo	1 tenedor	
	Jauja	1 tenedor	X

	Pasapoga	1 tenedor	
	Sakura	1 tenedor	
	Tarkari	1 tenedor	
<b>Laredo</b>	Casa Silvino	2 tenedores	X
	El tiburón	2 tenedores	
	Los potxolos	1 tenedor	
	Pascual	1 tenedor	
	Buenos aires	1 tenedor	X
	Cachupin	3 tenedores	
	Camarote	2 tenedores	
	Faro	1 tenedor	
	El jardín feliz	1 tenedor	
	El Parque	2 tenedores	X
	Pescador	2 tenedores	X
	Palmanova	2 tenedores	X
	Amistad	2 tenedores	X
	Puertochico	1 tenedor	
	Cantabria	2 tenedores	X
	Casa Felipe	2 tenedores	X
	Capricho	2 tenedores	
	Curro	2 tenedores	X
	Mary	1 tenedor	
	Moolly Dollan	2 tenedores	X
	Niagara	1 tenedor	X
	La Cuesta	1 tenedor	
	El plaza	2 tenedores	
	Ruiloba	2 tenedores	X
	Saint tropez	1 tenedor	
	Telepizza	1 tenedor	
	Terraza	2 tenedores	
	Texas embassy	1 tenedor	X
	Pollo tropical	1 tenedor	
	Velero	1 tenedor	X
Everest	2 tenedores	X	

	Everest 2	2 tenedores	X
	Gastrobar Somera	2 tenedores	
	Greenbush	1 tenedor	
	Guti	2 tenedores	
	Hospital	1 tenedor	
	Jamonerias Remaes	1 tenedor	X
	Abadía	1 tenedor	
	Goleta	1 tenedor	X
	Marina Company	1 tenedor	
	Traviatta	1 tenedor	
	Viña	1 tenedor	
	Luengo	1 tenedor	
	Nuevo Siglo	2 tenedores	
	Paseo del mar	2 tenedores	
	<b>Liendo</b>	Ambigu	2 tenedores
Casa Varona		1 tenedor	X
Roble		1 tenedor	
Valle de Liendo		1 tenedor	X

