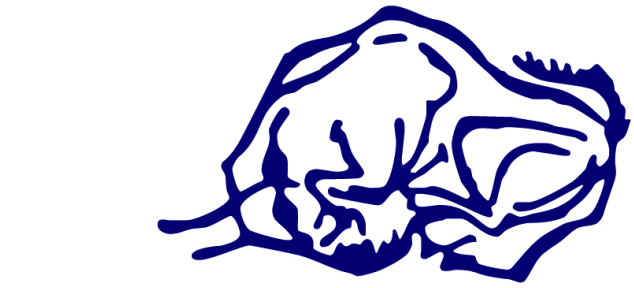


altamira

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2014/15

AUTOR:

Carlos Peña Vitorero.

TITULO:

Turismo y Clima en Cantabria.

DIRECTOR:

Pedro Cornejo Martín.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2014/15

Fecha de entrega: 17/09/2015

AUTOR: Carlos Peña Vitorero.

TITULO: Turismo y Clima en Cantabria.

DIRECTOR: Pedro Cornejo Martín.

TRIBUNAL:

Nombre:	**Firma:**
Nombre:	**Firma:**
Nombre:	**Firma:**

En Santander a:

ÍNDICE

ÍNDICE 1
1. RESUMEN: 4
2. ABSTRACT 4
3. FINALIDAD Y MOTIVOS. 5
4. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN 7
5. OBJETIVOS: 10
5.1. OBJETIVO GENERAL: 10
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS: 10
6. METODOLOGÍA: 11
6.1. FASES METODOLÓGICAS: 11
7. DEFINICIÓN DE CLIMA 13
8. EL CLIMA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO: 14
9. INFLUENCIA DEL CLIMA EN LA PLANIFICACIÓN DEL VIAJE: 14
10. CÓMO INFLUYEN LAS DIVERSAS VARIABLES CLIMATOLÓGICAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. 17
11. LOS ESPACIOS Y EL CLIMA: 19
12. ESTACIONALIDAD 20
12.1. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA 21
13. IMPOSIBILIDAD DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DEBIDO AL CLIMA. 22
14. INFLUENCIA DEL CLIMA EN EDIFICACIONES E INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS. 22
15. ESTADO DE ÁNIMO. 22
16. CAMBIO CLIMÁTICO Y TURISMO 25
16.1. HISTORIA DEL CALENTAMIENTO GLOBAL: 25
16.2. REPERCUSIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL TURISMO A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL: 26
16.3. MEDIDAS DE ACONDICIONAMIENTO AL CAMBIO CLIMÁTICO, POR PARTE DEL SECTOR TURÍSTICO: 28
17. INFLUENCIA DEL CLIMA EN LAS DISTINTAS MODALIDADES DEL TURISMO. 29
18. PERFIL DEL TURISTA DE CANTABRIA: 29

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

19. TURISMO DE MONTAÑA: 34
20. TURISMO RURAL: 38
21. EL TURISMO GASTRONÓMICO: 39
22. TURISMO DE SOL Y PLAYA: 41
23. TURISMO CULTURAL: 46
24. TURISMO SENIOR: 47
25. ENTREVISTAS: 49
25.1. INTRODUCCIÓN: 49
25.2. ENTREVISTA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS: 50
25.3. ENTREVISTA ASOCIACIÓN DE CASAS RURALES: 52
25.4. ENTREVISTA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA: 54
26. ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL CLIMA EN EL TURISMO EN LA REGIÓN DE CANTABRIA: 56
26.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO: 56
26.2. PLANTEAMIENTO DE LA ENCUESTA: 56
26.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA: 57
26.4. TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO: 57
26.5. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS: 58
26.6. PREGUNTAS 59
27. CONCEPTOS BÁSICOS: 65
28. CONCLUSIÓNES Y PROPUESTAS 67
28.1. CONCLUSIONES: 67
28.2. PROPUESTAS: 71
28.2.1. ADMINISTRACIÓN REGIONAL: 71
28.2.2. ESTABLECIMIENTOS 73
28.2.3. TURISTAS 73
29. ANEXOS: 75
29.1. DECLARACIÓN DE DJERBA SOBRE TURISMO Y CAMBIO CLIMÁTICO. 75

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

29.2. TABLAS: 78
29.3. ENTREVISTAS: 83
29.3.1. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS: 83
29.3.2. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CASAS RURALES: 84
29.3.3. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA:..... 85
29.3.4. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS:..... 86
29.3.5. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CASAS RURALES:..... 89
29.3.6. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA: 93
30. BIBLIOGRAFÍA..... 97

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO
altamira
SANTANDER

1. RESUMEN:

El clima es un factor determinante del turismo que incide ineludiblemente en la percepción del visitante, la empresa que presta el servicio, y la imagen del destino. Esta fuerza de la naturaleza es un componente imposible de ser ignorado, y aún menos controlado por la acción directa.

Dadas las características climáticas de la región de Cantabria, resulta necesario comprender la mecánica que rodea a los fenómenos atmosféricos con el fin de alcanzar una adaptación superior al medio, optimizando los periodos de estacionalidad y aspirando a un nivel superior de sostenibilidad.

En este trabajo se analizarán datos procedentes de diversos organismos de estadística, expertos en meteorología, bibliografía relevante, e información obtenida a partir del trabajo de campo; con el fin de establecer una relación entre el turismo y el clima en Cantabria. Finalmente se expondrán una serie de conclusiones al respecto.

PALABRAS CLAVE: *Clima, turismo, Cantabria, visitante, empresa, imagen del destino, fenómenos atmosféricos, estacionalidad, sostenibilidad.*

2. ABSTRACT

Weather is an essential element within tourism in that it produces a direct influence on the visitor's perception, the company which provides the service, as well as the destination's image. This natural force is a key aspect to be reckoned with; impossible to be ignored, or directly controlled.

Given Cantabria's climatic features, it is necessary to understand the mechanics surrounding atmospheric phenomena, with the main aim of achieving a better approach to environmental adaptation, optimising periods suffering seasonality and aspiring towards a higher level of sustainability.

In this dissertation, data from different sources will be analysed, including statistics, meteorological experts, relevant bibliography, and fieldwork data. This study will be carried out with the main aim of establishing and exploring the link between tourism and climate in Cantabria. Finally, a series of conclusions emanating from this research will be presented.

KEYWORDS: *Weather, tourism, Cantabria, visitor, company, destination's image, atmospheric phenomena, seasonality, sustainability.*

3. FINALIDAD Y MOTIVOS.

El presente trabajo pretende principalmente analizar la medida en la que el clima tiene una influencia en el turismo centrado sobre todo en el clima que tiene la Comunidad de Cantabria. Dado que el clima supone, a menudo, un reclamo para los turistas, siendo el turismo de sol y playa el que hasta ahora mueve el mayor flujo de turistas, analizar el caso de Cantabria y la influencia que pueda tener el clima, tanto positiva como negativa, en el sector turístico.

Los teléfonos móviles Smartphone, las tablets, y el rápido acceso a internet desde cualquier parte, y en general todas las nuevas tecnologías, se han abierto paso en las vidas de la mayor parte de la población; el consiguiente acceso a grandes volúmenes de información ha dado lugar a un nuevo tipo de consumidores mucho más conscientes del producto que desean adquirir (prosumers). Dentro del marco del turismo, los turistas, saben de antemano muchos detalles del destino a donde van a viajar; uno de los elementos más populares, más buscados en internet es el pronóstico meteorológico; este hecho será tenido en cuenta y estudiado con mayor detalle en el cuerpo del trabajo.

La actividad humana en cualquier lugar está vinculada con la adaptación al entorno, siendo, por lo tanto, lógico que las infraestructuras turísticas se adapten a las peculiaridades del destino; pudiendo llegar a ser más caro o más barato establecer un negocio y/o mantenerlo a lo largo del tiempo dependiendo de su emplazamiento geográfico.

Tomando en consideración que el sector turístico en esta región se compone de muchos tipos, resulta interesante observar la relación que tienen cada uno con el clima local, entrando en detalles tales como su viabilidad en un clima distinto; sus limitaciones al desarrollo; o las ofertas que, en potencia, pueden ofrecer.

Dado que el clima en Cantabria no es siempre soleado, y que las precipitaciones pueden sorprender en cualquier época del año, resulta conveniente abordar temas como la estacionalidad, o el ocio alternativo, haciendo un mayor acercamiento a la visión que tiene el turista y los profesionales del sector al respecto.

Es inevitable ver cómo, en los últimos años, se están produciendo cambios progresivos en el clima, inviernos atípicos, tormentas violentas, veranos más largos y calurosos,…; es por tanto que el cambio climático y en especial, el medio ambiente deben de ser tomados en consideración. Ante esto surge la dificultad de la falta de cultura y sensibilidad ambientales, lo cual llevaría a asumir otro contratiempo más que es la necesidad, por parte de la

administración pública, de invertir dinero y esfuerzo en este tema, algo que resulta especialmente complicado dado lo alarmante y llamativo de otros problemas como son los económicos, laborales, sociales….

Debido a lo anteriormente citado, las opiniones tanto de los turistas como de los profesionales del sector en Cantabria, deberían ser tomadas en cuenta y evaluadas en tanto a cuánta información poseen, como a qué perspectiva tienen a este respecto.

Con toda la información recogida, y el trabajo de campo debidamente procesado, se evaluará la situación y se propondrán una serie de sugerencias al respecto.

4. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

El clima ha sido un tema constante de preocupación desde los albores de la humanidad. Las tribus primitivas a menudo incluían en sus ceremonias rituales para atraer a las lluvias y alejar la ira de la naturaleza. Con la llegada de la civilización, aquellos que conocían los mecanismos para predecir los cambios meteorológicos ocupaban la cúspide social como reyes o sacerdotes, y los elementos climáticos eran personalizados como deidades.

Los tiempos modernos han traído la explicación científica al clima y la meteorología. Sin embargo, a día de hoy continúan condicionando la vida de las personas. El ámbito turístico no es menos; y es que como las plantas buscan el sol para hacer la fotosíntesis, las personas requieren de él durante su periodo vacacional. Y aunque aquellos que huyen del calor se refugian en climas más suaves, las nubes y la lluvia no son precisamente de su agrado.

La España Verde (en la que se enmarca Cantabria) goza de un clima caracterizado por veranos e inviernos suaves con un alto régimen de pluviosidad, que dan lugar a paisajes verdes, bosques atlánticos, ríos cortos pero caudalosos, y una rica fauna.

A pesar de sus atractivos paisajísticos, el turismo en Cantabria se encuentra limitado por su inestabilidad meteorológica y su nubosidad abundante.

Una parte de este trabajo se fundamenta en el análisis de los datos de distintos organismos con respecto a la ocupación hotelera y extrahotelera y su correlación con el clima.

Entre algunos de los autores en cuyas teorías apoyo mi investigación destacaría:

Agustina C. Tutti (2011) que entiende tres formas de relación entre el clima y el turismo de la siguiente forma:

1. El buen clima condiciona el flujo de turistas y crea grandes centros turísticos en los destinos más favorecidos.

2. Todos los climas presentan un atractivo turístico.

3. Una posición intermedia mediante la cual todos climas suponen un cierto atractivo, si bien existe un óptimo que se ve especialmente favorecido.

Javier de Valle Melendo (2006) reconoce varios elementos del clima que influyen en el grado de confort de los turistas:

- Temperatura.
- Precipitaciones.
- Viento.
- Sol.
- Otros (humedad, niebla, tormentas…)

Una autora ha supuesto una inspiración especial en este trabajo de fin de grado; sería Belén Gómez Martín (1999). Según ella, el clima influye sobre el turismo de la siguiente forma:

1. Creación de un marco ambiental: paisaje, fauna, flora,… característicos de un destino.
2. Estacionalidad: Tiempo de aprovechamiento de las infraestructuras turísticas, que afecta directamente a la rentabilidad de los negocios.
3. Influencia sobre la propia actividad turística. Especialmente en las actividades al aire libre y aquellas que requieren de unos requerimientos atmosféricos determinados para llevarse a cabo (viento, nieve,…).
4. Atractivo turístico y factor de reclamo: Búsqueda de los turistas de un clima soleado y temperaturas agradables.
5. Climas extremos o catástrofes climáticas son incompatibles con la actividad turística y el desarrollo de los destinos.
6. Edificaciones e infraestructuras están condicionadas por las vicisitudes del clima.
7. El buen funcionamiento de transportes y medios de comunicación se ven afectados por la meteorología.
8. La sensación de disfrute del turista, es decir, las reacciones psicológicas involuntarias (optimismo, buen humor,…) que produce un determinado clima en las personas.
9. La percepción de confort y las condiciones óptimas para la salud (especialmente en personas con patologías tales como enfermedades coronarias, vasculares,…)
10. El grado de satisfacción está directamente relacionado con el cumplimiento de las expectativas del turista, que a menudo espera siempre sol en sus vacaciones.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

En otro orden de cosas, pero vinculado directamente al turismo están los postulados de Spencer Weart (2006), quien afirma que antes del próximo relevo generacional, la humanidad experimentará un importante aumento de la temperatura a nivel mundial (Fenómeno del calentamiento global).

Algo que repercute directamente en el campo del turismo, debido a las variaciones en el clima, riesgo de catástrofes naturales, aumento del nivel del mar, desertización,…

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO
altamira
SANTANDER

5. OBJETIVOS:

En este trabajo de fin de grado se pretenderá dar respuesta a las cuestiones suscitadas por el impacto del clima en el turismo, haciendo hincapié en la región de Cantabria. El siguiente compendio de objetivos sirve como breve referente a la hora de configurar el proyecto.

5.1. OBJETIVO GENERAL:

Analizar la relación existente entre el clima de Cantabria y el turismo de la región.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Hacer una revisión de la definición del clima de Cantabria según diversos autores.
- Conocer el perfil del turista de Cantabria.
- Analizar el clima de Cantabria y su relación con el número de visitantes los distintos meses del año.
- Averiguar cómo influye el clima de la Comunidad en los distintos tipos de turismo.
- Conocer cómo un clima estable o predecible influye en la percepción satisfactoria de la experiencia.
- Analizar ciertos factores inconscientes que puedan favorecer una buena experiencia en un destino (tales como la ionización del aire).
- Conocer cómo influye la estacionalidad en el turismo de Cantabria.
- Conocer distintas actividades que puedan disminuir la estacionalidad del turismo en la región, basándose en experiencias de otras localizaciones turísticas.
- Determinar las necesidades y carencias respecto al clima que las infraestructuras turísticas de la región puedan tener.
- Conocer cómo influye la meteorología adversa en los turistas.
- Saber, cuando la meteorología es adversa, si el turista en Cantabria considera que la oferta de ocio en lugares cubiertos es suficiente, y de no ser así, que posibles soluciones existen.
- Conocer en qué medida el turista y los profesionales del sector están concienciados con el cambio climático.
- Conocer cómo puede repercutir el turismo en el deterioro o conservación de la naturaleza y en consecuencia, su impacto en el cambio climático
- Conocer y analizar distintas variedades de turismo alternativo.

6. METODOLOGÍA:

Con el fin de ver la relación entre el clima y el turismo en la Comunidad de Cantabria, el proceso de investigación se estructura en cuatro fases, cuyos datos fueron recogidos a partir de fuentes primarias y secundarias.

6.1. FASES METODOLÓGICAS:

1º FASE.

Revisión teórica.

La relación del clima y el turismo.

2º FASE.

Estudio analítico.

- Conceptos básicos.
- Impacto de la meteorología y el clima en el turismo.
- La estacionalidad de los destinos turísticos.
- El cambio climático en un destino.
- Influencia del clima en las edificaciones e infraestructuras.
- Perfil de los visitantes de Cantabria.
- Influencia del clima en las motivaciones de los turistas.
- Actividades turísticas relacionadas en distinta gradación con el clima.
- Impacto del clima en la imagen de un destino turístico.
- Influencia del clima en la salud.
- El paisaje y el clima en relación con el turismo.

3º FASE.

Investigación cuantitativa.

- Análisis del estudio del perfil del turista en Cantabria, en relación al clima. (Cuestionario).
- Estudio del impacto del clima en las empresas, asociaciones e instituciones turísticas. (Encuestas).

4º FASE.

Conclusiones y propuestas.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

La primera fase, consiste en la obtención de información cualitativa a través de libros, artículos científicos, teorías de expertos, climogramas, y estudios relacionados con el clima, ya realizados.

La segunda fase consiste en la síntesis de información más destacada y relevante en relación a los objetivos de este trabajo.

Dicha información se organiza a partir de elementos más globales que se irán concretando en otros más individuales y específicos. (Método deductivo).

La tercera fase consiste en la confección de un cuestionario y encuestas que serán cumplimentadas por turistas, y entidades respectivamente.

Se elaborará la recogida de datos mediante cuestionarios durante varios días de Semana Santa aprovechando la mayor afluencia turística de estas fechas, realizando un trabajo de campo a pie de calle.

Por otra parte las encuestas a profesionales y entidades, serán llevadas a cabo de manera personal, habiendo concertado con anterioridad cita previa.

En esta tercera fase, se obtendrán también datos a partir de páginas web, el I.N.E., I.C.A.N.E. y de la Agencia Estatal de Meteorología.

Por último, tomando en consideración todos los datos previamente obtenidos, han sido elaboradas una serie de conclusiones acerca del tema escogido.

CÁTEDRA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

7. DEFINICIÓN DE CLIMA

La palabra clima procede del griego "Klima", que designa una zona de la tierra limitada por dos latitudes y que estaba asociada a la inclinación de los rayos solares y por extensión a las características meteorológicas predominantes.

Podemos decir que el clima se refiere a las condiciones medias del tiempo estudiadas estadísticamente en términos cuantitativos de la media y de la variabilidad de las magnitudes relevantes, relativas a un periodo de tiempo suficientemente largo, que generalmente es de treinta años (adoptado por la O.M.M.).

La agencia estatal de meteorología, del ministerio de medio ambiente y medio rural marino se fija en la clasificación Köppen que en su obra "Die Klimate der Erde", publicado en 1923, describe los climas del mundo en función de las temperaturas y las precipitaciones, y aunque esta obra fue escrita hace casi cien años, sigue en completo vigor, y es una de las clasificaciones más utilizadas en estudios climatológicos de todo el mundo.

"Para delimitar los distintos climas, se establecen intervalos de temperatura y precipitación, basados principalmente en su influencia sobre la distribución de la vegetación y de la actividad humana" (ESSENWANGER 2001).

Según esta clasificación, Cantabria está incluida dentro de los climas templados tipo C, cuya temperatura media del mes más frio, está comprendida entre los cero grados y los dieciocho grados. Köppen, distingue los subtipos Cs, Cw y Cf; conforme si se observa un periodo marcadamente seco en verano (Cs), seco en invierno (Cw), o si no hay una estación seca (Cf). También existe una tercera variante conforme sea en verano de caluroso: Temperatura media del mes más cálido mayor de veintidós grados centígrados (a: cálido); temperatura media del mes es menor o igual que veintidós grados centígrados, y con cuatro meses o más con temperatura media mayor de diez grados centígrados (b: templado); temperatura media del mes más cálido menor o igual de veintidós grados centígrados, y menos de cuatro meses con media superior a diez grados centígrados (c: frio).

El Cfb (clima templado, sin estación seca, con verano templado) se localiza en la región cantábrica e la que estamos incluidos.

(Agencia Estatal de Meteorología 2011) Cantabria tiene un clima Cfb, Cfa y Csb según sus zonas, además de Dsc (frio con verano seco y templado) y Dsb (frio con verano seco y fresco) localizado en pequeñas áreas de alta montaña de la Cordillera Cantábrica.

El número medio de días con temperatura mínima menor o igual que cero grados centígrados, es en la zona costera (entre cinco y diez días/año), en la zona central (cuarenta días/año), y en la zona sur (ochenta días/año). El número medio de días con una temperatura máxima mayor o igual de veinticinco grados centígrados es entre diez y treinta días/año en la zona costera, Liébana y Saja; entre treinta y sesenta días/año en la zona central; y ciento diez días/año en pequeñas zonas de alta montaña

8. EL CLIMA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO:

Las personas se sienten atraídas por determinados climas en función de muchos factores. Por ejemplo gente que vive en una zona seca o árida busca climas más húmedos y verdes; o una persona que vive en un clima muy cálido o muy frio, busca temperaturas templadas; así mismo, algunas personas escogen un clima en función de la actividad que pretendan realizar, como por ejemplo esquiadores, golfistas o ciclistas buscan unas condiciones climáticas favorables o agradables con el fin de desarrollar esas actividades.

9. INFLUENCIA DEL CLIMA EN LA PLANIFICACIÓN DEL VIAJE:

Uno de los rasgos característicos de nuestra sociedad es la inmediatez de los planes a realizar, con pocos días e incluso horas de antelación se realizan reservas de transporte, o alojamiento y se programan desde unas vacaciones, a una escapada de fin de semana o puente.

Así mismo, el índice de exigencia del turista en la actualidad es muy alto, paralelamente a la búsqueda de resultados inmediatos, o incluso directamente relacionado con ella, pues hoy en día se vive en un mundo especialmente ajetreado, se persigue optimizar los resultados del ocio, que la experiencia sea lo mejor posible. No sólo tanto en la calidad de los servicios que requiere, sino en todo su conjunto , por lo cual el factor clima es de suma relevancia, ya que de él influye que la visita de un lugar pueda ser no sólo más o menos satisfactoria, sino que condiciona aquellas actividades que quiera realizar.

La influencia de las nuevas tecnologías permite a la práctica totalidad de la población acceder a la información disponible en las redes, desde un móvil o una Tablet se puede saber con todo lujo de detalles el tiempo que va a hacer un determinado día en una zona concreta.

En consecuencia, los negocios se encuentran cada vez más con reservas y cancelaciones de última hora, haciendo que sea más difícil que nunca efectuar previsiones fiables sobre ocupación.

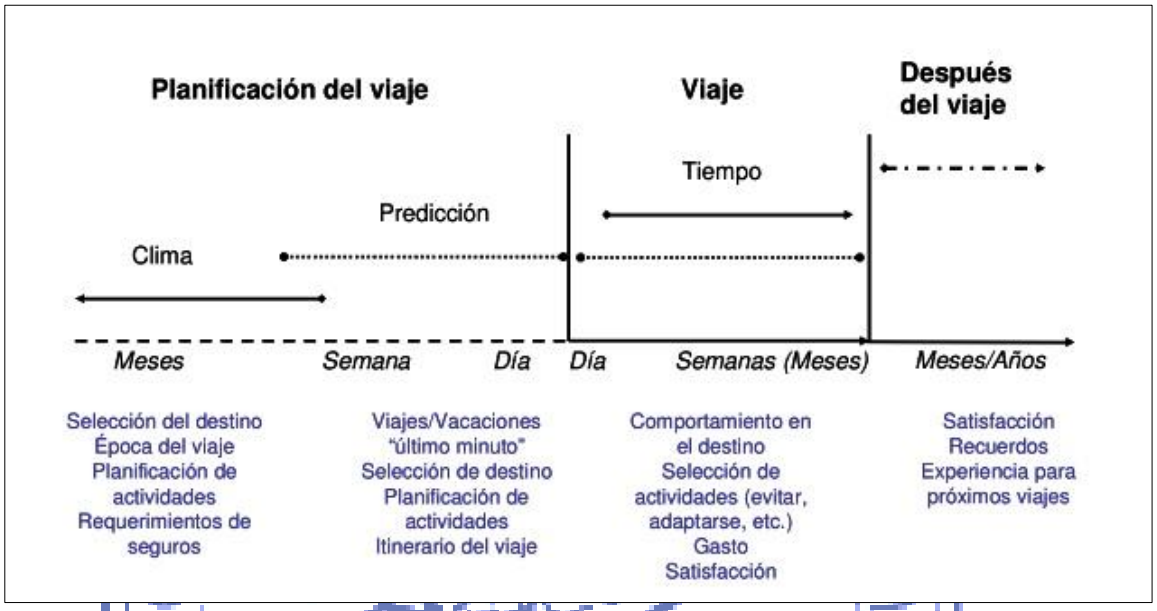
El único turista que se encuentra influido poco o nada por el pronóstico meteorológico es aquel que tiene como objetivo acudir a eventos específicos (torneos, actividades deportivas relevantes, fiestas de interés turístico, ferias de muestras, conferencias, ceremonias periódicas, …).

Basándose en el modelo de Gunn sobre el proceso de formación de la imagen de un destino, se pueden establecer una semejanza al que plantea el doctor Moreno, según el modelo Gunn establece siete etapas:

- Acumulación de imágenes mentales sobre el destino y conformación de una imagen orgánica.
- Modificación de la imagen inicial por información posterior, formándose una imagen inducida.
- Decisión de realizar un viaje al destino.
- Viaje al destino.
- Participación en el destino.
- Regreso al lugar de origen.
- Modificar la imagen basándose en la experiencia en el destino.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

El Dr. Moreno propone un modelo que tiene como protagonista el clima como elemento inhibidor que determina la elección final de un destino, según su teoría lo que en el modelo de Gunn son la segunda y tercera fase (modificación de imagen y decisión) ocurren en los días previos a la realización del viaje, siendo determinados por la predicción meteorológica; tal y como se puede ver en la tabla a continuación:



(MORENO 2010)

Una vez en el destino, a través de la propia experiencia, y de la importancia que tenga el clima en su experiencia, formarán una imagen. La cual, se modificará en un sentido u otro al volver a su lugar de origen.

Es importante tomar en consideración la imagen final del turista sobre un destino, pues el sujeto se convierte en una fuente secundaria de información, la cual goza de elevada credibilidad en sus círculos personales, además de en las redes sociales, foros,….

10. CÓMO INFLUYEN LAS DIVERSAS VARIABLES CLIMATOLÓGICAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

El conjunto de variables que influyen de forma muy notable en las posibles actividades turísticas o en el grado de confort que las personas van a sentir en su estancia en un determinado lugar (VALLE MELENDO 2006) serían la temperatura, la precipitación, el viento y la insolación; si bien dependiendo de las circunstancias determinadas del espacio observado puede llegar a considerarse junto con las citadas otros fenómenos meteorológicos como nieblas, tormentas, heladas ….

La temperatura: Dentro de esta variable se debe tener en cuenta varios factores que determinan la idoneidad, el primero de estos factores a tener en cuenta sería la temperatura máxima y mínima que se alcanza en un destino (siempre teniendo en cuenta valores relativos en consideración de un periodo vacacional que puede abarcar de unas cuatro semanas a varios meses dependiendo de la localización geográfica del destino); dentro de ese umbral de temperatura máxima y mínima, las personas no sentirán sofoco ni agobio, ni el frio resultara desagradable. La sensación térmica se encuentra vinculada a la humedad, es por tanto que las sensaciones de calor asfixiante o el frio más penetrante se dan en las proximidades de ríos, lagos, mares o cualquier entorno donde la humedad sea importante. La proximidad al mar suaviza la oscilación de la temperatura, siendo así destinos turísticos principales islas y costas frente a otras localizaciones de interior.

La precipitación: Al igual que el apartado anterior la precipitación se debe analizar desde diferentes puntos de enfoque. Uno de ellos sería la distribución de las precipitaciones, ya que pueden ser más o menos uniformes a lo largo del año o bien concentrarse en periodos determinados como es el caso del Asia Monzónica o más localmente el Sur y el Levante español, donde se producen fuertes lluvias en los periodos de primavera y otoño. El otro punto a tener en cuenta serían los días nublados y de lluvia de un destino, ya que las expectativas del visitante tienden a verse decepcionadas por no poder disfrutar de su ocio a la luz del sol; esto es frecuente en destinos de la España Verde.

El viento: Tiende a disminuir la sensación térmica, algo que ayuda a suavizar la sensación de calor donde está presente y por el contrario, cuando hace frio, resulta especialmente desagradable. La intensidad del viento es otro factor determinante, pues las fuertes corrientes impiden disfrutar de un ambiente tranquilo; no obstante las empresas turísticas han visto un recurso incluso en los destinos donde el viento es menos apacible en forma de destinos especializados en windsurf y sus variantes.

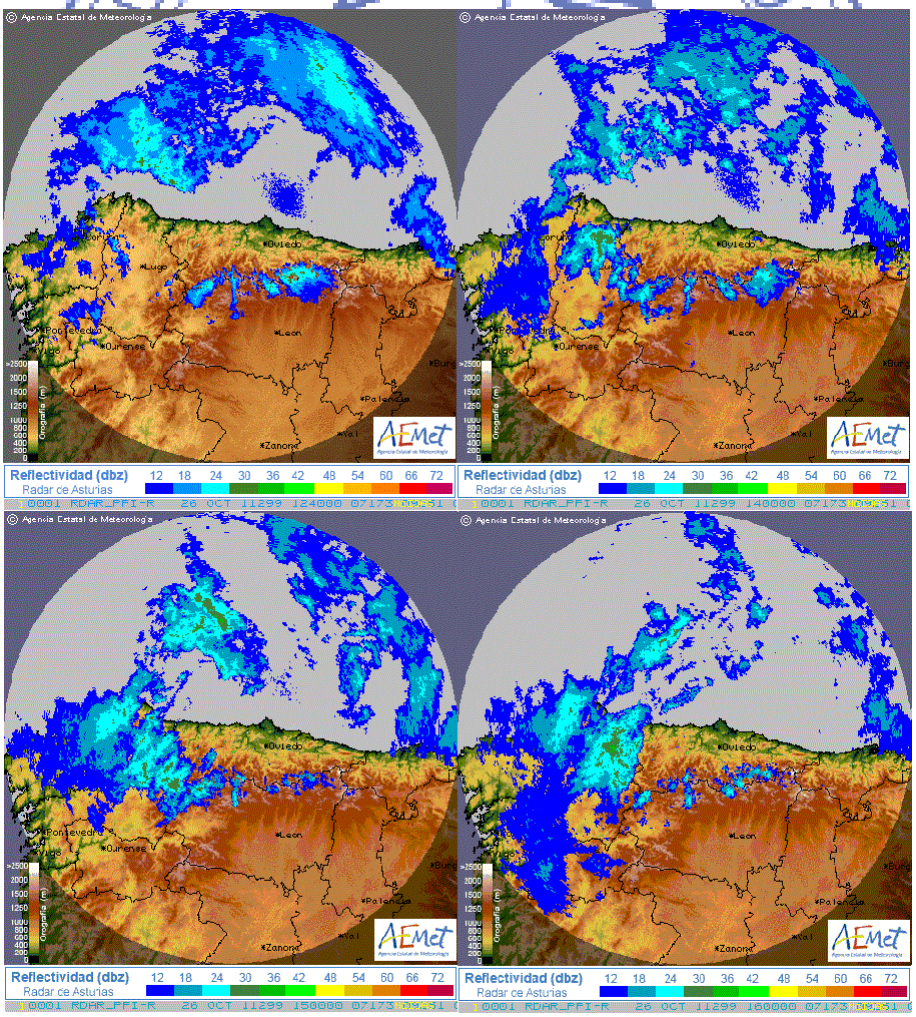
La insolación: El sol favorece el desarrollo de la mayor parte de las actividades turísticas; incluso aquellas que requieren de precipitaciones para su realización, como el esquí, prefieren practicar su deporte en un día despejado. El sol sin embargo puede ejercer un efecto negativo en tanto que aumenta la temperatura, y en casos de largo periodo de exposición, puede producir quemaduras en la piel, deshidratación, desmayos…; es por esto que algunos destinos resultan mucho más atractivos fuera de su periodo estival, cuando la fuerza del sol es menor.

Otros factores climáticos: En relación a las características particulares de cada destino puede resultar conveniente observar factores climáticos adicionales estos pueden variar en cuanto a diversidad e intensidad, pudiendo ser pequeñas trivialidades como niebla o tormentas eléctricas cuya repercusión en el turismo sea indirecta; como otros casos en los que su violencia impida el desarrollo de toda actividad, como son los huracanes en el Caribe o los Monzones en Asia.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

11. LOS ESPACIOS Y EL CLIMA:

Existe una relación directa entre el clima y los espacios físicos. Los elementos que componen el medio natural tales como la fauna, la flora y en algunos casos la propia topografía dependen de los fenómenos meteorológicos, y viceversa, las características determinadas de la orografía como las barreras montañosas pueden suponer una barrera física tanto para vientos, como para lluvias. Es conocido que generalmente cuando entran vientos de componente sur por Galicia, estos vienen acompañados de agua, al llegar a la cordillera Cantábrica y los Picos de Europa, estas montañas hacen de barrera de las lluvias, que quedan al norte de Castilla León, mientras que tanto en Asturias como en Cantabria, no llueve, sino que sólo pasa el viento de dicho componente sur (ALVAREZ 2011). En las imágenes que se muestran a continuación, se puede ver como a medida que las nubes avanzan hacia el norte, la cordillera cantábrica detiene la mayor parte de las mismas, que se desvían hacia otro lado o se transforman en precipitaciones; en cualquier caso no llegan a la ladera norte ni a la costa.



Tomadas el 26 de octubre de 2011. (ALVAREZ 2011)

Por otra parte algunos elementos del paisaje como los árboles, son determinantes en el clima del lugar en el que viven; los bosques por ejemplo absorben la energía solar, producen una regulación en la temperatura y la humedad (microclima) y evitan la erosión del suelo, ya que retienen el agua en el terreno y proporcionan nutrientes, y además evita que la lluvia y los ríos arrastren el sustrato dejando tras de sí piedra desnuda. La acción humana puede afectar en el paisaje y por tanto en el clima cuando tala bosques, crea pantanos, desvía el curso de los ríos Por otra parte, los asentamientos humanos se encuentran también condicionados por la influencia del clima. Se puede establecer una relación entre los espacios, la actividad humana y el clima en la que las características y cambios de unos afectan a los otros. La orografía y algunos elementos de la naturaleza como la flora.

12. ESTACIONALIDAD

Existe un conocimiento general sobre la estacionalidad de los destinos, esto es, en verano aumenta el número de turistas, debido tanto al clima, como a que las vacaciones de la mayor parte de la población son en este periodo. Esto genera que durante el resto del año, los destinos sufran por falta de demanda, algo que se acusa, a excepción de determinados hitos significativos, en los lugares con climas más fríos o con más precipitaciones.

Cantabria, a pesar de ser una región con una amplia costa, sufre de una importante estacionalidad. Durante los meses cálidos, el índice de visitantes es alto; mientras que el resto del año, la ocupación hotelera desciende notablemente. La pluviosidad en esta región impacta directamente en los turistas, los cuales se ven afectados en su estado de ánimo especialmente cuando vienen a la región en busca de sol y playa o durante la temporada estival.

Las condiciones climáticas de los destino varían a lo largo del año, siendo favorables para el desarrollo de las actividad turística durante determinados periodos de tiempo. Los flujos de clientes tienden a concentrarse durante esos periodos, creando "ciclos" que tienden a repetirse año tras año. La estacionalidad variará en función de una serie de factores tales como: la localización geográfica, y la estabilidad meteorológica, factores sociales (periodos vacacionales, costumbres, cultura,…), así como del tipo de actividad hacia la que está enfocada el destino.

12.1. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA

Según el gobierno de Andalucía (GOBIERNO DE ANDALUCÍA 2013), la estacionalidad repercute negativamente en el turismo de distintas maneras:

Económicamente: Se produce una baja rentabilidad de los negocios debido a periodos, en ocasiones prolongados, de baja actividad., que pueden llegar a causar ganancias negativas, a veces tan elevadas, que hacen que para ser sostenibles algunas empresas, tengan que cerrar durante los periodos de baja actividad, con el deterioro de las instalaciones que esto conlleva, y en ocasiones, provoca el cierre total de algunos de ellos Los empleos dependientes de la actividad turística (por lo general relacionados con el sector servicios), son frecuentemente precarios, y muchas ocasiones el contrato laboral se ciñe sólo al periodo de alta actividad turística. En algunos casos, debido a estas características hacen que el personal sea poco o muy poco cualificado, lo que repercute directamente en el descenso de la calidad de los servicios prestados. (CARRUITERO 2013)

Medioambiental: Deterioro del entorno por la explotación turística, sobrepaso de la capacidad de carga, contaminación, escasez de agua…

Infraestructuras: Saturación de carreteras, aparcamientos para vehículos, aeropuertos, saneamientos,

Masificación del destino tanto en puntos turísticos de especial relevancia como museos, playas, estaciones de esquí, atracciones, como en restaurantes, chiringuitos playeros…

Socialmente: Un exceso de turistas coincidentes en un mismo espacio, ya sea comercial o de otro tipo, puede ser agobiante para muchos de ellos, haciendo que aparezca un resentimiento hacia el colectivo turístico.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

13. IMPOSIBILIDAD DE ACTIVIDAD TURÍSTICA DEBIDO AL CLIMA.

Situaciones como tormentas, nevadas intensas, nieblas densas,.. Interrumpen la actividad turística y hacen necesario tomar medidas al respecto para evitar el deterioro de las infraestructuras, o poner en riesgo a los turistas. Ejemplos de esto pueden ser: ciclogénesis que destrozan hoteles en primera línea de costa, campings situados en la proximidad de ríos amenazados por el riesgo de crecidas, estaciones de esquí en zonas susceptibles de haber avalanchas o fuertes ventiscas,…

14. INFLUENCIA DEL CLIMA EN EDIFICACIONES E INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS.

Las peculiaridades del clima condicionan el tipo de edificios que se construyen en la zona para sostener la actividad turística, siendo necesario un mayor desembolso de capital en aquellos destinos donde el clima y las condiciones meteorológicas lo requieran. Como por ejemplo: la necesidad de aire acondicionado o calefacción en lugares que precisen dicha instalación por resultar cálidos o fríos (aunque sea solo durante unos pocos meses); el empleo de materiales específicos para garantizar el confort de la estancia (piedra en lugar de ladrillo, grandes tejados frente a terrazas); utilización de materiales aislantes del frio, humedad, cimentación especial,… hacen que diverjan considerablemente las inversiones que se deban realizar.

Por otra parte, es necesaria la configuración de una infraestructura capaz de soportar las inclemencias del tiempo. Con el fin de evitar no solo cortes de carretera, sino también el deterioro de las vías, se debe trazar adecuadamente la calzada, las vías férreas, crear parques de máquinas quitanieves,…

15. ESTADO DE ÁNIMO.

Las condiciones climáticas y meteorológicas cambian la percepción de un destino en un turista. Es generalmente conocido, que un clima templado y soleado fomenta un estado de ánimo positivo, por el contrario, las nubes, la lluvia, o el frío provocan reacciones negativas en los turistas. Esto último, varía dependiendo de los intereses individuales, si bien su estado de ánimo irá acorde con el cumplimiento de sus expectativas. La homeostasis consiste en aquel equilibrio climático en el que los seres humanos se encuentran a gusto, fuera de este estado las sensaciones de frio, calor, humedad,… hacen sentir incomodidad en algunos casos, y peligrar la salud en

otros. Ejemplos: Algunos climas cálidos, con exceso de humedad, pueden provocar fallos vasculares o problemas pulmonares en algunas personas; las variaciones bruscas de temperatura, comunes en áreas desérticas, no son recomendables para turistas de la tercera edad, o con alguna patología cardíaca.

Algunos médicos (SIERRA, 2013) se atreven a postular una teoría a cerca de la influencia del clima en la biología de las personas, efecto que se denomina meteorosensibilidad y que podría llegar a afectar a más de la mitad de la población. Algunos de los perfiles que se pueden observar serían los siguientes:

- El equilibrado: el cual es aquel cuyas hormonas cambian acorde con las variaciones meteorológicas, es decir produciendo unas u otras determinadas hormonas hasta lograr un equilibrio.
- El vagotónico: es el que experimenta una sensación de pérdida de energía e incluso apetito por la excesiva segregación de acetilcolina, un neurotransmisor que provoca debilidad muscular y fatiga.
- El simpaticotónico: es el que sufre una sensación de tensión, ansiedad,incluso hiperactividad.
- El serotonínico: es el que experimenta alteraciones en sus niveles de serotonina, pudiendo sufrir cambios en su estado de ánimo, y físicamente sufrir de espasmos musculares o taquicardia.
- El tirioideo: Es el que fabrica grandes cantidades de tiroxina y en consecuencia sufre de diarreas, sudoración, jaquecas ….

  Uno de los fenómenos meteorológicos existentes es el de la ionización del aire. "la formación de iones en la atmósfera comienza cuando una fuente de gran energía como los rayos cósmicos o la radiación solar ultravioleta, actúa sobre una molécula gaseosa y consigue arrancarle un electrón. El electrón desplazado se une a una molécula adyacente transformándola en un ión negativo, mientras que la molécula original queda transformada en ión positivo. El oxígeno del aire está presente casi por completo en forma de ión negativo por su gran afinidad por los electrones. El nitrógeno y sobretodo el dióxido de carbono se encuentran en forma de iones positivos" (CÁMARA DÍEZ, 2006).

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

Está demostrado que determinados fenómenos meteorológicos o artificiales producen la ionización positiva; vientos como el Siroco (del Mediterráneo), la Tramontana (Baleares, Cataluña y Pirineos) o el Föehn propio de las zonas montañosas como la Cordillera Cantábrica dejan tras de sí un aire cargado de iones positivos. Determinadas máquinas y electrodomésticos como el aire acondicionado, pantallas de televisión, tendido eléctrico...producen también la ionización positiva del aire. Por contra las precipitaciones, cascadas y surtidores de agua entre otros producen la ionización negativa.

Aplicado a los seres vivos, la ionización produce distintos efectos:

Los iones positivos propician dolores de cabeza, migrañas, brotes psicóticos, congestión nasal, accidentes cardiovasculares. Un ejemplo de este fenómeno es que cuando sopla el viento sur muchas personas se aquejan de estos síntomas.

Los iones negativos favorecen la aparición de otros síntomas más positivos tales como: una cicatrización más efectiva, respiración más agradable, efecto sedante, disminución de la presión arterial, sensación de bienestar, e incluso pueden mejorar el rendimiento intelectual. Algunas personas que vienen a Cantabria de zonas más cálidas y secas se ven aliviadas por la lluvia y el fresco.

Así mismo puede observarse otros síntomas vinculados a los cambios del tiempo como alergias, conjuntivitis, bajadas de tensión o de glucosa cuando hace mucho calor; problemas respiratorios y cardiovasculares (SAN GIL 1986) con bajas presiones; dolores artríticos y de ciática en zonas frías y húmedas; síntomas derivados de la ionización positiva en las horas previas a una tormenta….

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

16. CAMBIO CLIMÁTICO Y TURISMO

16.1. HISTORIA DEL CALENTAMIENTO GLOBAL:

Las primeras observaciones relativas al fenómeno climático del calentamiento global se remiten al siglo XIX, concretamente al científico Joseph Fourier, quien teorizó acerca la existencia de un conjunto de gases atmosféricos cuya cualidad principal residía en repeler parte de la energía solar hacia al espacio y, a su vez, retener el calor del planeta. El irlandés John Tyndall, por su parte, determinó la composición de esos gases: metano, dióxido de carbono y vapor de agua; que hoy se conocen como gases de efecto invernadero.

A finales del siglo XIX, en 1896, el químico sueco ganador del premio Nobel Svante Arrhenius observó que el uso de combustibles fósiles podía producir un aumento de las temperaturas a nivel generalizado, fenómeno que hoy en día se conoce como calentamiento global. Estas afirmaciones fueron archivadas y no se tuvo con ellas una mayor consideración.

En los años treinta del siglo XX, comienza a observarse, a nivel popular que los inviernos eran menos intensos, algunas revistas como el Time, dedican sus páginas a este fenómeno. En 1938 Guy Stewart Callendar un ingeniero aficionado a la meteorología, registró concienciudamente durante cuarenta años y posteriormente demostró como el aumento de gases producidos por la combustión del carbón producto de la revolución industrial, propició un aumento de la temperatura mundial, a lo que se denominó efecto Callendar. El estallido de la Segunda Guerra Mundial y su posterior periodo de recuperación, vuelven, de nuevo, a apartar de nuevo el calentamiento global de la atención prioritaria, y no es hasta los años cincuenta en los que se retoma de nuevo el tema. En las siguientes décadas distintos teóricos como Charles Keeling que se dedican a observar las emisiones y acumulación atmosférica de dióxido de carbono (CO_2). Se llega a la conclusión de que el planeta no posee una capacidad de absorción suficiente como para asimilar toda esa cantidad de gases, lo que repercutirá en un aumento de la temperatura con todas sus consecuencias, es decir avance de los desiertos, aumento del nivel del mar, inundación de zonas costeras, extinción de ecosistemas, incluyendo los suelos coralinos, principal fuente de oxígeno del planeta,….

Hasta comienzos de los años ochenta, la teoría del calentamiento global estuvo pareja con la teoría de la edad de hielo, según la cual se consideraba que inminentemente, aunque de forma gradual, la temperatura mundial experimentaría un descenso de las temperaturas hasta el punto de entrar de nuevo en una nueva era glacial. Ante esto, el calentamiento global era visto más bien una posible solución al problema. Finalmente, la teoría de la edad de hielo se fue desestimando, el hecho de que el aumento de dióxido de carbono estaba

produciendo un cambio significativo en el clima mundial se convirtió en una preocupación para los científicos de todo el mundo, se realizaron convenciones importantes en Ginebra y Kyoto en los que se establecieron compromisos de colaboración para frenar este cambio. Por desgracia, debido a la no-adhesión de los principales países contaminantes como China, India o Rusia, y al posterior abandono de otros como Canadá o Estados Unidos; dichas convenciones han quedado como una página en la historia, una utopía irrealizable debido a que los principales países contaminantes consideran los protocolos establecidos como un freno a su economía.

Ante la imposibilidad de detener el proceso, solo queda prepararse para el cambio, y una vez que se produzca, adaptarse a él. Los detalles son ahora mera cuestión de especulación, pero algunos autores como Spencer Weart (2006) afirman que "es muy probable que se produzca un importante calentamiento global antes de que nuestra generación haya muerto".

16.2. REPERCUSIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL TURISMO A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL:

Si se obedece a las previsiones de los científicos, en los años sucesivos se observará un aumento de las temperaturas que afectarán al turismo peninsular de distinta forma. Destinos comúnmente solicitados por los turistas tales como el Levante o la Costa del Sol, al aumentar considerablemente las temperaturas, experimentarán un declive, mientras que otros que tienen una alta estacionalidad debido a su clima como es el caso de Cantabria y el Norte de España, se verán favorecidos. Es también probable que los flujos de turistas extranjeros que en la actualidad gran parte de ellos proceden de una Europa más septentrional, se reduzcan considerablemente, por la aparición de nuevos destinos con clima favorable dentro de sus propios países o bien a menor distancia de sus hogares.

A nivel económico, la gran disminución de turistas en los núcleos tradicionales del Sur y Levante peninsulares, supondrán el cierre de muchos establecimientos directa o indirectamente relacionados con el turismo, traerán una precariedad en los empleos, y suponen un riesgo severo a la economía de la Nación, ya que es una de las principales industrias del país.

Algunas de las repercusiones más plausibles del cambio climático, al aumentar la temperatura, al disminuir las precipitaciones,…. serían la alteración y posible desaparición de muchos ecosistemas, tales como Parques Naturales, Reservas de la Naturaleza, e incluso recursos paisajísticos, como bosques caducifolios, praderas…. algo que repercutiría en el

mercado turístico, en cuanto a que se perderían estos recursos que son fuente de interés para los visitantes.

La desaparición de la nieve en zonas de cota baja debido al aumento de las temperaturas, o en general por falta de precipitación, tendrá una gran repercusión para las estaciones de esquí, ya que muchas verán reducidos sus kilómetros de pistas, llegando incluso en algunos casos a desaparecer. Además, todas ellas verán reducido el número de días en que se podrá practicar dicho deporte.

En relación a la cantidad de nieve, se ha de tener en consideración la disminución del caudal de los ríos, y el aumento de la temperatura de éstos, que repercutirá en las especies que los pueblan, caso de los salmónidos que viven en aguas muy frías que en esta Comunidad son el Asón, Pas, Nansa y Deva, este último compartido con Asturias. Así mismo acarreará la desaparición de charcas con su rica fauna, todo ello, provocando inclusive una carencia de suministro de agua en algunas zonas. También se verán afectados los kilómetros de río en los que se puede practicar el descenso en canoa, y otros deportes relacionados con las aguas bravas, que reducirán su longitud.

Debido al aumento del nivel del mar por la desaparición de glaciares, y la disminución de tamaño de los casquetes polares, la actual línea de litoral desaparecerá, viéndose destruidos no sólo muchos edificios e infraestructuras, sino que con este aumento desaparecerán o disminuirán de tamaño muchas playas, marismas, y otros hábitats se verán alterados, algunos ejemplos en España, serían el Delta del Ebro, La Manga del Mar Menor, o Las Marismas del Coto de Doñana. Aquí en Cantabria el Parque Natural de las Marismas de Santoña, Victoria y Joyel, así como el Parque Natural de Oyambre se verían seriamente afectadas.

La obtención de un recurso tan elemental como es el agua potable, se puede tornar en un problema debido a la sequía producida por la falta de precipitaciones, la desecación de acuíferos, la eventual salinización de pozos por la proximidad de agua salada, bajo aporte de agua dulce, y la sobreexplotación de los mismos.

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA "MARCELINO SANZ DE SAUTUOLA" altamira SANTANDER

16.3. MEDIDAS DE ACONDICIONAMIENTO AL CAMBIO CLIMÁTICO, POR PARTE DEL SECTOR TURÍSTICO:

Ante la incertidumbre que supone el cambio climático, los empresarios coinciden en que resulta necesario ser flexible y adoptar medidas tan pronto aparezcan los problemas, algunas de estas medidas podrían ser las siguientes:

- Estudio de viabilidad de las inversiones.
- Adaptación a los cambios, asumiendo los costes y la baja rentabilidad.
- Alteración en las reservas, cancelaciones, reservas de última hora, previsiones con respecto al pronóstico meteorológico.
- Previsiones en la variación de la demanda, y su respectiva alteración en el ámbito financiero.
- Adecuación de las infraestructuras para asegurar la estancia agradable y segura del turista.
- Dependencia de recursos procedentes del sector público.
- Adoptar medidas sobre ahorro energético tales como: el empleo de electrodomésticos de clase A (que tienen una eficiencia óptima de energía), sustitución de la iluminación por bombillas de bajo consumo o led, sustitución de combustibles fósiles por otros biológicos, empleo de fuentes de energías limpias como la solar para alimentar dispositivos de calefacción y refrigeración.
- Mejora de los aislamientos térmicos para evitar pérdidas de frío o calor, optimizando así el consumo de los dispositivos.
- Reducción de la emisión de gases de efecto invernadero responsables del cambio climático. cuando no sea posible se cobrará una tasa de compensación por la emisión de dichos gases, cuyos fondos tendrán como fin proyectos que contrarresten su efecto.
- Promoción del transporte público, los vehículos compartidos y las bicicletas para minimizar la emisión de CO2.
- Potenciar un consumo responsable del agua, tanto por parte de los empleados como de los clientes.

(SANCHEZ 2005)

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

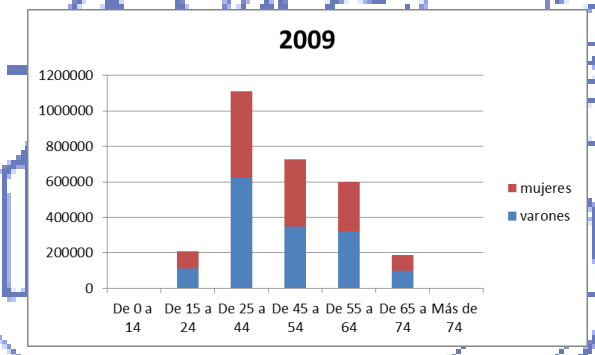
17. INFLUENCIA DEL CLIMA EN LAS DISTINTAS MODALIDADES DEL TURISMO.

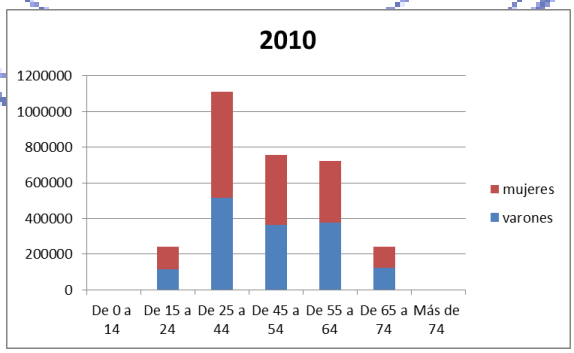
Con el fin de comprender con mayor profundidad la influencia del clima en el turismo, a continuación se abordarán distintos aspectos del sector, tales como el perfil del turista, sus motivaciones, además de distintas modalidades del turismo.

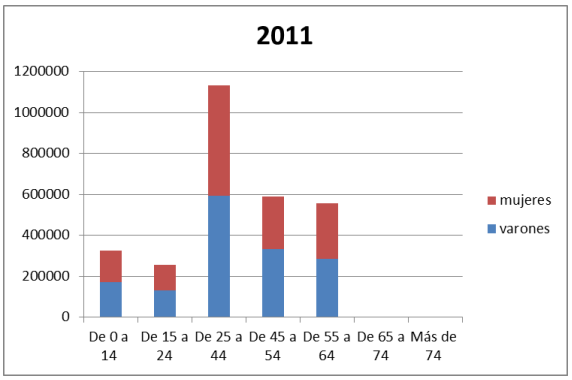
18. PERFIL DEL TURISTA DE CANTABRIA:

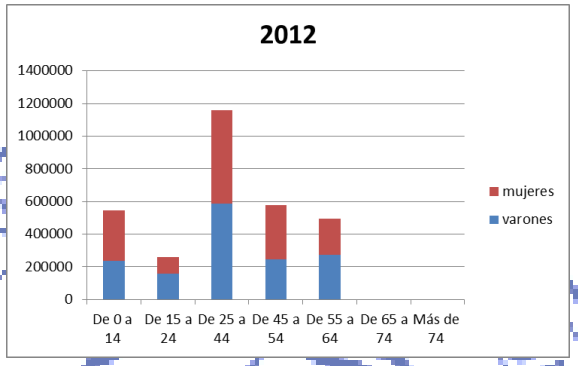
El estudio del perfil de turista de Cantabria, se ha realizado en base a los datos ofrecidos por I.C.A.N.E. (ICANE 2015), que a su vez ha tenido como fuente a Familitur, Frontur y Egatur. Los datos son los correspondientes a los últimos cinco años publicados, ya que el 2014 aún no lo está; por lo que el estudio comprende desde el 2009 al 2013 ambos inclusive.

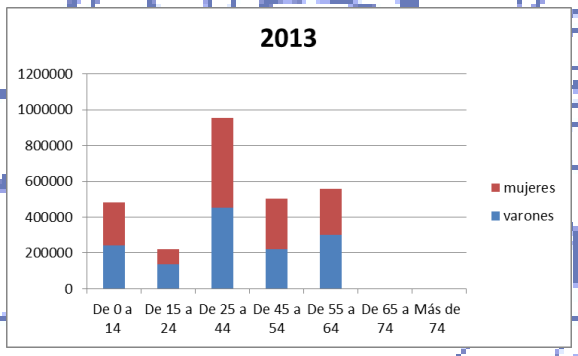
El turista que acude a Cantabria es un turista español mayoritariamente, superando ligeramente el número de varones al de mujeres; es un turista joven, ya que las edades comprendidas entre 25 y 44 años como se observa en los gráficos adjuntos están muy por encima de las demás horquillas de edad siendo en todas ellas muy similar la cantidad de visitantes



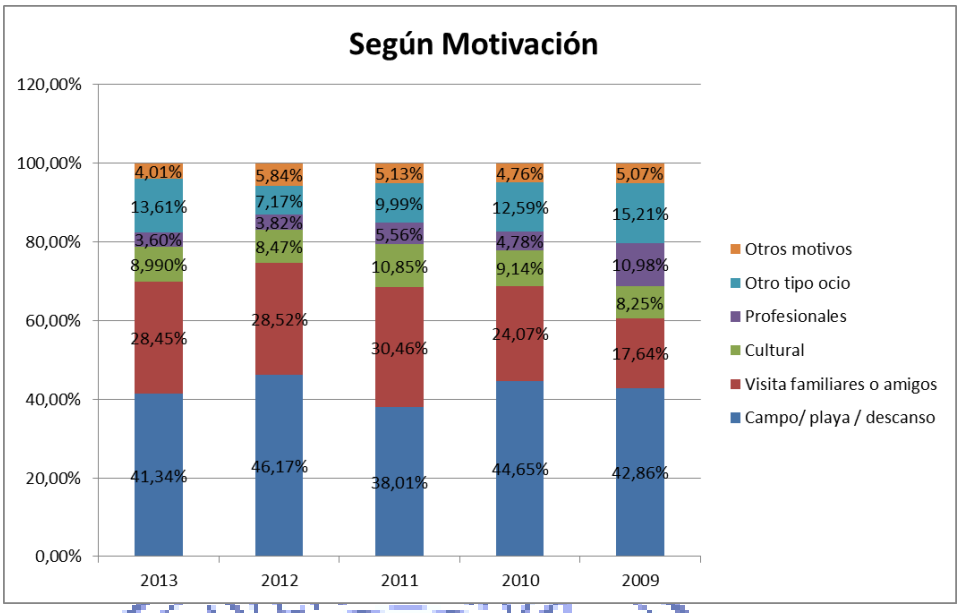






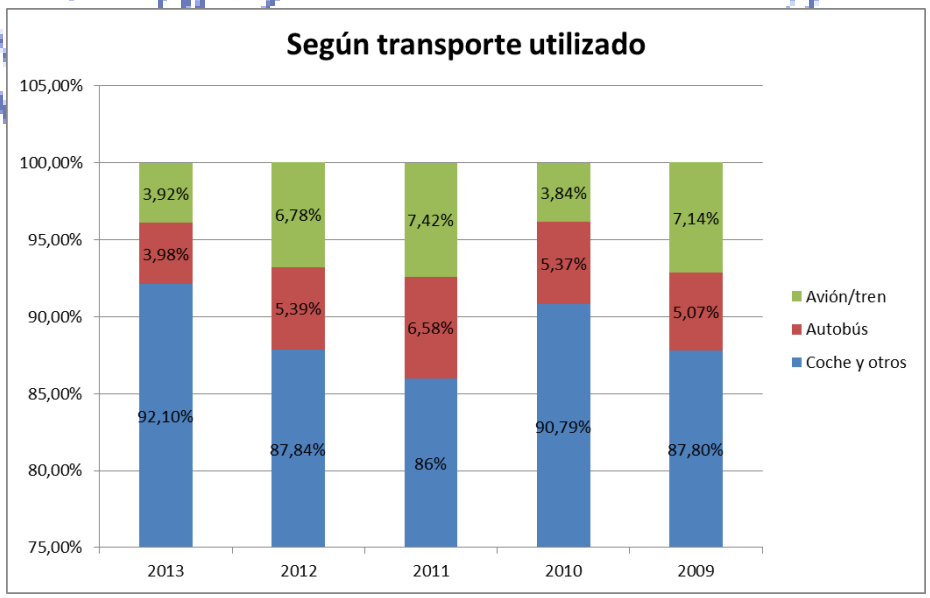


El motivo de su visita de los españoles es disfrutar del campo y de la playa así como de descansar, seguido de la visita a familiares y amigos, solamente un 9% de los que nos visitan lo hacen por motivos culturales, reduciéndose esta cantidad a la mitad cuando se trata de motivos laborales.

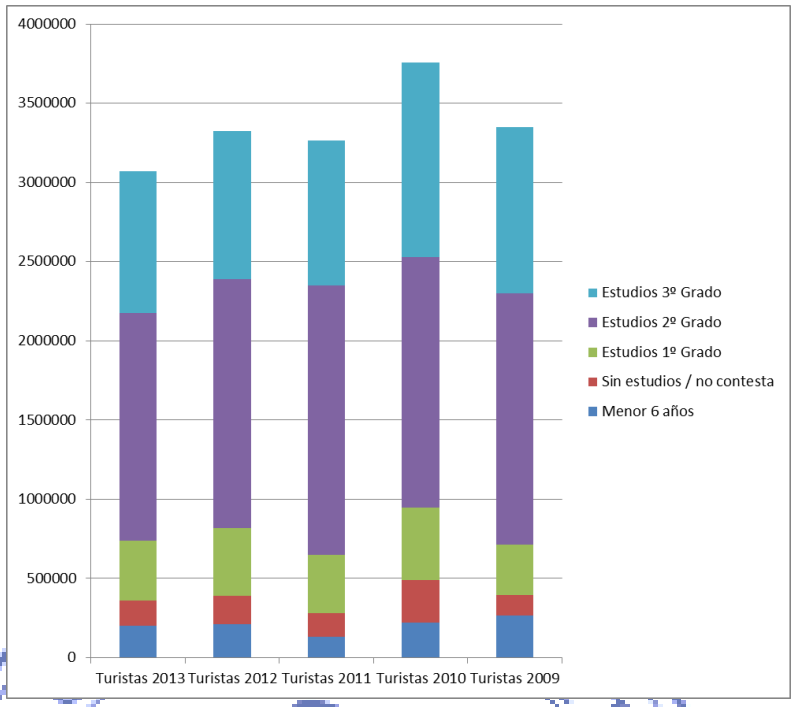


El tipo de alojamiento utilizado por el turismo nacional principalmente son las viviendas de amigos y familiares, en las que se aloja una media del 33%, seguidos de cerca por la vivienda propia, siendo la ocupación hotelera tan solo del 18.8%, y las casas rurales de tan solo un 6.8%.

El turista español que visita la Comunidad utiliza muy poco los viajes organizados, y su medio de transporte es mayoritariamente el coche.



El nivel de formación que posee es con diferencia los estudios de 2º grado, seguidos de los de 3º grado, por lo que podemos decir que es un turista culto.



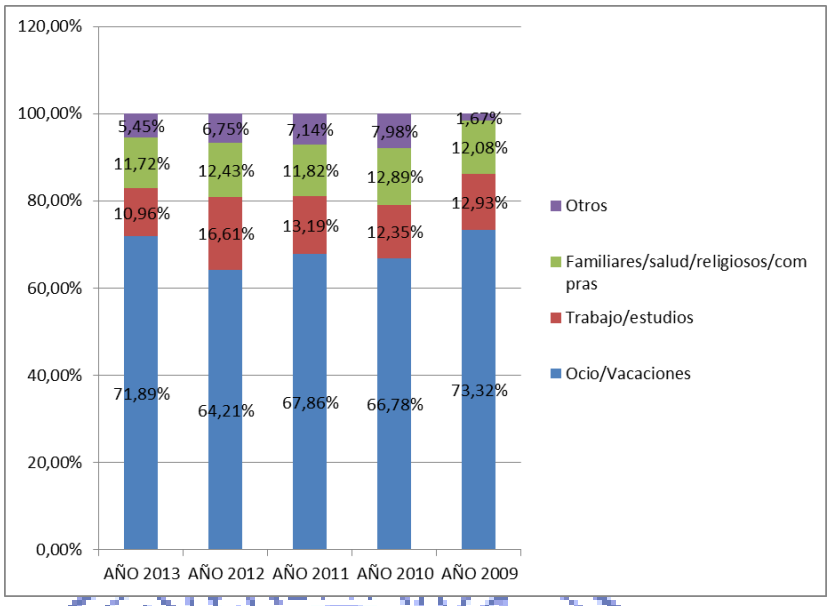
Las principales zonas de Cantabria que son visitadas por el turismo español son la zona de Santander , Asón–Agüera (debido a la proximidad con el Pais Vasco, en donde muchos de ellos poseen una segunda residencia), y la Costa Central no disponiendo de datos de las zonas del Besaya y los Valles Pasiegos . La pernoctación media es de 4.5 días.

La procedencia mayoritaria de los turistas es el País Vasco, Castilla León y Madrid, siendo también importante el número de viajeros de nuestra propia comunidad y de Asturias, aunque lejos de las tres primeras.

En cuanto al turismo extranjero el país del que más visitantes se reciben en Cantabria es el procedente de Francia, seguido de Reino Unido, Italia , Portugal y Alemania.

Las zonas más visitadas por este sector de viajero es Santander y la Costa Central.

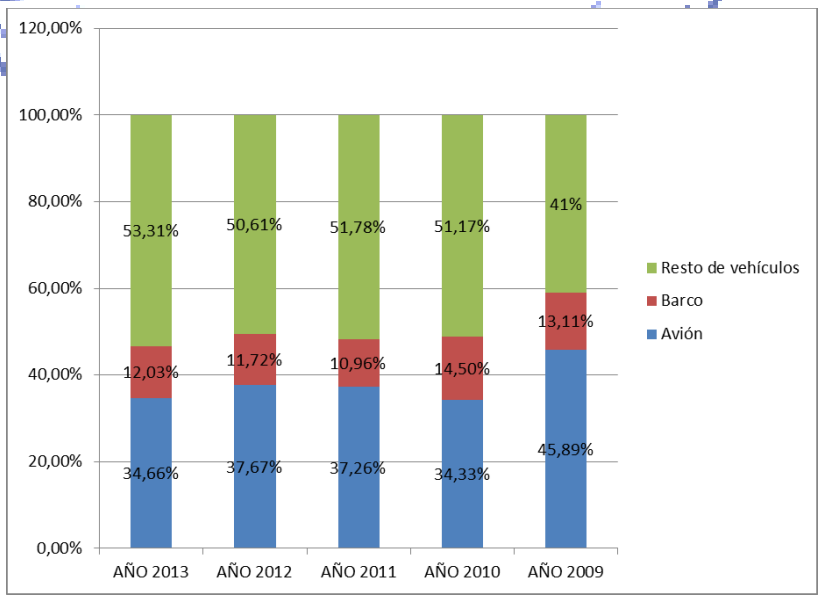
La principal motivación de su viaje es el ocio con un 68.8% seguidos muy de lejos por el trabajo y estudios o los motivos familiares o religiosos.



El tipo de alojamiento utilizado por el turista extranjero es primordialmente los hoteles en los que se aloja un 40%, seguido pero en mucho menor porcentaje por la casa de amigos y familiares, y por los campings. Las viviendas de propiedad son solamente un 4.7%.

Aunque la mayoría de los viajeros extranjeros vienen sin paquete turístico un 84%, si que es mayor que el de los viajeros españoles que casi no lo utilizan.

El medio de transporte también varía ya que aunque mayoritariamente utilizan el coche un 49.5%, el avión es el medio de transporte en el que llegan a nuestra comunidad el 37%, y el resto llegan en barco.



El gasto medio en estos cinco años del turista que llega a nuestra región es superior el del extranjero que el del español, siendo estos de 94€ frente a los 41,8€ respectivamente.

19. TURISMO DE MONTAÑA:

Desde finales del siglo XIX dado las temperaturas benignas del verano que había en las montañas, la belleza de sus paisajes, la tranquilidad y ausencia de masificación, las aguas termales que se encuentran en algunas de ellas, hace surgir un incipiente turismo de montaña, que en los siguientes años durante el siglo XX y los comienzos del XXI en el que estamos, cada vez no sólo ha ido creciendo, sino que se ha ido diversificando.

La aparición de esquí, snowboard, travesía con raquetas, esquí de montaña y posteriormente otros como la escalada, el senderismo… hace que este turismo cada vez sea más demandado y cada vez sean más las personas que con una mayor conciencia ecológica quieren disfrutar de la belleza de los paisajes que la montaña nos ofrece.

Este turismo es muy importante, ya que consigue ampliar la estacionalidad de la demanda, con un turismo similar al turismo rural, menos en las estaciones de esquí, que se masifican, y donde se instalan los resort (TURESPAÑA 2010). Ahora bien, tras el enorme crecimiento que tuvieron en la década de los noventa las estaciones de esquí, en la actualidad estas no sólo no crecen, sino que es prácticamente imposible que puedan hacerlo, más bien debido al calentamiento global, con el aumento de temperaturas que esto implica y ,que hace que cada vez sean menos el número de días que pueden estar abiertas las estaciones; y como la montaña es muy sensible a las intervenciones que en ella se hagan tanto las administraciones que han aumentado las exigencias, como los propios clientes, que al ser muchas de estas actividades caras en su práctica y son realizadas por un turismo de alto poder adquisitivo, y alto nivel de exigencia, por lo que se ha tenido que diversificar las actividades que desde ellas se pueden realizar, para ampliar la temporada a todo el año, no sólo a la época de nieve, y de esta manera obtener una adecuada rentabilidad.

Un ejemplo de esta ampliación de la oferta de montaña es Austria, con una serie de circuitos de senderismo, adaptados a las necesidades de los distintos tipos de turista, creando desde senderos de escasa dificultad, con áreas de descanso, anchos caminos, y con servicios de restauración dedicados a familias; otro tipo de senderos con una dificultad media, o senderos de cumbres, otros para practicar en invierno marchas con raquetas o senderos para Nordic Walking (marcha con bastones pero utilizando una técnica específica para este tipo de marcha), que también está muy potenciado en Suiza.

Otra de las diversificaciones que ha hecho Austria para ampliar la desestacionalidad, es la creación del Alpine Wellnes, que ofrece a los clientes wellnes, fitness, dietas sana y cuidados

exclusivos para la salud y el bienestar, son algunas de las nuevas actividades turísticas que se pueden realizar en este país.... .

Dado que España es el segundo país con más montañas de Europa con un 24% de montañas de más de 1000 metros sobre el nivel del mar, y un 76% con alturas de entre 500 y 1000 metros sobre el nivel del mar, tiene un alto potencial turístico para desarrollar otro tipo de turismo capaz de ampliar la desestacionalidad, aunque el turismo de montaña es mucho más dependiente del clima que otros tipos de turismo como puede ser el turismo cultural.

"Los visitantes de este tipo de espacios lo hacen principalmente motivados por su deseo de descansar y divertirse, lo que explica que las actividades realizadas sean mayoritariamente pasivas, como por ejemplo la fotografía (68%), las rutas en coche (60%) y la observación de fauna y flora (58,7%). Las actividades físicas ligeras también son importantes, y un 57% de los visitantes encuestados en el estudio manifestó realizar paseos cortos, frente a un 50% que realizo marchas más largas. Finalmente, entre las actividades deportivas principales se encuentran el senderismo (50,7%) y la bicicleta (32,4%)" (MORENO 2010)[2].

Cantabria tiene un 50% de su territorio con alturas superiores a 600m. y en su espacio se encuentra el macizo central de los Picos de Europa con montañas como Torre Blanca (2615 m), Peña Vieja (2613m.) y Pico Tres Mares (2222m), donde se encuentra localizada la estación de esquí de Alto Campoo.

Los Picos de Europa tienen un entorno muy atractivo, y fue el primer Parque Nacional de España (su gestión es de las tres comunidades autónomas en las que está situado: Principado de Asturias, Castilla y León y Cantabria), presenta una singular orografía en la que se entremezclan una frondosa vegetación, afilados picos desfiladeros como el de la Hermida, con posibilidad de realizar variadas actividades deportivas como la escalada, el senderismo, y el barranquismo.

Así mismo los Picos de Europa son Reserva Nacional de caza.

Y dado que "Los aspectos más valorados en la elección de un destino de turismo de naturaleza son la calidad del entorno y la diversidad del entorno, ambos aspectos claramente influenciados tanto de manera directa como indirecta por el clima" (MITC, 2004) tenemos que destacar que la climatología de esta zona suele ser dura. La humedad, la variabilidad de las temperaturas, la niebla y la lluvia suelen ser constantes durante la mayor parte del año, lo que favorece cuestiones como que los ríos tengan suficiente agua para realizar actividades

como la pesca, o el rafting, o una variada flora y fauna junto con unos paisajes verdes los cuales tienen un gran atractivo para el turismo de naturaleza.

Como apunte reciente en la región, cabe destacar la introducción de las raquetas de nieve en zonas donde el terreno y la inestabilidad de las nevadas imposibilitan la creación de pistas de esquí. Desde hace aproximadamente 4000 años en Asia Central, los pueblos nómadas utilizaron las raquetas con el fin de desplazarse sobre la nieve sin hundirse hasta las rodillas, posteriormente han sido utilizadas en los países del Norte de Europa y Norte América, en aquellos lugares, donde las nevadas dificultaban los desplazamientos. (VVAA 2010)

En la actualidad el senderismo en invierno con las raquetas de nieve, es una actividad lúdica, que tiene como principal característica que puede ser utilizada por personas de diferentes edades, no se necesita una preparación física importante, ni de una técnica compleja para el disfrute de esta actividad, y no requiere de un equipamiento costoso. Con ellas se puede disfrutar de un paisaje invernal, a la par de realizar un ejercicio físico. (TURESPAÑA 2010)

Durante el invierno, Cantabria tiene una serie de zonas aptas para el uso de esta modalidad, como son las montañas de Alto Campoo, Asón, Liébana y Saja. Son numerosas las empresas que realizan en pequeños grupos excursiones guiadas, y prestan las raquetas para el desarrollo de la actividad.

A nivel regional, dentro del turismo de montaña, destaca principalmente la estación de esquí de Alto Campoo; la cual, como todas las estaciones de esquí, está sumamente relacionada con el clima, ya que no se puede practicar el deporte si no hay nieve o si las condiciones atmosféricas son adversas (como cuando hay ventisca, o si se cierran los accesos por ser intransitables,…).

"La estación, con cumbres de 2.200 metros, tiene certificado de calidad UNE específica de las estaciones de esquí. Situada a 24 Km. de Reinosa en el municipio de Hermandad de Campoo de Suso, cuenta con 27,8 Km. esquiables y 3.2 Km de rutas de enlace que incluyen":

- *23 pistas (4 verdes, 9 azules y 10 rojas)*
- *13 remontes (5 telesillas y 8 telesquís)*
- *Circuito de fondo de 4,4 km*
- *Snowpark*

(CANTUR 2015)

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA MENÉNDEZ PELAYO altamira SANTANDER

En este caso, la relación entre el clima y la afluencia de deportistas se explica fundamentalmente en el número de días de apertura de las pistas, los cuales están directamente relacionados con la cantidad de nieve que haya en la zona; la cual debe alcanzar un equilibrio. Si hay poca nieve, o si la nieve es de poca consistencia, la pista permanecerá cerrada, así mismo pasará cuando haya demasiada nieve y las carreteras estén cortadas.

Para comprobar esta dependencia del clima, nos podemos fijar en varios parámetros: el número de días que estuvo abierta la estación, el número de esquiadores, así como el espesor de la nieve. (Ver gráfica y cuadro a continuación)

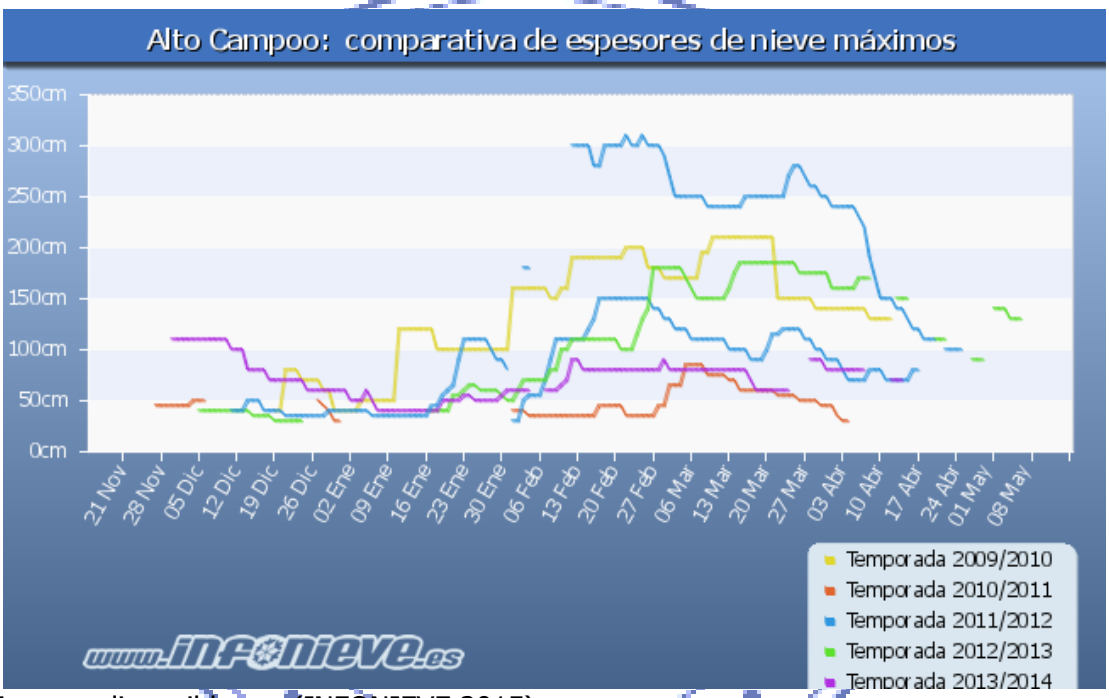


Imagen disponible en: (INFONIEVE 2015)

TEMPORADA	DÍAS ABIERTA	NÚMERO DE ESQUIADORES
2008-2009	180	164.000
2009-2010	N.D	130.000
2010-2011	30	40.000
2011-2012	71	73.739
2012-2013	N.D	N.D
2013-2014	N.D	84.186
2014-2015	114	99.186

Tabla disponible en: (NEVASPORT 2015)

20. TURISMO RURAL:

El turismo rural, es la actividad turística que se desarrolla fuera del ámbito urbano, por lo general en áreas poco pobladas de interior. Es un turismo no masificado y de calidad, que fomenta actividades turísticas relacionadas tanto con el patrimonio cultural en el amplio sentido (gastronómico, costumbres, folklore....), natural, y sostenible con el medio ambiente.

La comercialización de este tipo de turismo contribuye a generar riqueza en áreas más desprotegidas diversificando la economía basada principalmente en la ganadería y la agricultura, y frenando la creciente despoblación de las áreas rurales. Así mismo ayuda a potenciar la conservación y divulgación de costumbres y tradiciones que posiblemente sin esta actividad llegarían a perderse.

Este tipo de turismo cubre la necesidad de huir de las ciudades, del estrés, la rutina, la contaminación, los ruidos,... que son motivo de alienación para sus habitantes. Es entonces que se busca estar en contacto con el mundo rural, nos sólo para romper con los esquemas de la cotidianeidad, sino para impregnarse del descanso y la tranquilidad que estos lugares transmiten.

Una de las características que tiene el turismo rural, es que su demanda se distribuye durante todo el año, ya que acoge principalmente a turistas que realizan breves vacaciones sobre todo en fines de semana.

La estructura empresarial de las casas rurales se caracteriza por la fragmentación, dentro de una misma región pueden coexistir alojamientos de muy distinta clase, más aún cuando se comparan los de distintas comunidades, por lo que se puede decir que es una oferta muy atomizada y heterogénea.

Es Castilla y León la Comunidad con mayor número de alojamientos turísticos rurales en cuanto a número se refiere, pero Cantabria, que al contrario de Castilla es una Comunidad uniprovincial, tiene la mayor oferta de España en plazas/Km2 siendo estas 1,24 y correspondiendo 11,3 por cada 1000 habitantes según datos del I.N.E de 2009.

Otra de las características del turismo rural, es que el 90% de sus clientes son españoles, pero la mayor parte de ellos residen en la propia Comunidad. En Cantabria y en toda la España Verde la ocupación principalmente se concentra en los meses de verano, cuando la temperatura es más alta, y el índice de precipitaciones es menor.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

En cuanto a las actividades en relación con el turismo rural, (SHARPLEY y SHARPLEY 1997) indican que son principalmente informales y no planificadas, e incluyen el senderismo, paseos a pie, a caballo o en bicicleta, spa, y las visitas a edificios singulares y espacios protegidos.

Un estudio elaborado por el Instituto de Turismo de España publicado en el Plan Integral de Turismo Rural de 2014 revela que de una lista de varios items: entorno, seguridad, patrimonio, precio, alojamiento,….; el clima ocupa un puesto prioritario entre los cinco principales factores de decisión a la hora de escoger un destino de turismo rural para muchos países emisores. Un ejemplo sería para los turistas del Reino Unido (25,8%), Holanda (29,8%) Suecia (26,9%), Portugal (19,7%) o Bélgica (17,9%); cabe destacar que para otros turistas como los franceses o alemanes, el clima supone un factor de decisión secundario en favor de otros como el entorno, el precio o el trato al cliente. (INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA 2014)

21. EL TURISMO GASTRONÓMICO:

El turismo gastronómico está actualmente en auge, y despierta mucho interés a nivel mundial, dando lugar a todo tipo de eventos como el foro realizado en San Sebastián. La importancia de este sector es significativa, y aunque la media de pernoctaciones no es alta, si que tiene un alto nivel de desestacionalización, sobre todo a nivel de escapadas de fin de semana, o puentes, pudiendo ser ese un punto diferenciador que haga que el visitante, se decante por un destino u otro. Así mismo la oferta de rutas gastronómicas por determinados municipios, pueden ser decisivas a la hora de emprender un viaje. Además este turista, es un cliente que suele tener un buen nivel económico, y sabe valorar la calidad. (ZORRILLA 2011)

Uno de los principales pilares en los que se basa el turismo gastronómico es en la materia prima, con la que no sólo trabajan las manos expertas de los cocineros, sino que también se organizan eventos como: mercados, ferias, semanas gastronómicas, por ejemplo la semana de la alubia, o de la caza… (MARCA ESPAÑA 2015). En relación al tipo de producto, se puede trazar un nexo con el clima. Las condiciones atmosféricas determinarán desde la calidad de una cosechas, las características del producto, o incluso la viabilidad de una determinada especie; de la misma manera que la pluviosidad o relacionada con ella el desnieve de las montañas hace que en Cantabria existan ríos con aguas donde la pesca del salmón y la trucha no solamente sean un deporte sino que el consumo de ambos salmónidos de aguas frías sean un producto gastronómico muy valorado…

El clima de Cantabria, debido a la alta pluviosidad, y temperaturas templadas durante todo el año, da lugar a unos pastos abundantes, cuya cabaña ganadera sea una de las más importantes de España, con una importante y característica producción tanto a nivel de carne, como de leche, base para los distintos quesos con Denominación de Origen tales como los Quesucos de Liébana, y el queso picón Bejes–Tresviso.

Las carnes y embutidos están bajo el distintivo de Indicación Geográfica protegida, y son carnes procedentes de reses nacidas, criadas y sacrificadas en Cantabria, incluidas las razas de alta montaña, que pastan en las zonas altas. Este es el caso de la vaca Tudanca y Monchina, ambas autóctonas ésta última es natural de la zona de Cantabria, Vizcaya y Valle de Mena, al estar alimentadas con pastos naturales su carne tiene un sabor propio.

Los embutidos procedentes de la caza, tanto de cerdo, jabalí y corzo, gozan de un amplio reconocimiento, como es el caso de la zona de Liébana, cuyas bajas temperaturas del invierno favorece el secado. A su vez, esta región tiene un microclima propicio para determinados cultivos, tales como los garbanzos, ingrediente principal del tradicional cocido lebaniego, los frutales, y la vid de la que se extrae el vino de tostadillo y se destila el orujo de la zona, que se toma solo o con té recogido en el puerto. La popularidad suscitada por este licor ha dado lugar a la organización de un evento anual el segundo fin de semana de noviembre, la "Fiesta del Orujo", a la que acuden multitud de personas y está desde el 2012 declarada "Fiesta de Interés turístico Nacional", y donde cada año se nombra un "Orujero Mayor", título que recae en algún personaje de relevancia nacional. Este aguardiente tiene denominación Geográfica de Liébana, y es uno de los productos de más conocidos de Cantabria. (TURISMO DE CANTABRIA 2012)

Las características de los pastos, propiciado por el clima de la región, ha dado lugar a una variedad de productos derivados de los lácteos. Además de los distintos tipos de quesos y fermentos lácticos, anteriormente mencionados, se da en Cantabria una repostería basada en la mantequilla. Es propio de muchas localidades, el encontrar empresas mantenidas por dinastías de reposteros, con productos nacionalmente conocidos como los sobaos pasiegos, o los distintos tipos de hojaldres. Reposteros y cocineros utilizan la leche como base de las quesadas, la leche frita, o el arroz con leche.

Otros productos de la huerta como: la alubia, la berza o la patata, que se producen tradicionalmente debido a las características climatológicas de la comunidad. Todas ellas son la base fundamental de distintos cocidos como: las alubias con chorizo, o el cocido montañés, platos sencillos y sabrosos, guisados originalmente por su capacidad de aportar

las calorías necesarias para afrontar los días de invierno de esta región, pero que suponen un atractivo turístico.

A continuación propongo una breve relación de algunos productos regionales:

- *CARNE DE CANTABRIA. Consejo Regulador de la I.G.P. "CARNE DE CANTABRIA"CARNES FRESCAS*
- *COSTA DE CANTABRIA VINOS DE LA TIERRA*
- *LIÉBANA VINOS DE LA TIERRA*
- *PICÓN-BEJES-TRESVISO Consejo Regulador de la D.O.P. "PICÓN-BEJES-TRESVISO" QUESOS Y MANTEQUILLA*
- *QUESO DE CANTABRIA Consejo Regulador de la D.O.P. "QUESO DE CANTABRIA" QUESOS Y MANTEQUILLA*
- *QUESUCOS DE LIÉBANA Consejo Regulador de la D.O.P. "QUESUCOS DE LIÉBANA" QUESOS Y MANTEQUILLA*
- *SOBAO PASIEGO Oficina de Calidad Alimentaría (ODECA) PRODUCTOS DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA*

La Comisión Europea añadió el sobao pasiego, típico producto de la pastelería cántabra, a la lista de productos con denominación de origen protegida (AOP) e indicación geográfica protegida (IGP). (ORIGIN SPAIN 2015)

Sin estar directamente relacionados con el clima, son característicos de la gastronomía de Cantabria, las conservas (anchoas de Santoña), los pescados y los mariscos; si bien, son ingredientes de diversos platos regionales, como: el Sorropotún, elaborado a base de patatas y bonito, los maganos encebollados, las anchoas con pimientos…

22. TURISMO DE SOL Y PLAYA:

Turismo de sol y playa es el que se basa en el descanso a la orilla del mar, y con buen clima. Es un turismo del que gozan todas las edades sin distinción, ya que el tipo de actividades que se pueden realizar es muy variado, desde tomar el sol, baños, buceo,.... A este tipo de turismo se incorporan también otras actividades que se desarrollan en su entorno tales como ocio nocturno, degustaciones gastronómicas, visitas a entornos paisajísticos o culturales de los alrededores, práctica de otros deportes como golf,… (OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2011)

"Este turismo de Sol y Playa es un turismo que atrae a la mayor parte de turistas y por eso se puede incluir dentro del denominado turismo de masas". (GARCÍA SANCHEZ 2003)

Ya en 1735, en Inglaterra, las playas eran visitadas por la gente, acudiendo a ellas incluso en invierno, pues se creía que los baños en agua salada resultaban beneficiosos para la salud. No fue hasta 1775, cuando comenzó a visitarse las playas como un lugar de ocio, sin embargo, siempre se iba fuera de temporada estival, pues la aristocracia no se arriesgaba a estar bajo la acción del sol, ya que el bronceado se consideraba propio de las clases bajas. Fue en 1870 cuando comenzó el turismo en verano que la temperatura era más agradable, y se comenzaron a construirse centros en el Mar Negro, Cuba, Estados Unidos (California, Miami)...

La revolución industrial hizo que apareciese la clase media, que tenía unos salarios que le permitían viajar; pero el principal detonante ocurrió el 7 de junio de 1936 cuando el gobierno francés del Frente Popular, firmó una serie de derechos que a partir de ese momento tendría la clase trabajadora. Junto con la semana laboral de 40 horas, los trabajadores disponían entonces de dos semanas de vacaciones retribuidas, lo que dio lugar a los actuales periodos vacacionales que, por norma general, coinciden con los meses de Julio o Agosto, y a los que no solo tendrán acceso y las clases altas y medias acomodadas.

Entre 1970 y 1980 se comienza a construir grandes centros costeros en el Mediterráneo francés y español, que eventualmente han dado lugar a destinos consolidados dependientes totalmente del turismo. Así mismo, actualmente, el Mediterráneo y el Caribe son los destinos de sol preferidos por los turistas por lo que se encuentran muy masificados.

En Cantabria, y concretamente en Santander entre los años 1847-1930 se tuvieron lugar los Baños de Ola, una terapia de baño de oleaje, propiciado por los vientos que soplan en la Cornisa Cantábrica, que se convirtió en un fenómeno social de especial popularidad entre la alta burguesía que siguiendo las corrientes médicas que comenzaron en Inglaterra, y conjuntándose estas con el ocio. Esta actividad balnearia se practicaba en el Sardinero ya que tenía unas óptimas condiciones medioambientales, unidas a una bellísima panorámica, y a la promoción que supuso que fuera elegida por el monarca Alfonso XIII y su familia; lo que hizo que esta playa se convirtiese en un gran centro del turismo de aquella época.

La ciudad cuenta con cuatro estaciones balnearias, la primera y segunda playa del sardinero, la Concha y la Magdalena, instalándose también en San Martín y Puerto Chico unos baños flotantes par las personas con menos recursos económicos.

A principios del siglo XX, El rey Alfonso XIII, elige Santander como ciudad de veraneo, y aquí viene con su familia durante diecisiete años, lo que provoca que todo su séquito cortesano,

aristocracia y burguesía se instalen en Santander para pasar sus veranos, haciendo que la ciudad se ponga al nivel de otras ciudades Balnearias de Europa como Biarritz, Cannes, o Niza (AYUNTAMIENTO DE SANTANDER 2015).

Cantabria cuenta con más de noventa playas situadas en sus 220 Km. de costa, siendo estas de todo tipo: grandes, pequeñas, urbanas, tranquilas, de mar abierto o recogidas,…; todas ellas de finas arenas que en su morfología son tan variadas que pueden dar gusto a cualquier turista. A continuación se puede ver un compendio simplificado de las playas de la región.

(Imagen disponible en: (TURISMOCANTABRIA 2013)

altamira SANTANDER

El conjunto de playas que forman el Sardinero, están situadas en la ciudad y son unas de las más concurridas.

La playa de Oyambre, situada en la costa occidental, está dentro de un parque natural, y es una de las playas menos afectadas por la acción del hombre y mejor conservadas, de las que posee la Comunidad. De entre sus cualidades más relevantes están sus características dunas, al igual que las de la playa de Liencres, esta última próxima a Santander. Otro arenal a destacar es el de la Playa Salvé de Laredo, que es el más largo de todo el litoral cantábrico.

En verano la temperatura del agua ronda los 20ºC. lo que hace que esta sea agradable no sólo para el baño, sino para la realización de actividades náuticas. En otras épocas del año, con temperaturas mucho más bajas que durante el verano que no favorecen el baño, estas playas siguen teniendo un atractivo paisajístico enorme. Regularmente se puede ver gente paseando por ellas, o bien observando la bravura de su oleaje, disfrutando de su olor, o los beneficios de respirar por la orilla del mar, haciendo deporte sobre la arena, o incluso dentro del agua.

El número de playas de los Ayuntamientos de Cantabria son las siguientes:

1. *Val de San Vicente (6)*
2. *San Vicente de la Barquera (5)*
3. *Valdáliga (1)*
4. *Comillas (1)*
5. *Ruiloba (1)*
6. *Alfoz de Lloredo (1)*
7. *Santillana del Mar (1)*
8. *Suances (6)*
9. *Miengo (5)*
10. *Piélagos (6)*
11. *Santa Cruz de Bezana (2)*
12. *Santander (13)*
13. *Marina de Cudeyo (1)*
14. *Ribamontán al Mar (8)*
15. *Bareyo (2)*
16. *Arnuero (5)*
17. *Noja (2)*

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

18. Santoña (2)

19. Laredo (3)

20. Liendo (3)

21. Castro Urdiales (6)

De todas ellas actualmente sólo tres playas tienen Bandera Azul, un distintivo concedido por un jurado internacional, número muy bajo si lo comparamos a las 55 de la Coruña, las 18 de Asturias o las 18 también de Lugo, provincias que tienen un clima similar al nuestro, por lo que son competidoras al turismo de sol y playa.

Estas son:

- La playa de Berria en Santoña, con 2 km de largo y 150m de ancho, con un grado de ocupación medio.
- La playa del Sable en Arnuero de 150m de larga y 50 m de ancha, el grado de ocupación de esta playa es muy alto,
- La playa de la Arena, también en Arnuero con 100m. de largo y 40m. de ancho, y con un grado de ocupación medio.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

23. TURISMO CULTURAL:

La relación entre turismo y aprendizaje tiene como resultado el turismo cultural, en el que se conjuga el conocimiento de elementos arquitectónicos, hitos históricos, arte, modo de vida de distintos pueblos, naturaleza,...

Este tipo de turismo juega un papel importante a la hora de dar a conocer el patrimonio de un país destino, y contribuye a su preservación gracias a los beneficios que provienen del gasto de los turistas.

También como todo tipo de turismo es una fuente económica de aquellas ciudades o pueblos a los que contribuye a desarrollar.

Según datos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo correspondientes al año 2010, el turismo cultural constituye un segmento en auge que genera unos ingresos anuales de 6.000 millones de euros y atrae a 7,5 millones de turistas extranjeros al año.

Además, se calcula que aproximadamente el 60% de los turistas que recibe España tienen alguna motivación cultural.

Según datos de Turespaña presentados en 2011, "cuanto mayor es el contenido cultural del viaje, cuanto más se especializa, el turista aumenta el gasto", ya que estos viajeros tienden a elegir hoteles y servicios de mayor categoría.

Por lo que respecta a la demanda nacional, las visitas culturales acapararon la atención del 50% de los turistas españoles en 2011, según la encuesta Familitur del Instituto de Estudios Turísticos.

De acuerdo con dicha encuesta oficial, el turismo cultural lidera el ranking de gasto turístico de los españoles con un gasto medio diario de 95,8 euros, seguido de los viajes por prácticas deportivas (77,9 euros) y los desplazamientos por trabajo o negocios (59,8 euros). (MINISTERIO DE CULTURA 2011)

La influencia del clima en este sector de turismo no está demasiado estudiada por falta de datos, si bien, se ha observado que en Madrid, al ser la capital del país, y tener un elevado turismo de negocios, la ocupación durante todo el año es elevada. En las ciudades del sur, como Sevilla, Córdoba o Granada hay mucho más turismo en primavera y otoño debido a que las altas temperaturas del verano impiden disfrutar del entorno, al contrario de Santiago de Compostela, que tiene un marcado repunte en verano. Lo que sí está claro, es que aunque no es tanta la estacionalidad como puede darse en cualquier destino de sol y playa

consolidado, sí que se observa que los turistas tienen en cuenta el clima a la hora de elegir sus vacaciones cuando realizan un viaje cultural determinado.

El Camino del Norte (de Santiago), es otro de los muchos atractivos culturales turísticos de Cantabria, ya que las temperaturas templadas y la pluviosidad moderada de la primavera y el otoño hacen perfecta nuestra región para el turismo cultural. (VERDENORTE 2013)

Otro producto cultural interesante es el Transcantábrico, que circula desde finales de marzo a mediados de octubre, evitando los meses donde más inclemencias del tiempo se registran. (VERDENORTE 2014)

24. TURISMO SENIOR:

El turismo sénior o turismo de la tercera edad es el sector en el que tiene como principal característica que se encuentra comprendido entre los cincuenta y cinco años y los ochenta, abarcando un margen muy amplio de veinticinco años, es un turista que cuenta con una estabilidad económica, y con mucho tiempo libre en cualquier estación del año, y sin cargas familiares, ni la dependencia de los cursos escolares de sus hijos como otros sectores, razón por la que es muy interesante para las empresas turísticas, tanto por su volumen como por su capacidad de desestacionalización (HOSTELTUR 2015), sus gastos medios también son superiores (en un 11%) al de la población general. Además es un turismo en alza debido al creciente aumento de la esperanza de vida. Se calcula que la población de la Unión Europea dentro de este intervalo de edad pasará de ser un 17% (datos de 2014) a ser un 30% en el 2060 según datos de la oficina estadística de la Unión Europea (Eurostat.).

Durante la segunda mitad del siglo XX, el turismo de sol y playa supuso un gran motor en el incremento del sector turístico de la Península (principalmente en las costas del sur y levante, así como las islas Baleares y Canarias), debido al elevado número de turistas europeos que decidían pasar aquí sus vacaciones. Ante la necesidad de evitar el cierre de los establecimientos del sector, estos se ofertan a través de organismos públicos como es el IMSERSO, incentivando su oferta a través de bajadas de precios y de programas de entretenimiento especializados. (HOSTELTUR 2014)

A través de SEGITUR (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo), el programa sénior para turistas mayores de cincuenta y cinco años de toda Europa ha ampliado las zonas a las que iba destinado originalmente este turismo a un turismo de costa (no obstante, antes contaba con subvenciones que le han sido

retiradas). Ahora mismo, está también dedicando sus esfuerzos a que conozcan toda España, siendo los propios destinos turísticos los que, junto a los operadores, elaboren paquetes turísticos. Para ello, se valen de ofrecer sus destinos a unos precios competitivos, y aunque en ocasiones los márgenes son un tanto ajustados, se obtienen beneficios. Esto se debe a que los paquetes se venden en 17 países, con un número de potenciales viajeros en Europa que alcanza los ciento veintiocho millones (SEGITTUR 2014). Resulta por tanto necesario elaborar estudios sobre las necesidades, motivaciones,… de los clientes con el fin que les sea atractivo, ya que a estos turistas dan especial valor a elementos tales como tener unos buenos transportes, la buena educación de los profesionales, la seguridad en el destino, los servicios médicos, la naturaleza,…; pero no son partidarios de actividades físicas duras, ni de la nieve, ni la práctica de deportes, y aunque normalmente viajan en verano-otoño, tampoco les importa viajar en primavera.

Las asociaciones de jubilados son muy importantes en este tipo de turismo, ya que son estas una vía a través de la cual les ofrecen viajes; ya que, al haber muchas personas solas en este sector, disfrutan especialmente al viajar en grupos grandes.

La Comisión Europea (CE) ha impulsado el proyecto Sentour Connect, que tiene como objetivo el estudio y desarrollo de mecanismos para fomentar la movilidad del turismo sénior durante temporada baja y luchar así contra la estacionalidad. (OITS EUROPE 2015)

Así mismo, hay proyectos innovadores como Senior Rail Travel, que pretende facilitar la movilidad de este sector de la población en ferrocarril, fomentando, de esta manera, un turismo más sostenible y facilitando los viajes a los mayores por Europa (SEGITTUR 2015).

CÁTEDRA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

25. ENTREVISTAS:

25.1. INTRODUCCIÓN:

Dado el carácter de este trabajo, y con el fin de obtener y contrastar información sobre la influencia de la meteorología en el turismo, se consideró entrevistar a tres entidades representativas de las empresas del sector en Cantabria, dichas entrevistas fueron del tipo semiestructuradas, a partir de unos objetivos previamente planteados. Los representantes seleccionados fueron los directores de las respectivas Asociaciones de Turismo de Casas Rurales, Campings y Hostelería.

Para dichas entrevistas, se elaboraron cuestionarios adaptados a cada uno de los entrevistados, manteniendo varias preguntas, en mayor o menor medida, comunes, con el fin de contrastar la influencia del clima en los distintos sectores.

Posteriormente, se hizo una solicitud previa a cada una de las Asociaciones para concretar las entrevistas, las cuales se acompañaron con una grabadora, para evitar la pérdida de información y detalles; siempre garantizando al entrevistado la confidencialidad de los datos, sometidos siempre al rigor de un trabajo de fin de grado de la Universidad de Cantabria. Previamente, se preguntó a los entrevistados si tenían algún inconveniente en ser grabados.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

25.2. ENTREVISTA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS:

Objetivos:

- Conocer cómo afecta la estacionalidad al turismo de campings.
- Conocer la influencia del clima de la región en las instalaciones y equipamientos.
- Conocer el perfil del turista y en qué manera les afecta el clima
- Conocer las previsiones del sector acerca del fenómeno del cambio climático, y la sensibilidad de los clientes con respecto al medio ambiente.

Entrevistado:

El presidente de la Asociación de Campings de Cantabria, Pablo Alonso Astuy

Lugar de la entrevista:

c/ General Dávila, 115 (Finca de las Carolinas) 39006, Santander (Cantabria).

Respuesta:

Los clientes viene bien equipados, a pesar de eso, los campings tienen a su disposición cualquier equipo en caso de que los clientes no dispongan de él.

En Europa hay una mayor cultura campista, en España son campistas solo un 3 % de la cuota de mercado, frente a un 40% en países como Holanda; esto se traduce en que los extranjeros vienen mejor preparados, no solo en cuanto a equipo, sino también en lo que respecta a caravanas.

Los campings de la región sufren de una acusada estacionalidad, si bien, esta se ha intentado corregir mediante alternativas como el bungalow y mediante el fomento de los meses de junio y septiembre, cuando por norma general, hace bueno. Es importante dejar constancia de la importancia de la familia con niños, que es el principal perfil del campista, estos solo vienen cuando los más pequeños disponen de vacaciones. Se está promocionando el sector al jubilado extranjero que dispone de caravana, si bien prefieren zonas más soleadas.

Aunque la inversión inicial para crear un camping es mayor que en el sur o levante, estos se enfrentan a otros problemas como el excesivo calor o las fuertes precipitaciones y riadas.

Existe un perfil de turista que no se ve afectado por la climatología adversa es aquel que viene a algún evento muy concreto, tales como campeonatos deportivos o carreras. Para el resto de gente, cuando hace malo durante varios días, se van en busca del sol a otra parte.

Siempre que llueve, los turistas, especialmente los que vienen con niños, demandan una oferta de ocio alternativo a cubierto, así mismo por costumbre, muchas tiendas y negocios cierran en periodo estival, cuando más turistas hay que demandan sus servicios, esto es algo que se debería cambiar.

La lluvia y el mal tiempo son negativos para el negocio, ya que, aunque Cantabria dispone de buenas alternativas para unos pocos días, los campistas llegan a sentirse incómodos.

Existe una tendencia últimamente de realizar viajes cortos (alrededor de tres a cinco días), los cuales se realizan siempre tomando en consideración el pronóstico meteorológico. El extranjero por su parte, suele planear su viaje con bastante antelación, y cuando viene a quedarse durante un par de semanas, viene concienciado de antemano del clima que va a hacer.

En lo que respecta al fenómeno del cambio climático, los establecimientos de camping tendrán que adaptarse al cambio, sea en el sentido que sea.

La sensibilidad de los campistas con respecto al cuidado y protección del medio ambiente se acusa más en el colectivo extranjero, los españoles aun no tienen tan inculcada esa costumbre, y prima más en ellos su propia comodidad antes de tomarse las molestias necesarias.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

25.3. ENTREVISTA ASOCIACIÓN DE CASAS RURALES:

Objetivos:

- Conocer cómo afecta la estacionalidad al turismo de casas rurales.
- Conocer la influencia del clima de la región en las instalaciones.
- Conocer el perfil del turista y en qué manera les afecta el clima.
- Conocer las previsiones del sector acerca del fenómeno del cambio climático, y la sensibilidad de los clientes con respecto al medio ambiente.

Entrevistado:

El presidente de la Asociación de Casas Rurales de Cantabria, Jesús Blanco Oporto.

Lugar de la entrevista:

c/ San Celedonio, 49. Bajo. Santander, Cantabria

Respuesta:

El perfil predominante de las casas rurales es el de familias jóvenes con o sin niños. Y aunque las vacaciones de estos últimos condicionen el mercado turístico, no lo hacen totalmente el lo que respecta a las casas rurales. Aunque es cierto que en los últimos años muchos establecimientos se han visto forzados a cerrar en invierno.

La estacionalidad es un fenómeno complicado, si bien, las casas rurales hacen todo lo posible por abrir muchos fines de semana fuera de temporada, trabajando a su vez para ofrecer a los clientes experiencias nuevas, como actividades, gastronomía,…

Las características climáticas de Cantabria traen consigo un mayor coste que en otras regiones con respecto a la calefacción, aislamiento de frío, humedad, viento,…; es más, ahora en verano hace falta disponer de aire acondicionado.

El clima afecta poco a quienes vienen a la región por motivos específicos, pero en general, las parejas que vienen solas tampoco se ven afectadas de manera determinante.

En caso de mal tiempo, se demanda mucha información, especialmente cuando hay niños, Cantabria tiene una amplia oferta a este respecto, y los clientes quedan satisfechos gracias a esta oferta. Si bien es cierto, que sería conveniente invertir en alternativas donde gente de todas las edades pudiera gozar de entretenimiento. Para ello se están realizando proyectos como el centro Botín, pero siempre resulta interesante que se realicen inversiones de iniciativa pública.

Cuando es verano, hay muchos españoles que buscan refugio del calor en zonas más frescas, este es el caso de Cantabria, cuyo clima, a pesar de la lluvia, muchos agradecen.

En cuanto a las anulaciones de reservas y de estancias por mal tiempo, se ha visto una caída en su tendencia, debido en parte a la crisis o al fácil acceso a los pronósticos meteorológicos.

Las características del cambio climático son aun difíciles de predecir con certeza, si bien, junto con cualquier alteración climática se deberá llevar una adaptación del sector.

Por otro lado, la sensibilidad con el medio ambiente es aun solo preocupación de una minoría.

25.4. ENTREVISTA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA:

Objetivos:

- Conocer cómo afecta la estacionalidad al turismo de campings.
- Conocer la influencia del clima de la región en las instalaciones.
- Conocer el perfil del turista y en qué manera les afecta el clima.
- Conocer las previsiones del sector acerca del fenómeno del cambio climático, y la sensibilidad de los clientes con respecto al medio ambiente.

Entrevistado:

El presidente de la Asociación de Hostelería de Cantabria, Emerito Astuy Martínez.

Lugar de la entrevista:

c/ General Dávila, 115 (Finca de las Carolinas) 39006, Santander (Cantabria).

Respuesta:

El periodo estival y el buen tiempo determinan la estacionalidad, que sigue siendo un problema; para el cual se lucha fomentando el turismo de congresos, así como los eventos del tipo cultural, gastronómico,…

En el caso de los hoteles, el clima es un gran condicionante a nivel económico, ya que requiere una mayor inversión inicial en materiales y diseño; y posteriormente un gasto considerable en su mantenimiento (calefacción, desgaste, corrosión,…).

Los clientes que visitan la región con motivo de algún evento o por razones profesionales son quienes no se ven afectados por las condiciones meteorológicas.

En caso de lluvia, los clientes demandan ofertas de ocio alternativo tales como cuevas o museos, estas ofertas ayudan a fidelizar al cliente. Si bien, nunca hay suficientes opciones de este tipo de ocio.

Un colectivo de turistas procedentes del centro y sur de la península, debido a las altas temperaturas de sus lugares de origen, vienen a Cantabria en busca de su clima, más que en búsqueda de sol y calor.

Siempre ha sido común encontrarse con clientes que cancelan su estancia tras varios días de mal tiempo. Por otra parte, hace unos años, la gente reservaba con mucha anterioridad, lo que daba lugar a anulaciones de última hora debido a las previsiones de mal tiempo. Hoy, se

reserva con poca antelación al viaje, lo que a su vez hace que los negocios tengan que tener muy presente la meteorología en su política de turnos, así como en la contratación de personal eventual.

En referencia al cambio climático, los indicios apuntan a que se producirá un calentamiento global que hará que el clima de la región se parezca más al que actualmente hay en el Mediterráneo, de todas maneras, cualquier cambio tendrá su efecto en cuanto habrá que adaptar la infraestructura.

Los clientes españoles no disponen de una sensibilidad con el medio ambiente como lo tienen los extranjeros, y se preocupan más de su propia comodidad; es un problema educacional.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO
altamira
SANTANDER

26. ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DEL CLIMA EN EL TURISMO EN LA REGIÓN DE CANTABRIA:

Con el fin de conocer la percepción de los visitantes de Cantabria con respecto a la influencia del clima a su propia experiencia, he elaborado una encuesta en la que se respondan a distintos interrogantes que este trabajo fin de grado pueda suscitar. Para lograr una cierta diversidad de resultados, se han escogido tres distintas localizaciones en distintos momentos del día y, con diversas condiciones meteorológicas.

26.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

Las encuestas realizadas a pie de calle han tenido como fin los siguientes objetivos:

1. La fidelidad de los visitantes a la región, en relación al clima.
2. El tiempo de estancia medio de los turistas, y la tendencia de estos a cancelar sus reservas en caso de mal tiempo.
3. Principales motivaciones de los turistas de la Región, y la influencia del clima en sus actividades.
4. La tendencia de las personas a consultar el pronóstico meteorológico previamente a la organización del viaje.
5. La fidelidad en los pronósticos meteorológicos.
6. La consideración de los turistas a cerca de los recursos naturales y patrimoniales de la región a pesar de un clima desfavorable.
7. La adecuación de la red viaria e infraestructuras en caso de inclemencias meteorológicas.
8. Apreciaciones personales a cerca del ocio alternativo a cubierto en Cantabria.

26.2. PLANTEAMIENTO DE LA ENCUESTA:

El método escogido ha sido el de la encuesta personal, para el que se ha confeccionado un cuestionario.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

26.3. CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA:

Las entrevistas del cuestionario se realizaron a pié de calle de manera aleatoria.

Para lograr una mayor representación de los datos, se escogieron tres localizaciones distintas, en distinto día, a distinta hora y con un espectro variado de condiciones atmosféricas.

Dado que el universo de visitantes del mes de abril durante el año 2014 fue de 83.288 individuos (ICANE 2014), se calculó el tamaño de la muestra con un nivel del 90% de confianza con su correspondiente porcentaje de error del 10%, siendo el resultado del tamaño de la muestra de 68 encuestas. La fórmula utilizada para dicho cálculo (NETQUEST 2013):

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot \sigma^2}{e^2}$$

26.4. TABULACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Para la elaboración de este cuestionario se ha llevado a cabo una confección de tres conglomerados de preguntas distintas: Uno de aspectos socioeconómicos, otro de intereses y motivaciones y otro de valoraciones personales. A partir de los cuales se han ido seleccionando las cuestiones más relevantes y descartando las menos interesantes para este trabajo. Posteriormente se llevó a cabo un proceso de simplificación y aclaración, recurriendo en algunos casos a la inclusión de textos explicativos a las preguntas, para hacer el cuestionario más sencillo y rápido de responder. Por último, se realizó una corrección gramática y sintáctica para eliminar los últimos errores.

Finalmente, se concretó en 13 el número de cuestiones que componen el cuestionario, estimando su tiempo de realización en un minuto por encuesta.

26.5. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

Si bien sería necesario realizar más recogidas de información dada la amplia diversidad de ámbitos de la oferta turística, así como los distintos registros climáticos que existen en la región; este cuestionario recoge, con el mayor rigor posible, la influencia que el clima tiene en la experiencia de los turistas en Cantabria.

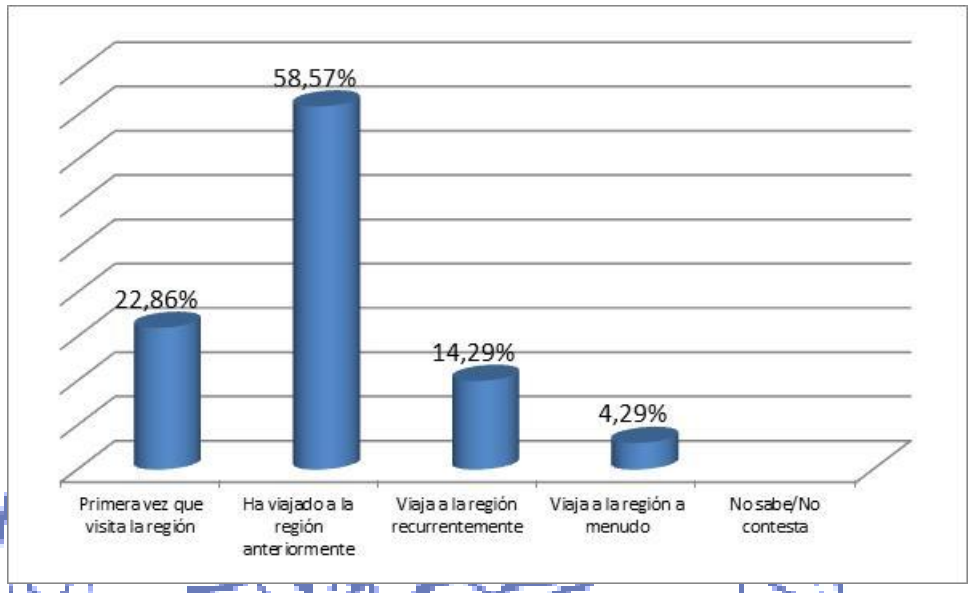
Así con todo, a continuación están reflejados los resultados a los cuestionarios realizados, ilustrados mediante representaciones gráficas.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

26.6. PREGUNTAS

1. ¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA CANTABRIA?

Frente a una diversidad de opiniones, se observa una tendencia significativa de visitantes que han visitado la región con anterioridad y que deciden volver a Cantabria (58,57%), frente al 22,86% que visitan la región por primera vez.



Por su parte, se denota un colectivo bastante fiel que viaja a Cantabria recurrentemente (14,29), esto es dos o tres veces al año; y un pequeño grupo (4,29%) que sin residir en Cantabria, viaja a ella siempre que tiene ocasión.

2. ¿CUÁNTAS NOCHES VA A QUEDARSE EN CANTABRIA?

Dada la coyuntura de fechas de cuando se realizaron las encuestas, los datos recogidos acerca de la duración de la estancia de los turistas en Cantabria se clasifican en solo dos rangos: Los que no pernoctan, con un 62,86%; y los que se quedan en la región 3 noches, con un 37,14%.

Se puede observar una marcada tendencia de los turistas (o en este caso visitantes) a no pernoctar en la región, bien porque se encuentran alojados en otra Comunidad Autónoma, bien porque residen en una provincia vecina.

3. ACTIVIDADES QUE PIENSA DESARROLLAR EN EL AREA:

La totalidad de los elementos entrevistados (100,00%) dejaron constancia de que su motivación esencial en la región era el ocio, si bien algunos se encontraban visitando cascos históricos o monumentos destacados del patrimonio natural o cultural, afirmaron haber venido a Cantabria en busca de relajación y disfrute.

4. ¿CONSULTÓ USTED EL TIPO DE CLIMA DE CANTABRIA Y EL PRONÓSTICO METEOROLÓGICO CUANDO ORGANIZÓ EL VIAJE?

Una marcada mayoría de los turistas entrevistados, un 87,14%, consultan el pronóstico meteorológico durante la organización del viaje, frente a solo un 8,57% que no lo hizo. Esto se debe en parte al fácil acceso que permiten las nuevas tecnologías a datos de tipo meteorológico, gracias a páginas de internet, muchas veces vinculadas en los propios portales de turismo, que pueden ser consultados durante la planificación del viaje.

Una minoría, un 4,29%, no dio su opinión al respecto por distintas causas.

5. EN CASO AFIRMATIVO, ¿SE CUMPLIÓ DICHO PRONÓSTICO?

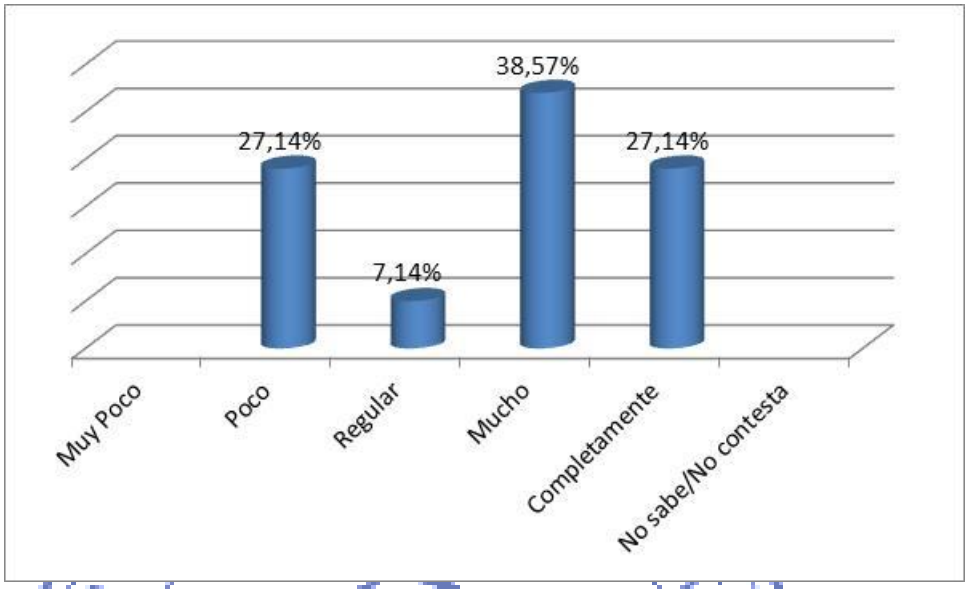
Un 81,43 % de los turistas que consultaron el pronóstico meteorológico, vieron satisfechas sus expectativas con respecto al clima, frente a solo un 5,71% que no lo hicieron. De lo cual se puede notar una gran fiabilidad de los servicios meteorológicos consultados.

El 12,86% de encuestados encuadrados en la opción "No sabe/no contesta" corresponden a los que no respondieron afirmativamente la pregunta anterior, por lo que estaban excluidos de esta.

6. ¿QUÉ INFLUENCIA HA TENIDO EL CLIMA EN EL DISFRUTE DE SU EXPERIENCIA EN CANTABRIA?

Un 61,43% de los turistas afirman que no ha influido el clima en su experiencia, por otro lado, un 38,57% afirman que el clima (sol, humedad, viento, temperatura, precipitaciones,…) supuso un factor favorable en el desarrollo de su estancia en la región.

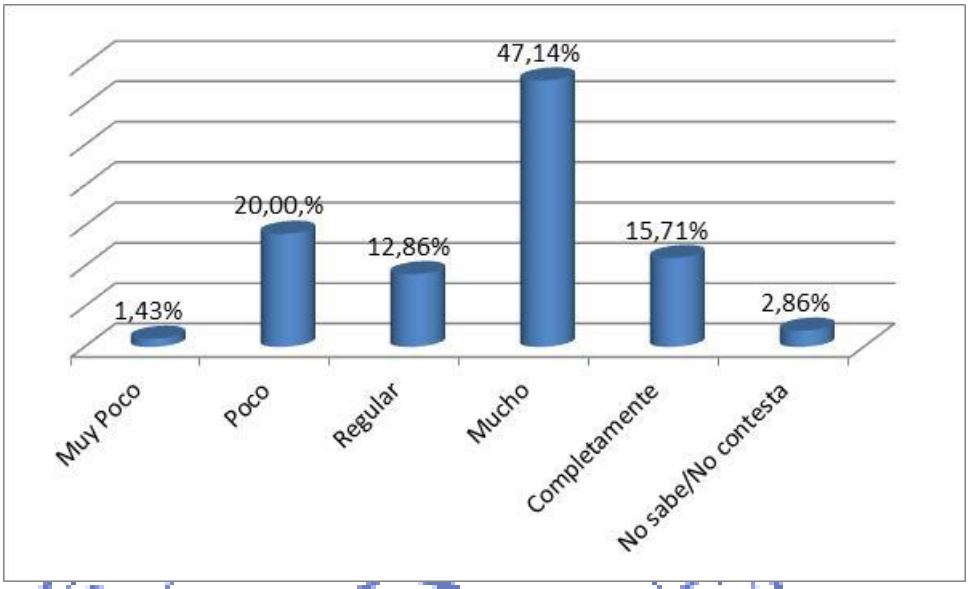
7. ¿CONSIDERA QUE LAS INFRAESTRUCTURAS EN CANTABRIA ESTÁN ADECUADAS AL CLIMA DE LA REGIÓN?



Se ofrece una amplia variedad de opiniones con respecto a la adecuación de infraestructuras (carreteras, calzadas, vías, estaciones, aeropuertos,…) a las posibles inclemencias del clima de la región. Un 27,14% cree que la región dispone de una preparada red de infraestructuras; un 38,57% cree que la región está muy preparada; un 7,14% opina que se dispone de una suficiente red de infraestructuras con respecto al clima; y por último, un 27,14% opina que la preparación de las infraestructuras frente al clima es insuficiente. Con respecto a estos últimos, he de añadir que la práctica totalidad de ellos (18 de los 19) fueron encuestados en la villa de Santillana del Mar, en un día en el que llovía y que por tanto, el empedrado estaba resbaladizo.

altamira SANTANDER

8. ¿CONSIDERA QUE EL CLIMA SUPONE UN ELEMENTO NECESARIO EN LA REALIZACIÓN SU ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CANTABRIA?



Se observa como una mayoría significativa, del 47%, considera que el clima es muy necesario para la realización de su actividad turística, la dispersión del resto de respuestas es más uniforme correspondiendo a los siguientes valores: 1,43% consideran que el clima es muy poco necesario para el desempeño de sus actividades turísticas; el 20,00% creen que es poco necesario; el 12,86% es más o menos indiferente, y el 15,71% afirma que requiere un clima determinado o no disfrutaría de su experiencia en la región.

Por último, un pequeño número de turistas encuadrados en el grupo "no sabe/no contesta" (2,86%) opinó que para ellos el clima es algo circunstancial, que si bien, se puede tolerar el tiempo desapacible, no así una reiteración constante de varios días con mal tiempo.

9. ¿CONSIDERA QUE LOS RECURSOS NATURALES DE CANTABRIA MERECEN LA PENA INCLUSO CON MAL TIEMPO?

Por norma general, un 98,57%, opina que los recursos naturales de la región merecen la pena conocerse incluso con mal tiempo, es más, hay muchos que comprenden que es gracias a este clima que los recursos naturales son los que son. Existe, no obstante, un pequeño colectivo marginal (1,43%) que opina que no visitaría la región en caso de mal tiempo, a pesar de los paisajes, flora, o fauna.

10. ¿CONSIDERA QUE LOS RECURSOS PATRIMONIALES DE CANTABRIA MERECEN LA PENA INCLUSO CON MAL TIEMPO?

De forma generalizada (97,14%), los turistas respondieron que los recursos patrimoniales de Cantabria suponen un elemento ineludible a costa del mal tiempo, frente a una minoría (2,86%) que cree que no vendría a la región a visitar sus hitos patrimoniales con mal clima.

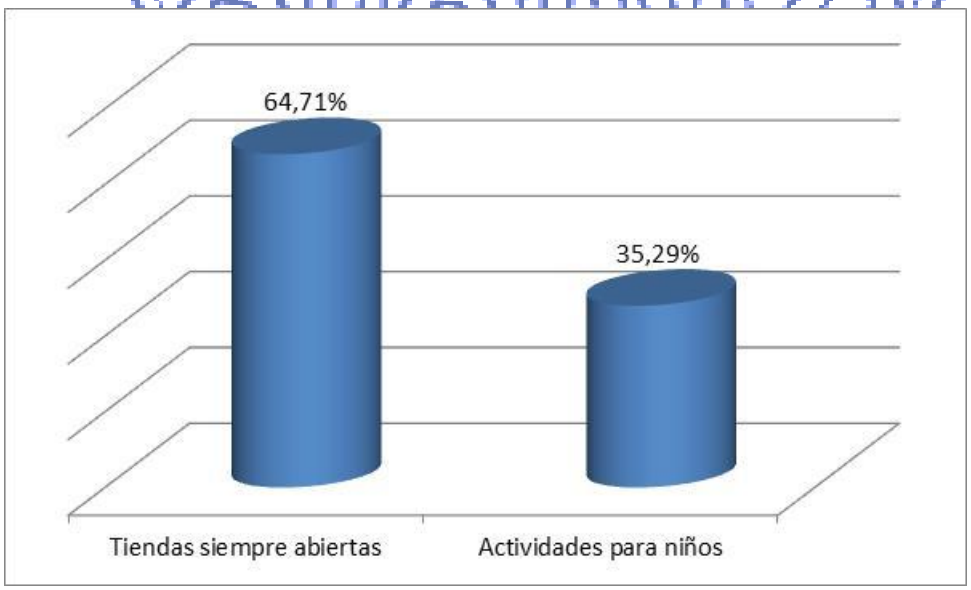
11. ¿LE INFLUIRÍA LA CLIMATOLOGÍA ADVERSA EN LA DURACIÓN DE SU ESTANCIA EN LA REGIÓN?

Un 81,43% de los encuestados niega que efectuaría cancelaciones en sus estancias en la provincia si se dieran uno o varios días de mal tiempo. Un grupo más pequeño, un 18,57%, si cancelaría sus reservas previamente o durante su estancia si supiera que iba a hacer mal tiempo.

12. ¿CONSIDERA NECESARIO UNA MAYOR OFERTA ALTERNATIVA EN CASO DE MAL TIEMPO EN CANTABRIA?

A pesar de que una mayoría de los encuestados (51,45%) considera estar satisfecho con la cantidad de oferta a su disposición en caso de mal tiempo, solo existe un mínimo margen de los que no opinan lo mismo (48,57%).

13. EN CASO AFIRMATIVO, ¿TENDRÍA USTED ALGUNA SUGERENCIA?



De aquellos que en la pregunta anterior respondieron afirmativamente, un 64,71% respondió que la oferta de tiendas era insuficiente, e incluso que no entendían como en días de fiesta, cuando es temporada alta y más turistas hay en la ciudad, el comercio tenga que

cerrar. Algún encuestado llego a sugerir que el comercio en los destinos debería estar supeditado a los principales flujos turísticos, y los comerciantes deberían limitar sus vacaciones a temporada baja y siempre de forma escalonada (es decir, que siempre haya alguna otra tienda abierta). Otros dijeron que resulta un inconveniente que grandes centros comerciales como "El Corte Inglés" se encuentren en las afueras, lejos del centro urbano, que disponer un gran centro comercial, o de tiendas, junto con cafeterías, restaurantes y otras actividades de ocio como el cine, resultan ventajosas para el turismo cuando llueve.

Un 35,29% de los encuestados reconoce que Cantabria necesita una mayor oferta de ocio infantil y adolescente, y afirman encontrarse desorientados a la hora de encontrar actividades que satisfagan a los más pequeños en caso de lluvia o mal tiempo.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

27. CONCEPTOS BÁSICOS:

ESTACIONALIDAD TURÍSTICA:

Fenómeno que consiste en la concentración de la demanda turística en ciertos periodos del año. Con unos periodos pico que constituyen los periodos de mayor actividad turística, y unos valle, donde el nivel de consumo de la actividad es bajo. Cada uno de estos periodos se repite por las mismas fechas año tras año.

Las causas que originan este fenómeno suelen ser dos: los factores climáticos, y los factores institucionales.

IONIZACIÓN:

La ionización es el fenómeno químico o físico mediante elcual se producen iones, estos son átomos o moléculas cargadas eléctricamente debido al exceso o falta de electrones respecto a un átomo o molécula neutra.

CLIMA:

El clima abarca los valores estadísticos sobre los elementos del tiempo atmosférico en una región durante períodos que se consideran suficientemente representativos, de 30 años o más, tal como señala F. J. Monkhouse. Estos períodos conviene que sean más largos en las zonas subtropicales y templadas que en la zona intertropical, especialmente, en la faja ecuatorial, donde el clima es más estable y menos variable en lo que respecta a los parámetros meteorológicos. Los parámetros meteorológicos más importantes que integran el concepto de clima son temperatura, presión, vientos, humedad y precipitaciones. Estos valores se obtienen con la recopilación de forma sistemática y homogénea de la información meteorológica.

TURISMO:

El turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos).

CAMBIO CLIMÁTICO:

Se llama cambio climático a la variación global del clima de la Tierra. Es debido a causas naturales y también a la acción del hombre y se producen a muy diversas escalas de tiempo y sobre todos los parámetros climáticos: temperatura, precipitaciones, nubosidad, etc

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA DE TURISMO SANTANDER

SOSTENIBILIDAD:.

Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, p. ej., un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes.

CAPACIDAD DE CARGA:

El concepto de capacidad de carga es la traducción literal del término inglés "carrying Capacity"

El geógrafo P. George que plantea que la capacidad de carga es "la tolerancia de cada punto del territorio para acoger los usos del suelo sin que se produzcan deterioros en el medio más allá de los límites tolerables"

PARQUE NATURAL:

Es un espacio protegido de extensión amplia, que no ha sufrido una transformación sensible por la explotación u ocupación humana y cuya belleza natural, fauna y flora se consideran muestras singulares del patrimonio natural de una Comunidad Autónoma. La competencia de los Parques Naturales es exclusiva de la Comunidad Autónoma en la que se encuentre.

PARQUE NACIONAL:

Es similar al Parque Natural e cuanto a sus características, pero menos transformado por el hombre. Tiene un singular interés general para la Nación; goza de un determinado estatus legal que obliga a proteger y conservar la riqueza de su flora y su fauna. Se caracteriza por ser representativa de una región fitozoogeográfica y tener interés científico.

RESERVA DE LA BIOSFERA:

En 1971 la Unesco comenzó el programa Man and biosphere que tiene como objetivo conciliar la mentalidad y el uso de los recursos naturales. Como parte de ese proyecto se seleccionaron lugares geográficos representativos de los diferentes hábitats del planeta, abarcando tanto ecosistemas terrestres como marítimos. Estas áreas se conocen como reservas de la biosfera, y están reconocidas internacionalmente , aunque permanecen bajo la soberanía de sus respectivos países, y no están cubiertas ni protegidas por ningún tratado internacional.

La función de estos espacios es además de la conservación y protección de la biodiversidad, el desarrollo económico y humano de estas zonas, la investigación, la educación y el intercambio de información entre las diferentes reservas que forman la red mundial.

28. CONCLUSIÓNES Y PROPUESTAS

28.1. CONCLUSIONES:

Para la realización de este trabajo, se recabó una gran cantidad de información referente al clima y a los distintos factores del turismo que son afectados por éste. Después de la elaboración de una síntesis de los datos, así como del trabajo de campo se pueden llegar a las siguientes conclusiones:

1. El clima es un factor condicionante de la actividad humana, así también los paisajes, la fauna y la flora se ven afectados por el clima; es por tanto que el clima está estrechamente vinculado con un destino turístico.

2. El clima supone un atractivo para el turista. Siempre y cuando se den unas condiciones básicas de homeostasis, un destino puede ser viable para el turismo. Es por tanto que una persona procedente de una zona urbana o seca busque un clima húmedo y más fresco; o por el contrario alguien que proceda de un lugar con clima frío buscará un lugar con las temperaturas más cálidas.

3. Determinadas actividades, principalmente las deportivas, requieren un clima específico para ser practicadas; otras en cambio atraen a sus eventos a deportistas y aficionados a los cuales, aunque les influyen las condiciones climáticas, su motivación deportiva es superior a las molestias ocasionadas por una meteorología adversa.

4. Las nuevas tecnologías han acercado información precisa de los destinos a los turistas, por lo cual están concienciados frente a la mayor parte de las eventualidades que el clima local pueda ofrecer.

5. La coyuntura económica actual ha dado lugar a una nueva mecánica en el proceso previo al consumo del producto turístico. Las reservas se producen con muy poca antelación, debido generalmente a la precariedad del trabajo, a la búsqueda de ofertas de última hora, al interés por buscar las condiciones climáticas de un destino,…. Las empresas turísticas reaccionan ante esta situación mediante políticas de contratación de personal eventual, y otras medidas, que deben ser planificadas con poco tiempo de antelación.

6. El cambio climático es asumido como una certeza inevitable, si bien nadie es capaz de predecir sus consecuencias, los profesionales del sector apuntan a una adaptación del sector turístico a medida que evolucione este fenómeno climático.

7. La estacionalidad turística se acusa más en los destinos en los que el clima oscila entre meses cálidos y meses fríos, no obstante, la estacionalidad está regida por los periodos vacacionales especialmente los escolares.

8. Algunas ciudades consolidadas como destino de turismo de negocios acusan un tipo de estacionalidad distinto de otros como los del tipo de sol y playa, siendo sus periodos de mayor actividad los que se comprenden fuera de los periodos vacacionales de la mayor parte de la población.

9. Determinados destinos especializados, como por ejemplo las estaciones de esquí requieren de unas condiciones específicas de clima para poder operar, sufriendo grandes pérdidas en caso contrario, y por lo general, siendo totalmente inoperantes fuera de temporada alta.

10. Tanto los turistas como los profesionales del sector turístico en Cantabria consideran que la oferta de turismo alternativo en caso de lluvia es insuficiente.

11. La sensibilidad de los turistas de Cantabria con respecto al medio ambiente, si bien es mayor a medida que pasan los años, no alcanza el grado de preocupación y atención de otros turistas procedentes de otros países.

12. Las condiciones climáticas de la región de Cantabria, condicionan unos gastos adicionales en determinadas infraestructuras, si bien otras condiciones climáticas distintas como las que se pueden presentar en el Levante y sur de la Península requieren también de otro tipo distinto de instalaciones que en muchos casos pueden igualar e incluso exceder el coste de las instalaciones de los negocios de la España Verde.

13. El clima influye en Cantabria dando lugar a una diversidad natural y cultural característica que enriquece el turismo, algo que se refleja en modalidades como turismo gastronómico, turismo de montaña, turismo ornitológico…

14. La globalización ha supuesto una ventaja en tanto que ha acercado a la gente a los destinos, a la información, y en general a todas las facilidades a la hora de viajar. Si bien no se puede cambiar las condiciones atmosféricas de un destino, los usuarios de las nuevas tecnologías tienen un acceso bastante preciso y detallado al pronóstico meteorológico. Y en el hipotético caso en el que el clima de un destino no sea

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

atractivo para el turista, éste puede emplear su dispositivo electrónico y elegir otro destino de su agrado, como si de un escaparate se tratase.

15. La globalización también tiene sus puntos negativos, el principal de ellos es el relativo a la contaminación. El mundo está conectado de tal manera que lo que hagan unos de un modo u otro afectará al resto; en esto se hace referencia a que cualquier medida tomada con el fin de preservar el medio ambiente y evitar su contaminación se ve disminuida por la falta de compromiso de países como Rusia, China, incluso Estados Unidos. Con el pretexto de que las medidas para la conservación del medio ambiente suponen una traba para el motor económico del desarrollo de sus naciones, los países más industrializados justifican su no adhesión a las convenciones internacionales. No conformes con la situación, las grandes potencias reclaman para sí mismas la explotación de los fondos marinos glaciares, una vez se descongelen.

16. Resulta imposible predecir la geografía climática dentro de unos años gracias al cambio climático, pero los datos apuntan a que la costa del Cantábrico aumentará varios su temperatura varios grados centígrados, pudiendo llegar a tener un clima similar al que tienen actualmente la Costas Sur y Levante. Aunque pueda suponer un beneficio a los ojos de muchos empresarios, los gastos repercutidos en la transformación de las infraestructuras para soportar un gran aumento de los flujos turísticos serán considerables. Es probable qque la Costa Atlántica francesa, se beneficie de esta hipotética situación, convirtiéndose en un importante competidor dada su proximidad a países emisores de turistas importantes para España como son el Reino Unido, Alemania y la propia Francia.

17. Aunque se pueda suponer que los resultados del cambio climático sean una nueva oportunidad de negocio, hay que prepararse para posibles desastres medioambientales tales como el aumento del nivel del mar, la desestabilización de los fenómenos climáticos y la destrucción de muchos ecosistemas. Este último supondría un gran revés para la industria turística en la región de Cantabria, ya que muchas modalidades de turismo dependen de la naturaleza.

18. El compromiso internacional con el medio ambiente resulta insuficiente hasta el punto en que las medidas tomadas por muchos países para preservar la naturaleza y reducir la contaminación quedan empañadas por las acciones de los países fuertemente industrializados como Rusia, China, Estados Unidos o Canadá, quienes se niegan a adherirse a los tratados y protocolos por considerarlos una traba en su

desarrollo económico. Resulta de vital importancia que tomen conciencia de que el deterioro de la naturaleza repercute ya no solo en la economía, sino también en la calidad de vida de todo el planeta.

Por todo esto, considero que el clima es un factor importante para el turismo en un destino, si bien, dadas las condiciones climáticas actuales en la región de Cantabria, cualquier alteración normal del estado meteorológico no repercute de manera significativa en los turistas, debido principalmente al alto grado de información a su disposición. Es por tanto que, el cumplimiento de las expectativas en un destino predispone a que la estancia sea satisfactoria.

28.2. PROPUESTAS:

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en este trabajo las propuestas que se presentan a continuación inciden en distintos puntos.

Sería conveniente contemplar otras medidas en materias de turismo, desestacionalización y sostenibilidad con el medio ambiente de otros destinos pioneros en los mismos, tales como Hong Kong, Tokio o Nueva York en cuanto a turismo de negocios, Francia en cuanto a desestacionalización o Costa Rica en cuanto a medidas de sostenibilidad con el medio ambiente.

Además, habría que alcanzar un compromiso con las medidas sugeridas, llegando incluso a incluirlas en una agenda con fechas realistas para su aplicación; buscando también innovar con fórmulas locales adaptadas a las peculiaridades de la región en los casos en los que se puedan mejorar los modelos, o bien, si no son viables.

El compromiso global con las medidas resulta de suma importancia para alcanzar una sinergia tal que los resultados sean mayores y visibles cuanto antes; si bien, es importante alcanzar un consenso por parte de las administraciones pertenecientes a distintos partidos políticos con el fin de que las medidas aprobadas vayan siempre en el mismo sentido y no sean recortadas o incluso abandonadas por responder a ideales en uno u otro sentido.

28.2.1. ADMINISTRACIÓN REGIONAL:

1. Aumento de las medidas de prevención de aquellas conductas perjudiciales con el medio ambiente.
2. Creación de medidas que premien el reciclaje.
3. Dotar a los destinos de la infraestructura necesaria para favorecer el reciclado de los residuos.
4. Establecimiento de políticas efectivas de concienciación y educación con el medio ambiente.
5. Adopción de mecanismos de mejora continua en las políticas y objetivos relativos al medio ambiente.
6. Utilización de las redes sociales como método promocional con el fin de dar a conocer en el extranjero la región con las características del clima.

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA DE CANTABRIA
altamira
SANTANDER

7. Incentivar determinados tipos de turismo alternativo tales como la ornitología, populares en países anglosajones, practicado por un tipo de turista con un alto nivel adquisitivo, turismo que acusa poca estacionalidad debido sobre todo a que las temperaturas de la primavera y del otoño, son también adecuadas a la observación de dicho tipo de fauna.

8. Fomentar el cicloturismo como opción alternativa fuera de los meses estivales, durante los meses en los que las temperaturas altas dificultan la práctica de dicho deporte.

9. Instaurar eventos tales como torneos o carreras en los meses de baja ocupación con el fin de revitalizar zonas deprimidas durante los meses fuera de temporada alta, tales como los Picos de Europa o Alto Campoo.

10. Promocionar diversos tipos de deportes de montaña, cuya práctica principalmente sean la primavera y el otoño, como puede ser la escalada, el barranquismo…,ya que son los mejores meses para su práctica en Cantabria, por sus características climáticas.

11. Liberalización de horarios de apertura de establecimientos en temporada alta.

12. Adquisición de perspectiva global y a largo plazo relativa al medio ambiente en todos los proyectos y tomas de decisiones. (Desarrollo sostenible).

13. Promoción de tecnologías ambientales y recursos energéticos sanos para el medio ambiente.

14. Protección de especies en peligro de extinción.

15. Erradicación de organismos exógenos dañinos.

16. Establecer límites al uso de los recursos no renovables.

17. Repercusión de los costes ambientales en los precios de los productos.

18. Prevenir cualquier tipo de contaminación peligrosa. Escogiendo el mal menor en caso de catástrofe.

19. Acceso sin restricciones a la información acerca del medio ambiente, y de cualquier proyecto que pueda tener repercusión en él.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

28.2.2. ESTABLECIMIENTOS

1. Incentivar el turismo de la tercera edad, mediante bajada de precios, programación de actividades recreativas adaptadas a las características de este sector…, en las temporadas de peor clima, colaborando con programas de turismo senior tanto nacionales como internacionales.

2. Adaptar las instalaciones de los hoteles para ofrecer un mayor y mejor tipo de prestaciones relativos al turismo de congresos, cursos, convenciones,…. Como por ejemplo contratando internet de alta velocidad, dispositivos de WIFI portátil, salas de conferencias, fácil acceso a las principales vías de comunicación…; con el fin de promover el turismo del tipo de negocios y convenciones, como medida desestacionalizadora de la región.

3. Creación de un programa de vacaciones escalonadas, de tal forma que las tiendas nunca cojan vacaciones al mismo tiempo, y bajo ningún concepto durante temporada alta.

4. Promover las buenas prácticas de los establecimientos con respecto a la sostenibilidad y el medio ambiente, a través de medidas como: la disminución del consumo de agua, la reducción de consumo de energía eléctrica, una menor producción de desechos sólidos, fomentando también el empleo de materiales biodegradables.

5. Sensibilidad y cuidado con la naturaleza, respetando el hábitat de la fauna salvaje y la flora.

6. Limitar el uso de los recursos no renovables.

28.2.3. TURISTAS

1. Compromiso con el medio ambiente a través del reciclado, el ahorro energético, la minimización del despilfarro de agua y la correcta gestión de desechos.

2. Sensibilidad y cuidado con la naturaleza, respetando el hábitat de la fauna salvaje y la flora.

3. Toma de responsabilidades de aquellos que cause daño al medio ambiente.

4. No introducir bajo ningún concepto organismos exógenos en los hábitats naturales.

5. Limitar el uso de los recursos no renovables.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

6. Compromiso de estar más informado con respecto al medio ambiente y cualquier proyecto que pueda tener una repercusión en el mismo.

7. Cooperación sin límites en temas de medio ambiente y sostenibilidad. (Esto se traduce en la colaboración en cualquier catástrofe medio ambiental, o simplemente cumpliendo las normas para preservar la naturaleza y evitar la contaminación, sin importar el lugar el lugar donde se esté).

29. ANEXOS:

29.1. DECLARACIÓN DE DJERBA SOBRE TURISMO Y CAMBIO CLIMÁTICO.

Considerando todo lo anterior, las directrices más importantes se recogen en la Declaración de Djerba.

Los participantes reunidos en la I Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo, celebrada en Djerba (Túnez) del 9 al 11 de abril de 2003, convocada por la Organización Mundial del Turismo, por invitación del Gobierno de Túnez,

Habiendo escuchado las comunicaciones de los representantes de:

- el Gobierno de Túnez,
- la Comisión Oceanográfica Intergubernamental (COI) – UNESCO,
- el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambios Climáticos (IPCC),
- la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación (UNCCD),
- el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA),
- la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC),
- la Organización Meteorológica Mundial (OMM),
- la Organización Mundial del Turismo (OMT),
- y de representantes de los sectores público y privado, así como los puntos de vista de diversos gobiernos nacionales, empresas de turismo, instituciones académicas, ONG y expertos,

Consciente de que los objetivos de esta Conferencia están en plena consonancia con las preocupaciones, intereses y actividades del sistema de las Naciones Unidas en el campo del cambio climático y, más en general, en el del desarrollo sostenible,

Reconociendo el papel fundamental del Protocolo de Kyoto como primer paso en el control de las emisiones de gases de efecto invernadero,

Teniendo en cuenta que, al convocar la Conferencia, la OMT no pretendía mantener un debate puramente científico, ni abarcar en su totalidad las ampliamente conocidas implicaciones sociales y medioambientales que el cambio climático puede tener para nuestras sociedades, sino antes bien hacer hincapié en las relaciones entre el cambio climático y el turismo, dada la importancia económica que está teniendo este sector de actividad en numerosos países, y especialmente en islas pequeñas y en estados en

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA DE CANTABRIA altamira SANTANDER

desarrollo, con miras a despertar una mayor conciencia de estas relaciones y reforzar la cooperación entre los diferentes agentes involucrados,

Habiendo analizado detenidamente las complejas relaciones entre el turismo y el cambio climático, y en particular los efectos que este último está teniendo en distintos tipos de destino turístico, sin pasar por alto que algunos medios de transporte utilizados para desplazamientos de turismo y otros componentes del sector turístico contribuyen a su vez a ese cambio climático,

Conscientes de la importancia de los recursos hídricos para el sector turístico y de su vinculación con el cambio climático,

Reconociendo la incidencia actual, y posiblemente peor en el futuro, del cambio climático, unido a otros factores de origen humano, sobre el desarrollo turístico en ecosistemas sensibles como las tierras áridas, las regiones costeras y montañosas y las islas, y

Teniendo presente que el derecho a viajar y el derecho al ocio están reconocidos por la comunidad internacional, que el turismo está actualmente completamente integrado en los patrones de consumo de numerosos países, y que las previsiones de la OMT indican que continuará creciendo en un futuro previsible,

Acuerdan lo siguiente:

1. Apremiar a todos los gobiernos interesados en la contribución del turismo al desarrollo sostenible a que suscriban todos los acuerdos intergubernamentales y multilaterales afines, especialmente el Protocolo de Kyoto, y otros convenios y declaraciones similares sobre cambio climático y las resoluciones asociadas que previenen que la incidencia de este fenómeno se expanda aún más o se acelere.
2. Alentar a las organizaciones internacionales a que estudien e investiguen en mayor medida las implicaciones recíprocas del turismo y el cambio climático, incluyendo los casos de lugares de interés cultural o yacimientos arqueológicos, en cooperación con las autoridades públicas, las instituciones académicas, las ONG y la población local; en particular, alentar al Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambios Climáticos a que preste especial atención al turismo, en cooperación con la OMT, y a que incluya específicamente el turismo en su Cuarto Informe de Evaluación,
3. Instar a los organismos de las Naciones Unidas, internacionales, financieros y bilaterales a que apoyen a los gobiernos de los países en desarrollo, y en particular a los de los países menos adelantados, para quienes el turismo representa un sector

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA altamira SANTANDER

económico clave, en sus esfuerzos por afrontar la situación y adaptarse a los efectos adversos del cambio climático y a que formulen planes de acción adecuados,

4. Solicitar a las organizaciones internacionales, los gobiernos, las ONG y las instituciones académicas que apoyen a los gobiernos locales y a las organizaciones de gestión de destinos en la aplicación de medidas de adaptación y mitigación que respondan a los efectos específicos del cambio climático en los destinos locales,
5. Alentar al sector turístico, incluyendo a las empresas de transporte, los hoteleros, los tour operadores, las agencias de viajes y los guías turísticos, a que adapten sus actividades utilizando tecnologías y logísticas más limpias y que entrañen un consumo de energía más racional para minimizar en la medida de lo posible su contribución al cambio climático,
6. Instar a los gobiernos y a las instituciones bilaterales y multiculturales a que conciban y apliquen políticas de gestión sostenible para los recursos hídricos y para la conservación de los humedales y otros ecosistemas de agua dulce,
7. Instar a los gobiernos a que promuevan el uso de fuentes de energía renovables en las empresas y actividades de turismo y transporte, facilitando asistencia técnica y utilizando incentivos fiscales y de otro tipo,
8. Alentar a las asociaciones de consumidores, a las empresas de turismo y a los medios de comunicación a que contribuyan a la sensibilización de los consumidores en los destinos y en los mercados emisores con el fin de modificar los hábitos de consumo y optar por formas de turismo menos dañinas para el clima,
9. Invitar a los grupos interesados públicos, privados y no gubernamentales y a otras instituciones a que informen a la OMT sobre los resultados de cualquier investigación relevante sobre el cambio climático y el turismo para que la OMT actúe como centro de intercambio de información, cree una base de datos sobre el tema y difunda esos conocimientos a escala internacional, y
10. Considerar que esta declaración constituye un marco para los organismos internacionales y gubernamentales para el seguimiento de sus actividades y de los planes de acción antes mencionamos en este campo.

Los participantes expresaron su agradecimiento al Gobierno y al pueblo de Túnez por su calurosa hospitalidad y los excelentes servicios prestados para acoger esta Conferencia en la isla de Djerba.

Djerba (Túnez), 11 de abril de 2003.

29.2. TABLAS:

Zonas	Asón-Aguera	Asón-Aguera	Costa Central	Costa Central	Santander	Santander	Trasmiera	Trasmiera
Tiempo	viajeros	pernoctaciones	viajeros	pernoctaciones	viajeros	pernoctaciones	viajeros	pernoctaciones
2006	104.038	221.247	167.705	400.907	472.198	986.456	199.579	617.019
2006-Enero	3.598	6.204	2.955	5.257	20.017	32.163	3.767	6.064
2006-Febrero	5.117	8.948	4.119	7.369	23.149	38.564	5.097	13.349
2006-Marzo	6.018	13.422	7.349	12.974	30.823	55.180	10.865	28.959
2006-Abril	10.001	17.995	15.107	32.734	39.337	78.482	17.978	43.018
2006-Mayo	9.160	15.355	13.966	30.885	39.597	73.958	15.196	39.016
2006-Junio	9.109	17.605	18.151	41.889	48.866	98.046	21.069	55.989
2006-Julio	16.060	37.569	25.865	64.365	55.676	136.014	33.004	115.837
2006-Agosto	16.633	44.622	33.428	95.995	61.956	163.013	38.147	152.006
2006-Septiembre	10.668	23.316	21.833	53.876	53.783	110.878	21.441	75.274
2006-Octubre	7.261	15.099	13.056	32.043	42.845	91.184	15.919	45.003
2006-Noviembre	5.806	11.136	6.815	13.176	30.469	57.632	9.554	24.078
2006-Diciembre	4.607	9.976	5.064	10.344	25.681	51.342	7.543	18.427
2007	100.352	199.666	153.859	377.733	461.353	959.289	210.039	641.250
2007-Enero	3.856	6.825	2.786	4.610	19.202	35.373	5.004	8.092
2007-Febrero	4.093	6.782	3.537	6.405	23.054	43.519	6.928	14.125
2007-Marzo	6.600	11.347	7.809	16.248	35.709	63.754	11.715	27.281
2007-Abril	9.494	16.995	14.234	34.382	46.287	87.834	18.078	49.248
2007-Mayo	8.041	14.507	13.016	26.251	40.922	78.459	15.587	39.557
2007-Junio	10.047	16.995	16.338	37.723	50.156	95.639	19.139	57.786
2007-Julio	12.935	28.467	22.801	59.366	55.465	130.217	34.053	112.535
2007-Agosto	14.095	36.723	30.559	91.315	57.329	144.487	36.627	149.543
2007-Septiembre	12.311	24.641	19.261	48.587	45.983	104.032	25.116	79.755
2007-Octubre	8.397	14.816	13.576	31.619	39.117	83.953	17.256	49.625
2007-Noviembre	5.705	12.507	6.331	14.084	27.705	54.453	11.998	33.552
2007-Diciembre	4.777	9.062	3.611	7.144	20.421	37.569	8.539	20.152
2008	100.890	184.457	151.808	353.016	436.464	887.017	196.744	588.204
2008-Enero	4.474	6.728	2.344	3.891	17.061	30.959	4.408	8.214
2008-Febrero	6.195	10.566	4.108	6.701	24.616	42.856	7.778	16.722
2008-Marzo	9.025	14.744	10.330	21.294	32.231	66.217	12.000	28.324

2008-Abril	7.289	11.598	8.701	18.524	33.265	61.847	13.165	37.313
2008-Mayo	8.852	15.482	14.177	31.778	43.379	88.761	19.795	47.699
2008-Junio	9.028	15.859	15.266	34.586	45.789	86.613	19.367	58.740
2008-Julio	14.572	28.284	26.013	64.459	52.866	119.456	32.169	106.531
2008-Agosto	16.338	36.274	31.796	87.118	55.925	131.799	34.036	130.555
2008-Septiembre	10.590	18.979	21.487	48.766	45.719	94.176	20.455	66.524
2008-Octubre	6.451	12.081	11.418	24.675	37.343	73.293	17.236	46.228
2008-Noviembre	4.628	7.972	4.084	7.493	27.707	52.635	9.880	26.323
2008-Diciembre	3.449	5.892	2.085	3.731	20.564	38.403	6.456	15.029
2009	75.055	149.055	170.817	375.297	422.810	878.064	222.391	544.859
2009-Enero	2.338	4.434	1.798	2.692	17.481	30.094	5.006	7.994
2009-Febrero	3.504	6.225	3.061	4.342	22.562	39.769	7.676	12.226
2009-Marzo	4.372	8.842	6.241	13.191	28.530	50.679	13.503	27.274
2009-Abril	4.740	8.693	11.843	24.140	35.731	73.092	17.137	37.564
2009-Mayo	5.712	9.428	14.790	30.614	41.538	77.866	21.727	42.800
2009-Junio	6.657	11.718	17.757	38.094	43.477	83.543	20.737	53.860
2009-Julio	11.603	26.807	31.711	68.147	48.312	123.155	32.899	96.842
2009-Agosto	16.239	37.611	39.470	97.209	55.359	145.945	44.057	133.285
2009-Septiembre	7.814	15.138	22.026	45.793	42.660	90.628	22.357	60.794
2009-Octubre	5.953	9.871	13.559	33.989	40.671	80.091	20.784	42.099
2009-Noviembre	3.409	5.756	5.786	12.439	24.421	45.902	8.152	15.048
2009-Diciembre	2.714	4.533	2.776	4.646	22.069	37.301	8.358	15.073
2010	71.840	146.273	174.593	383.240	397.587	832.360	212.219	545.051
2010-Enero	2.555	4.243	1.977	3.308	15.905	33.888	5.402	9.054
2010-Febrero	3.946	10.571	2.869	4.726	20.627	39.690	7.733	13.225
2010-Marzo	5.814	9.370	7.722	15.978	28.170	55.521	10.819	20.272
2010-Abril	4.185	7.757	14.637	29.672	34.945	66.170	16.522	36.810
2010-Mayo	5.825	9.114	15.031	31.424	36.054	72.557	16.126	35.909
2010-Junio	6.026	10.821	19.881	44.108	39.478	82.930	20.027	45.590
2010-Julio	11.218	22.148	29.798	68.881	47.233	113.925	38.021	104.603
2010-Agosto	13.298	35.087	39.654	95.265	49.653	122.666	41.242	129.192
2010-Septiembre	8.698	16.141	20.249	43.402	43.173	91.744	22.187	74.378
2010-Octubre	5.646	11.098	14.572	31.387	38.441	76.080	17.810	43.791
2010-	2.671	5.766	4.992	9.183	22.673	40.161	8.316	16.001

Noviembre								
2010-Diciembre	1.959	4.157	3.211	5.906	21.235	37.027	8.015	16.226
2011	72.070	145.083	176.379	391.371	401.815	810.335	220.811	510.922
2011-Enero	2.905	4.862	1.960	3.309	17.982	32.637	4.593	7.400
2011-Febrero	2.968	4.473	3.521	5.600	21.355	37.843	7.018	12.317
2011-Marzo	3.502	8.375	6.386	14.523	26.811	46.435	12.079	21.005
2011-Abril	6.115	10.736	15.714	33.520	35.650	68.075	16.267	31.910
2011-Mayo	5.673	9.972	15.308	32.574	34.830	64.552	16.423	32.619
2011-Junio	7.010	13.758	21.539	44.182	42.195	85.290	23.422	55.517
2011-Julio	10.997	25.120	31.579	69.164	49.786	114.880	38.783	98.232
2011-Agosto	13.388	32.683	35.274	88.038	49.924	123.322	41.447	117.377
2011-Septiembre	7.947	15.900	22.716	50.837	44.169	90.018	26.639	67.876
2011-Octubre	5.293	8.898	13.775	33.569	35.141	71.106	18.432	37.590
2011-Noviembre	3.268	5.422	4.724	9.294	24.228	41.564	8.743	16.870
2011-Diciembre	3.002	4.884	3.882	6.761	19.745	34.612	6.965	12.209
2012	74.590	144.989	167.192	375.781	394.578	793.738	224.034	502.717
2012-Enero	2.081	3.527	2.661	4.460	18.463	31.477	6.221	10.286
2012-Febrero	2.739	5.242	2.258	3.664	19.794	32.214	7.474	12.222
2012-Marzo	3.927	8.425	6.257	12.538	30.484	51.944	10.895	20.499
2012-Abril	5.615	10.802	13.565	31.320	35.164	69.298	15.284	33.002
2012-Mayo	4.127	7.504	15.905	33.491	32.590	63.353	16.927	37.066
2012-Junio	7.117	13.294	18.891	41.162	41.530	82.896	24.389	52.574
2012-Julio	13.609	26.530	28.523	65.609	45.889	102.050	38.250	89.057
2012-Agosto	15.380	34.390	35.465	85.339	49.788	127.192	46.784	124.511
2012-Septiembre	9.005	15.978	21.341	47.127	43.444	86.838	25.615	61.415
2012-Octubre	4.952	8.074	13.330	34.607	36.142	68.748	16.345	33.746
2012-Noviembre	2.953	5.591	5.699	11.008	22.038	41.258	9.782	18.381
2012-Diciembre	3.086	5.633	3.297	5.457	19.253	36.470	6.068	9.959
2013	72.134	142.025	175.856	390.256	394.296	791.341	219.291	523.607
2013-Enero	1.825	3.116	2.174	3.183	15.399	28.601	3.815	6.520
2013-Febrero	1.964	3.450	2.259	3.230	18.286	31.156	5.206	9.886
2013-Marzo	3.154	7.480	9.149	18.008	29.929	55.508	12.058	20.749
2013-Abril	4.506	7.041	10.057	21.359	26.667	50.214	13.967	29.139

2013-Mayo	5.089	8.498	17.649	34.430	35.607	66.866	17.336	37.841
2013-Junio	6.104	12.027	19.425	41.863	39.039	77.297	22.297	50.576
2013-Julio	14.435	26.160	30.159	67.550	52.191	111.491	38.867	103.258
2013-Agosto	15.364	36.056	36.852	96.157	59.054	142.911	48.965	137.167
2013-Septiembre	9.319	19.145	24.953	55.448	43.836	88.806	28.862	72.160
2013-Octubre	4.795	9.268	13.470	31.093	33.527	63.862	14.389	30.439
2013-Noviembre	3.280	5.725	5.661	11.080	19.930	37.013	8.226	15.596
2013-Diciembre	2.299	4.059	4.049	6.855	20.831	37.617	5.302	10.277
2014	76.326	139.966	177.913	396.556	396.754	825.707	201.049	522.686
2014-Enero	2.582	3.582	2.771	4.670	12.879	27.105	4.543	9.238
2014-Febrero	3.359	4.809	3.389	5.570	17.520	32.687	5.937	10.700
2014-Marzo	4.925	7.041	6.046	11.731	23.225	40.746	9.280	19.373
2014-Abril	5.115	7.828	13.617	31.179	30.844	63.269	13.944	35.875
2014-Mayo	7.343	11.019	15.691	31.596	35.854	69.041	13.689	37.370
2014-Junio	7.793	12.413	19.229	40.761	40.321	83.997	20.298	51.982
2014-Julio	8.791	19.778	29.344	72.039	49.828	113.509	31.902	95.799
2014-Agosto	13.154	33.775	38.072	94.549	58.581	142.331	46.212	127.539
2014-Septiembre	10.212	18.860	25.546	54.430	43.486	93.213	25.595	70.904
2014-Octubre	6.576	10.616	13.237	31.233	36.625	72.008	16.636	39.000
2014-Noviembre	3.189	5.677	5.668	10.453	22.463	42.757	7.485	15.564
2014-Diciembre	3.287	4.568	5.303	8.345	25.128	45.044	5.528	9.342
2015								
2015-Enero	1.642	2.552	3.417	5.757	14.821	27.515	2.919	4.810
2015-Febrero	1.972	5.262	4.099	6.649	17.554	31.613	4.673	8.674
2015-Marzo	3.217	5.373	6.479	12.746	25.900	49.462	7.754	15.834

Datos disponibles en: (ICANE 2015)

Los Municipios que comprende cada zona son:

Asón-Aguera: Ampuero, Arredondo, Colindres, Ramales de la Victoria, Castro Urdilales Rasines Soba; Guriezo, Liendo, Limpias, Laredo ; Villaverde de Trucios, y Ruesga.

Costa Central: Alfoz de Lloredo, Mazcuerras, Udias, Suances, Santillana del Mar, Ruiloba, Reocín, Polanco, Miengo, Comillas y Cabezón de la Sal.

Santander: El Astillero, Camargo, Villaescusa, Santander, Santa Cruz de Bezana, Piélagos y Penagos.

Trasmiera: Argoños, Barcena de Cicero, Ribamontan al Mar, Solorzano, Meruelo, Medio Cudeyo, Marina de Cudeyo, Lierganes, Hazas de Cesto, Escalante, Entrambasaguas, Voto, Santoña, Riotuerto, Ribamontan al Monte, Miera, Noja, Bareyo y Arnuero.

De 2008 en adelante la asignación de municipios de estas zonas es la siguiente:

Donde observamos que los meses de enero, febrero ,noviembre, y diciembre son de una ocupación muy baja en todas las zonas, y todos los años, siendo la Costa Central la que tiene un índice de pernoctaciones más bajo, seguido de Trasmiera; que durante los meses de marzo, abril (donde se encuentra la semana Santa) mayo, junio y octubre, aumenta considerablemente la ocupación, sobretodo en la zona de Santander, y que esto hace en los tres meses de temporada alta, es decir, julio. agosto y septiembre, donde las zonas de Asón Agüera, Costa Central, y Trasmiera que alcanzan cotas superiores al 50% de las pernoctaciones anuales, estas se queden en ligeramente superiores al 40% en la zona de Santander, referido al tanto por ciento anual. Esto puede ser debido a que en la zona de Santander no es tan influyente el turismo de sol y playa.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

29.3. ENTREVISTAS:

29.3.1. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS:

1. Dado que los campings están más expuestos a las variaciones del clima, ¿viajan los campistas correctamente equipados acorde a nuestra climatología (lluvia, viento, frio,…), o la coyuntura les obliga a ustedes a tener equipamiento disponible para suplir una posible carencia de sus clientes?

2. Dado que el turismo de camping está compuesto por un gran componente familiar o joven, ¿se encuentran sus negocios más condicionados por los periodos vacacionales de los escolares? ¿Es su estacionalidad difícil de ampliar aunque hubiese buen tiempo? ¿Cree que existe alguna vía para reducir dicha estacionalidad?

3. ¿Cómo influye el clima de Cantabria a la hora de adecuar las instalaciones tanto en su creación como en su mantenimiento, las encarece demasiado frente a otras regiones de clima más cálido (Andalucía, Levante,…)?

4. ¿Hay algún perfil de turista que se vea poco o nada afectado por una climatología adversa?

5. ¿Demandan los clientes información sobre un ocio alternativo a cubierto cuando la climatología es adversa?

6. Según su experiencia, ¿tiene una mayor influencia la meteorología en la ocupación en los campings que en otro tipo de alojamientos? ¿Ha observado que tras varios días de mal tiempo, clientes que tenían previsto pernoctar más días, se van?

7. ¿Ha observado, en caso de climatología adversa anulaciones de última hora? ¿Con qué frecuencia?

8. ¿De qué forma considera que el cambio climático afectará al turismo en Cantabria?

9. Uno de los puntos que aborda mi trabajo es la influencia que pueda tener el cambio climático en nuestro turismo. Los campistas son, la mayoría, amantes de la naturaleza. ¿Observan ustedes que estos cuidan el entorno, reciclan, no ensucian, son sensibles a la naturaleza,…; y son conscientes de la importancia que esto tiene? ¿O bien dan prioridad a su propia comodidad?

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

29.3.2. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CASAS RURALES:

1. ¿Cuál es el perfil de cliente que hay, por norma general en las casas rurales, jóvenes, familias con niños, parejas,…?

2. ¿Se encuentran las casas rurales condicionadas por los periodos vacacionales de los escolares?

3. ¿Es la estacionalidad difícil de ampliar aunque hubiese buen tiempo? ¿Cree que existe alguna vía para reducir dicha estacionalidad?

4. ¿Cómo influye el clima de Cantabria a la hora de adecuar las instalaciones tanto en su creación como en su mantenimiento, las encarece demasiado frente a otras regiones de clima más cálido (Andalucía, Levante,…)?

5. ¿Hay algún perfil de turista que se vea poco o nada afectado por una climatología adversa?

6. ¿Demandan los clientes información sobre un ocio alternativo a cubierto cuando la climatología es adversa?

7. Con respecto al turismo procedente de las regiones interiores o más secas. ¿Acuden a Cantabria en busca de un clima más suave y húmedo?

8. ¿Cree que la región dispone de suficiente ocio alternativo a cubierto, o sugiere alguno que sería interesante incentivar mediante las instituciones públicas o la iniciativa privada?

9. ¿Ha observado que tras varios días de mal tiempo, clientes que tenían previsto pernoctar más días, se van?

10. ¿Ha observado, en caso de climatología adversa anulaciones de última hora? ¿Con qué frecuencia?

11. ¿De qué forma considera que el cambio climático afectará al turismo en Cantabria?

12. Uno de los puntos que aborda mi trabajo es la influencia que pueda tener el cambio climático en nuestro turismo. Los turistas son, la mayoría, amantes de los entornos rodeados de naturaleza. ¿Observan ustedes que estos cuidan el entorno, reciclan, no ensucian, son sensibles en el ámbito de la ecología,…; y son conscientes de la importancia que esto tiene? ¿O bien dan prioridad a su propia comodidad?

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

29.3.3. PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA:

1. Dentro del conjunto de empresas de alojamiento, los hoteles son las empresas que se encuentran menos condicionados por los periodos vacacionales de los escolares, si bien no están exentos. ¿Es la estacionalidad difícil de ampliar aunque hubiese buen tiempo? ¿Cree que existe alguna vía para reducir dicha estacionalidad?

2. ¿Cómo influye el clima de Cantabria a la hora de adecuar las instalaciones tanto en su creación como en su mantenimiento, las encarece demasiado frente a otras regiones de clima más cálido (Andalucía, Levante,…)?

3. ¿Hay algún perfil de turista que se vea poco o nada afectado por una climatología adversa?

4. ¿Demandan los clientes información sobre un ocio alternativo a cubierto cuando la climatología es adversa?

5. ¿Cree que la región dispone de suficiente ocio alternativo a cubierto, o sugiere alguno que sería interesante incentivar mediante las instituciones públicas o la iniciativa privada?

6. Con respecto al turismo procedente de las regiones interiores o más secas. ¿Acuden a Cantabria en busca de un clima mas suave y húmedo?

7. ¿Ha observado que tras varios días de mal tiempo, clientes que tenían previsto pernoctar más días, se van?

8. ¿Ha observado, en caso de climatología adversa anulaciones de última hora? ¿Con qué frecuencia?

9. ¿De qué forma considera que el cambio climático afectará al turismo en Cantabria?

10. ¿Observan ustedes que los turistas cuidan el entorno, reciclan, no ensucian, son sensibles en el ámbito de la ecología,…; y son conscientes de la importancia que esto tiene? ¿O bien dan prioridad a su propia comodidad?

CÁTEDRA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

Es tal la importancia del tema que se siguen reuniendo en conferencias sobre cambio climático y turismo, con el fin de estudiar dados los nuevos resultados científicos, la evolución y reordenación de las medidas, con el fin que sean cada vez más efectivas, como es el caso de Davos (Suiza), octubre 2007, y Bali en diciembre de 2007.

29.3.4. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CAMPINGS:

Entrevistador: Dado que los campings están más expuestos a las variaciones del clima, ¿viajan los campistas correctamente equipados acorde a nuestra climatología (lluvia, viento, frio,…), o la coyuntura les obliga a ustedes a tener equipamiento disponible para suplir una posible carencia de sus clientes?

Pablo Alonso: La verdad es que viajan muy bien equipados. La gente sabe adónde va. Además los materiales han evolucionado muchísimo en los últimos años. Hoy en día hay muy buen material a precios muy asequibles para todos los públicos. Sí que es verdad que los campings tenemos equipamiento, tenemos siempre equipamiento para prestar, colchonetas, tiendas, plásticos, … pero la verdad es que pocas veces los clientes recurren a ellos.

E: Tengo entendido que los campistas extranjeros tienen, en este sentido, un nivel de preparación mayor que los españoles.

P. A.: Si, hay más cultura campista en Europa. En España son campistas solo un 3 % de la cuota de mercado, frente a un 40% en países como Holanda. Eso también hace que tengan ferias especializadas, más tiendas específicas y muchas más opciones. Además, no ya tanto a nivel de tienda o ropa, sino a nivel de autocaravanas, las cuales cambian a menudo. Los Españoles, la mayoría de las veces compran una caravana para toda la vida, porque la saca una vez al año. El europeo cambia de caravana al cabo de cuatro o cinco años, como cambia de coche.

E: Dado que el turismo de camping está compuesto por un gran componente familiar o joven, ¿se encuentran sus negocios más condicionados por los periodos vacacionales de los escolares? ¿Es su estacionalidad difícil de ampliar aunque hubiese buen tiempo? ¿Cree que existe alguna vía para reducir dicha estacionalidad?

P. A.: Esta es una batalla con la que llevamos peleando durante muchos años. Si que se ha conseguido algo, si que hemos conseguido aumentar las temporadas mediante la promoción internacional, con los nuevos formatos de alojamiento como bungalows, pero seguimos

siendo un sector muy estacional. En invierno es muy dificil traer gente, hemos conseguido alargar la temporada a los periodos de junio y septiembre.

Somos un sector muy enfocado a familias, los niños son los que marcan la demanda. Cuando hay vacaciones, hay familias: en semana santa, en los puentes de primavera, … se trabaja bastante bien, aunque sí es cierto que mediante la promoción internacional se está atrayendo a una población mayor, jubilados europeos que se mueven mucho en ruta. Pero en ese sector seguimos siendo un sector secundario, porque ellos buscan el sol. Cuando hace bueno pasan por el norte.

Por otra parte, si los viajes son cortos, el camping requiere de un movimiento, de montar una infraestructura, que muchas veces no merece la pena.

E: ¿Cómo influye el clima de Cantabria a la hora de adecuar las instalaciones tanto en su creación como en su mantenimiento, las encarece demasiado frente a otras regiones de clima más cálido (Andalucía, Levante,…)?

P. A.: No necesariamente. Por una parte, efectivamente, construir una casa en el norte es más caro que en el sur, sin embargo aquí no tenemos los problemas de calor que tienen en el sur, por lo tanto, no hay costes de explotación de aire acondicionado, ni hace falta prever las grandes avalanchas de lluvia del Mediterráneo. Es distinto, nuestra posición geográfica no encarece especialmente la infraestructura de los campings, si acaso durante el planteamiento de negocio, en lo que se refiere a la inversión inicial.

E: ¿Hay algún perfil de turista que se vea poco o nada afectado por una climatología adversa?

P. A.: En el mundo del camping, el turista que no se ve afectado por la climatología es el que viene con motivos deportivos o a eventos muy concretos tales como la gente que viene a hacer "los 10000 del Soplao", va a venir, independientemente de cómo haga. También los que vienen a Ribamontan al Mar a un campeonato de Surf, siempre y cuando se desarrolle el campeonato, pero en condiciones normales va a venir. Pero por lo general, aquel turista que no se ve afectado con el clima es el que viene en busca de una actividad concreta.

E: ¿Y la gente que viaja con autocaravana se ven también muy afectados por el clima o por el contrario siguen el calor y el sol?

P. A.: En la misma medida que la gente normal, si es gente que está de vacaciones o que está de paso por la región, como haga malo continúan para el sur.

E: ¿Demandan los clientes información sobre un ocio alternativo a cubierto cuando la climatología es adversa?

P. A.: Si, sobre todo los turistas que vienen con niños, demandan sobre todo animación, la cual en caso de mal tiempo se tiene que plantear para que sea a cubierto para evitar que los niños se mojen.

E: Una demanda también común en caso de lluvia son las tiendas que, además, permanecen muchas veces cerradas durante las fiestas nacionales y los puentes.

P. A.: Tiendas, bares, restaurantes y entretenimiento en general. Tenemos muchas veces una carencia en ese sentido. Es algo difícil de solucionar. Los negocios en Cantabria permanecen cerrados en periodo vacacional, cuando en muchos otros destinos turísticos aprovechan la temporada para abrir. Es un problema de mentalidad el asumir esto.

E: Según su experiencia, ¿tiene una mayor influencia la meteorología en la ocupación en los campings que en otro tipo de alojamientos? ¿Ha observado que tras varios días de mal tiempo, clientes que tenían previsto pernoctar más días, se van?

P. A.: El camping es para buen tiempo. Cuando hace malo se aguanta uno o dos días, porque Cantabria tiene muchas opciones, pero si el mal tiempo persiste llega a ser incómodo, especialmente la gente que viene con tienda de campaña.

El calor en nuestra región no supone un problema, si en el sur de la península, donde se debe planear muy bien la sombra.

E: ¿Ha observado, en caso de climatología adversa anulaciones de última hora? ¿Con qué frecuencia?

P. A.: Mucho, constantemente. Cada vez más, las reservas son de última hora, a la espera de una previsión del tiempo. Especialmente en las reservas cortas, cuando alguien se mueve para cuatro o cinco días necesita que haga buen tiempo, hasta para ver las cuevas. En cambio, el extranjero que reserva sus vacaciones con unos meses o incluso un año de antelación y viene a Cantabria durante dos semanas, ya viene más o menos concienciado de que el tiempo que le va a hacer puede variar mucho, sin embargo, saben de antemano cual es el clima de la región.

E: ¿De qué forma considera que el cambio climático afectará al turismo en Cantabria?

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

P. A.: El cambio climático es, de momento un enigma, efectivamente se está produciendo un fenómeno climático pero nadie sabe muy bien de que forma se va a producir, ni como nos va a afectar. ¿Va a aumentar la temperatura y Cantabria se va a convertir en una región subtropical? ¿Quizá se enfriará el clima y será glacial? ¿Subirá en nivel del mar? En la medida que el cambio sea en un sentido o en otro, los establecimientos tendrán que adaptarse al cambio.

E: Uno de los puntos que aborda mi trabajo es la influencia que pueda tener el cambio climático en nuestro turismo. Los campistas son, la mayoría, amantes de la naturaleza. ¿Observan ustedes que estos cuidan el entorno, reciclan, no ensucian, son sensibles a la naturaleza,…; y son conscientes de la importancia que esto tiene? ¿O bien dan prioridad a su propia comodidad?

P. A.: Todo el mundo en general es cómodo. Muchos son ecologistas de boquilla. Aparentemente el campista es más consciente del medio ambiente, pero eso no quiere decir que no le gusten las duchas largas de agua caliente, procesar correctamente los envases. Si que se nota un espíritu más concienciado con la naturaleza, especialmente en el extranjero. Los españoles son menos cuidadosos en ese sentido, y duele decirlo, pero es así. Un ejemplo: En mi camping, que se encuentra en una zona rural, solo tengo acceso a un contenedor normal; los de vidrio, plásticos y cartones hay que llevarlos al pueblo. El extranjero lo guarda y lo lleva. El español lo tira todo junto con los residuos orgánicos en el contenedor normal de la basura.

29.3.5. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE CASAS RURALES:

Entrevistador: ¿Cuál es el perfil de cliente que hay, por norma general en las casas rurales, jóvenes, familias con niños, parejas,…?

Jesús Blanco: Bueno, depende un poquito también de la época del año, de los días, de las vacaciones, pero en general es un perfil de parejas y de familias jóvenes con niños y sobre todo depende de la temporada, si hay vacaciones o en verano nuestro cliente más importante es la pareja joven con niños pequeños.

E: ¿Se encuentran las casas rurales condicionadas por los periodos vacacionales de los escolares?

J. B.: Las casas rurales no están totalmente condicionadas a las vacaciones escolares en sí. Es decir, dentro del turismo hay dos modalidades: primero está la vivienda rural o el

apartamento que se alquila por completo; y luego la posada o casona que es el pequeño hotel rural. El primer caso, es la opción más al uso, porque se tiene la posibilidad del jardín, la cocina,… privados.

E: ¿Es común que alguna casa rural cierre fuera de temporada estival?

J. B.: Sí, hay mucha gente, y cada vez más en estos tres últimos inviernos de temporada que han cerrado.

E: ¿Es la estacionalidad difícil de ampliar aunque hubiese buen tiempo? ¿Cree que existe alguna vía para reducir dicha estacionalidad?

J. B.: La estacionalidad es complicada, es complicada porque va ligada al clima, al sol. En los últimos años se ha ampliado más el tiempo de apertura de los establecimientos rurales no sólo en la temporada de verano, sino que se han abierto a lo largo del invierno, sobretodo fines de semana, el turismo rural es un turismo de fin de semana , de puentes, entonces a lo largo de todo el invierno pues si hay una tendencia a abrir todo el año, también es verdad, los datos ahí están que la crisis en los últimos años ha hecho otra vez a volver y en estos dos últimos años sobremanera a cerrar en el invierno, por la menor afluencia de turistas, hacer para que la estacionalidad, menos se pueda producir, la estacionalidad, bueno pues en esa tarea estamos siempre, también en este año se están ofreciendo a lo largo del año experiencias nuevas para atraer a la gente: actividades, complementos,…; hay que decir además que el turismo ha avanzado mucho en muchos sentidos como el tema gastronómico, y si que ha habido un gran movimiento.

Con respecto al intrusismo, sigue habiendo mucho. Nosotros llevamos años denunciando estas prácticas, y poco a poco, la administración se ha puesto a perseguir y a multar a estos establecimientos no reglados. Por desgracia internet supone un gran recurso para el intrusismo.

E: ¿Cómo influye el clima de Cantabria a la hora de adecuar las instalaciones tanto en su creación como en su mantenimiento, las encarece demasiado frente a otras regiones de clima más cálido (Andalucía, Levante,…)?

J. B.: En Cantabria se da esa paradoja, en invierno tenemos muchos menos clientes que en verano; y cuando se trabaja en invierno, inevitablemente tenemos muchos más gastos que otros establecimientos de otras regiones en cuanto a calefacción o aislamiento de la humedad, viento o lluvia.

Por otro lado, antiguamente no hacía un calor tan agobiante como para plantearse poner un sistema de aire acondicionado, pero ahora sí, y de vez en cuando los clientes piden el aire, y muchos negocios se plantean adaptar sus establecimientos para que lo tengan. La gente te pide calor en invierno y fresco en verano, y con este clima económico, a un precio competente; todo esto hace que la viabilidad del negocio sea difícil, no somos una obra social.

E: ¿Hay algún perfil de turista que se vea poco o nada afectado por una climatología adversa?

J. B.: Si, sobre todo la gente que viene a hacer una actividad concreta, también la que tiene pocos días para hacer sus vacaciones y está limitado en cuanto a distancia. Tenemos también mucho mercado de parejas que no les afecta el clima de un modo determinante.

E: ¿Demandan los clientes información sobre un ocio alternativo a cubierto cuando la climatología es adversa?

J. B.: Cuando vienen con niños, piden mucho que hacer con ellos. También la gente tiene problema cuando no tiene programada su actividad del día, y sienten que no tienen opciones, a pesar de que aquí hay muchas. Todo el tema de las cavidades o cuevas de la región es una alternativa de lo más agradable en caso de lluvia. Cuando la gente viene a Cantabria, casi siempre tienen en mente pasear cerca de la costa, actividad en la que el sol es importante. Pero la experiencia dice que cuando le ofreces alternativas al cliente, por lo general queda satisfecho.

E: Con respecto al turismo procedente de las regiones interiores o más secas. ¿Acuden a Cantabria en busca de un clima más suave y húmedo?

J. B.: Hay una cosa muy curiosa, cuando en agosto hace mucho calor en toda España, la gente no aguanta más, vienen para arriba corriendo buscando el fresco. Y cuando a veces llegan y se nubla el día, te preocupas y les preguntas, pero rápidamente te dicen que están encantados con nuestro clima, que es inimaginable el calor que hace de dónde venimos. Lo que sí que es cierto es que la climatología enseguida cansa, y cuando hace mucho calor o muchos días de lluvia, todo el mundo se queja. Una de las ventajas del clima en verano durante estos últimos años, es que ha sido poco constante, con cambios, y por extraño que parezca la gente lo agradece.

CÁTEDRA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

E: ¿Cree que la región dispone de suficiente ocio alternativo a cubierto, o sugiere alguno que sería interesante incentivar mediante las instituciones públicas o la iniciativa privada?

J. B.: Los centros de interpretación y museos muchas veces no funcionan o no están abiertos, pero en este caso la solución es tener una buena coordinación, para que esto funcione bien, esté sincronizado, con información veraz, y en general hacer un producto de ello. Por ejemplo: ocurre a menudo que la gente quiere ir al Soplao y ya está agotado el cupo. Sería conveniente invertir en un área donde gente de todas las edades pueda gozar de entretenimiento y diversión. Parece que ahora, con el nuevo centro Botín y todo el planteamiento cultural que se va a plantear alrededor, vamos a tener una mayor oferta de ocio cultural; aunque también es cierto que la gente no va buscando especialmente cultura en sus vacaciones.

En cuanto a una inversión en este tipo de ocio a cubierto, sería necesario una iniciativa pública, mejor que privada; es algo que se ha tratado con anteriores responsables políticos y pocos han movido ficha. Un ejemplo de esto, y punto a destacar sería el parque de Cabarceno, si bien, lo que sería ideal es que se crease una iniciativa similar pero a cubierto. Pero existen ciertas dificultades, debido a que el punto fuerte de nuestra región es la naturaleza que solo se da al aire libre.

E: ¿Ha observado que tras varios días de mal tiempo, clientes que tenían previsto pernoctar más días, se van?

J. B.: Sí, siempre pasa, pero yo creo que pasa cada vez menos. Por dos razones, la primera es que la gente viene menos días y no les compensa planear cambiar de sitio, y segundo, porque hoy en día hay mucho mejor acceso a los pronósticos meteorológicos y con bastante antelación, por lo que no se sorprenden con el tiempo que les vaya a hacer.

E: ¿Ha observado, en caso de climatología adversa anulaciones de última hora? ¿Con qué frecuencia?

J. B.: Si, se dan cada vez más debido en parte también a la crisis económica, ya que hay cierta precariedad en cuanto a que la gente depende más de turnos, cambios de jornada por imprevistos,…; en estos casos, muchas veces en vez de anular, cambian la reserva para otras fechas. Después también, están los clásicos que anulan por una mala predicción del tiempo, pero estos últimos cada vez son menos.

E: ¿De qué forma considera que el cambio climático afectará al turismo en Cantabria?

J. B.: Cualquier cambio influye, aunque parece que con el cambio climático va a hacer más calor, estos últimos años se ha alargado la temporada especialmente durante el otoño. Estas temperaturas se pueden aprovechar para ganar turistas, ahora, ¿va a ser solo así el cambio climático? Nadie lo sabe con certeza.

E: Uno de los puntos que aborda mi trabajo es la influencia que pueda tener el cambio climático en nuestro turismo. Los turistas son, la mayoría, amantes de los entornos rodeados de naturaleza. ¿Observan ustedes que estos cuidan el entorno, reciclan, no ensucian, son sensibles en el ámbito de la ecología,…; y son conscientes de la importancia que esto tiene? ¿O bien dan prioridad a su propia comodidad?

J. B.: Hay un poco de todo. El atractivo del turismo rural es la naturaleza, pero la valoración del cliente, a la hora de la verdad es más teórica que práctica. Y solo una minoría son cuidadosos con el entorno.

29.3.6. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A LA ASOCIACIÓN DE HOSTELERÍA:

Entrevistador: Dentro del conjunto de empresas de alojamiento, los hoteles son las empresas que se encuentran menos condicionados por los periodos vacacionales de los escolares, si bien no están exentos. ¿Es la estacionalidad difícil de ampliar aunque hubiese buen tiempo? ¿Cree que existe alguna vía para reducir dicha estacionalidad?

Emerito Astuy: La estacionalidad es algo que siempre intentamos reducir, hay vías para intentar reducir la estacionalidad, de hecho se está trabajando en ello. El tema de los congresos; todo aquello que tenga que ver con temas profesionales, evidentemente ayuda, porque no tiene que ver con las vacaciones escolares, y al final, va justamente al revés. Los eventos profesionales se contraponen al periodo de las vacaciones. Cabe destacar otros recursos no influidos por la estacionalidad, como los gastronómicos, los culturales, y aquellos que no impliquen la necesidad de llevar a los niños. Aun así, el clima sigue marcando mucho todo tipo de ocio. Cualquier evento, por prestigioso que sea, se ve eclipsado por el mal tiempo. Cualquier negocio de hostelería trabaja más con buen tiempo.

E: ¿Cómo influye el clima de Cantabria a la hora de adecuar las instalaciones tanto en su creación como en su mantenimiento, las encarece demasiado frente a otras regiones de clima más cálido (Andalucía, Levante,…)?

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

E. A.: Sin ninguna duda. Resulta esencial tener la infraestructura correctamente adaptada. Por propia experiencia he tenido que reformar el hotel entero, las ventanas no pueden ser iguales, las terrazas deben adaptarse, resulta necesario tener un buen sistema de calefacción, todo requiere más materiales aislantes, para protegerse de la humedad, del viento y del frio. Por su parte, los establecimientos del sur y levante tienen problemas con respecto al calor, pero en el caso de Cantabria, donde más establecimientos hay es en la proximidad a la costa y la corrosión afecta sobre manera. Por ejemplo, tras seis años he tenido que cambiar varias instalaciones metálicas.

E: ¿Hay algún perfil de turista que se vea poco o nada afectado por una climatología adversa?

E. A.: Principalmente el que viene con motivos profesionales o aquel que viene a un evento específico. En el ámbito de los hoteles son principalmente los congresos y los eventos deportivos; estos últimos, cada vez arrastran más gente y vienen independientemente del mal tiempo; por desgracia, en conjunto, son muy pocos en comparación con el total del resto.

E: ¿Demandan los clientes información sobre un ocio alternativo a cubierto cuando la climatología es adversa?

E. A.: Muchísimo, por eso, toda aquella actividad que permita disfrutar del ocio con climatología adversa es ideal para nuestro sector. Por ejemplo, la cueva del Soplao, haga sol, viento o nieve, es siempre una alternativa excelente; los museos y cualquier otro tipo de actividad a cubierto ayuda mucho a desestacionalizar, y ayuda a fidelizar al cliente, que sabe que si hace bueno tiene una alternativa, y si hace malo, otra.

E: ¿Cree que la región dispone de suficiente ocio alternativo a cubierto, o sugiere alguno que sería interesante incentivar mediante las instituciones públicas o la iniciativa privada?

E. A.: Desde luego, cuantos más mejor. Nunca son suficientes alternativas de ocio alternativo a cubierto. Con respecto a lo que está establecido, o en construcción, el Centro Botín es un gran proyecto, las distintas cuevas de la región,…; y poco a poco, van apareciendo nuevas opciones.

E: Con respecto al turismo procedente de las regiones interiores o más secas. ¿Acuden a Cantabria en busca de un clima más suave y húmedo?

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

E. A.: Ocurre sobre todo en verano, hay mucho público que no viene a Cantabria buscando la playa, sino que lo que buscan es poder dormir. Hay gente que viene de regiones donde hace más de treinta grados por las noches, y por el día pasan siempre de cuarenta, y lo que necesitan es una temperatura agradable para poder descansar. Nuestra región tiene un "aire acondicionado" natural en verano, por lo que nos podemos considerar privilegiados, el problema es que la temporada alta dura poco.

E: ¿Ha observado que tras varios días de mal tiempo, clientes que tenían previsto pernoctar más días, se van?

E. A.: Es matemático, ocurre que cuando se enlazan tres o cuatro días de mal tiempo mucha gente anula las habitaciones, y se marchan. Es anecdótico, en ese respecto, la gente va perdiendo cada vez más la vergüenza y no dudan en justificarse diciendo simplemente que hace malo y que se van; anteriormente, te podías encontrar en la recepción con las escusas más alucinantes, desde que su hijo había suspendido de repente una asignatura, una operación quirúrgica, una muerte de un conocido,... todos ellos imprevistos que surgían tras varios días de lluvia.

E: ¿Ha observado, en caso de climatología adversa anulaciones de última hora? ¿Con qué frecuencia?

E. A.: Esto ocurría mucho antes, porque la gente hacía las reservas con bastante antelación. Pero eso ahora se está dando el fenómeno inverso, no se reserva hasta última hora en función del tiempo, es decir, hasta que no hay una previsión clara en los días previos a viajar, no se reserva. Hoy en día, la mayoría de las reservas giran en torno a la climatología, nosotros, concretamente, contratamos personal o no en función del pronóstico meteorológico.

E: ¿De qué forma considera que el cambio climático afectará al turismo en Cantabria?

E. A.: Se supone que existe el calentamiento global, el cual en principio va a afectar a la región positivamente. Se especula que Cantabria va a tener un clima parecido al del Mediterráneo. Por otra parte, existe el riesgo de que el clima sea menos apacible, por ejemplo los temporales; sin embargo hay quien incluso puede ver en ello un recurso a explotar; la espectacularidad de la naturaleza puede atraer al turismo, de hecho los temporales han estado atrayendo a curiosos que se acercaban a ver el mar embravecido con sus propios ojos; si bien haría falta que la infraestructura se adapte para minimizar los destrozos.

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

E: ¿Observan ustedes que los turistas cuidan el entorno, reciclan, no ensucian, son sensibles en el ámbito de la ecología,…; y son conscientes de la importancia que esto tiene? ¿O bien dan prioridad a su propia comodidad?

E. A.: Los turistas dan más prioridad a su propia comodidad, y esto es un problema de cultura, porque los extranjeros sí que lo hacen ya que tienen una educación distinta. Los españoles por desgracia no cuidan tanto el reciclar o el ahorro energético.

30. BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, Julián (2004). Geografía turística: General y de España. Madrid. Editorial Universitaria Ramón Areces

ALVAREZ, David (26 de Octubre de 2011). *Cuando hace viento sur, en Asturies no llueve. Por mucho que digan los del tiempo*. Disponible en: http://www.naturalezacantabrica.es/2011/10/cuando-hace-viento-sur-en-asturies-no.html [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

AUPÍ, Vicente (2004). *Guía del clima en España: datos de más de 200 observatorios*. Barcelona: Editorial Omega.

AYUNTAMIENTO DE SANTANDER (2015) Historia de la Ciudad. Disponible en: http://portal.ayto-santander.es/portal/page/portal/inet_santander/ciudad/historia [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

AYUNTAMIENTO DE SANTANDER (2015) Los Primeros Baños de Ola (1845-1930). Disponible en: http://portal.ayto-santander.es/portal/page/portal/inet_santander/turismo/banos_ola [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

CANTUR (2015) *Estación de Esquí de Alto Campoo.* Disponible en: https://www.altocampoo.com/la-estacion [último acceso: 9 de Julio de 2015].

CARRUITERO, Patricia Belén (2013). *Estacionalidad de la Demanda de Turismo en Argentina*. Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la Plata.

CUADRAT, José María (2006). *Climatología*. Madrid. Editorial Cátedra.

CÁMARA DÍEZ, Enrique (2006). *Variables meteorológicas y salud*. Madrid. Instituto de salud pública de la Comunidad de Madrid.

DIXON, Dougal (1985). *Geografía: paisaje, clima y gentes.* Madrid: Editorial Anaya.

ESSENWANGER, O.M. (2001). *General climatology 1C: classification of climates*. Londres Elsevier Science.

FIESTA DEL ORUJO (2015) Fiesta del Orujo en Potes, Cantabria. Disponible en: http://www.fiestadelorujo.es/fiesta-del-orujo-Potes [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

GARCÍA CONDRÓN, Juan Carlos (2004). *El clima, entre el mar y la montaña*. Santander: Asociación española de climatología.

GARCÍA SANCHEZ, Antonio y ALBURQUERQUE GARCÍA, Francisco Javier (2003). El turismo cultural y el de sol y playa ¿Sustitutivos o complementarios?, *Universidad Politécnica de Cartagena; Cuadernos de turismo*, nº 11, p. 97-105.

GÓMEZ MARTÍN, Belén (1999). "La relación clima-turismo" *Investigaciones geográficas*, nº 21 p. 21-34

GOBIERNO DE ANDALUCÍA (Junio de 2013). *Plan estratégico contra la estacionalidad turística.* Disponible en: http://www.turismonuevasideas.org/sites/default/files/docplanes/plancontraestacionalidad.pdf [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

HELLPACH, Willy (1940). *Geopsique: el alma humana bajo el influjo de tiempo, clima, suelo y paisaje.* Madrid: Espasa-Calpé.

HOSTELTUR (2014) Turismo Senior Europa incorpora nuevos destinos. Disponible en: http://www.hosteltur.com/177980_turismo-senior-europa-incorpora-nuevos-destinos.html [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

HOSTELTUR (2015) El turista senior, clave para combatir la estacionalización. Disponible en: http://www.hosteltur.com/110479_turista-rural-senior-clave-combatir-estacionalizacion.html [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

ICANE (2015) Histórico de Viajeros y Pernoctaciones en Cantabria. (Datos de las comarcas de: Asón-Aguera, Costa Central, Santander, y Transmiera). Disponible en: http://www.icane.es/data/results#content [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

INFONIEVE (2015) Alto Campoo: Histórico de nieve. Disponible en: http://www.infonieve.es/estacion-esqui/alto-campoo/15/historico-nieve/ [último acceso: 9 de Julio de 2015]

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (2014) Plan integral de turismo rural 2014. Madrid. Instituto de turismo de España.

INSTITUTO CÁNTABRO DE ESTADISTICA (2010). *Perfil del turista en Cantabria, Año 2009.* Disponible en: http://www.icane.es/c/document_library/get_file?uuid=728a8183-71c9-4cb2-8521-caf3324e1c2b&groupId=10138 [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

INSTITUTO CÁNTABRO DE ESTADISTICA (2011). *Perfil del turista en Cantabria, Año 2010.* http://www.icane.es/c/document_library/get_file?uuid=5d107548-9600-42a2-91de-17655076c79f&groupId=10138 Disponible en: [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

INSTITUTO CÁNTABRO DE ESTADISTICA (2012). *Perfil del turista en Cantabria, Año 2011.* Disponible en: http://www.icane.es/c/document_library/get_file?uuid=1ae725b8-c293-4ee2-852c-551843eda328&groupId=10138 [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

INSTITUTO CÁNTABRO DE ESTADISTICA (2013). *Perfil del turista en Cantabria, Año 2012.* Disponible en: http://www.icane.es/c/document_library/get_file?uuid=e1b75fb9-1ed4-4a33-a5b4-6f2fc06ecb32&groupId=10138 [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

INSTITUTO CÁNTABRO DE ESTADISTICA (2014). *Perfil del turista en Cantabria, Año 2013.* Disponible en: http://www.icane.es/c/document_library/get_file?uuid=85c1730a-29bd-4443-ae46-ca3752abc918&groupId=10138 [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA) (2010) Turismo de Montaña. Disponible en: www.fedme.es/download.php?...fedme...turismo-de-montana [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

MARCA ESPAÑA (2015) Turismo Gastronómico. Disponible en: http://marcaespana.es/cultura-y-singularidad/turismo/turismo-gastron%C3%B3mico [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

MARTÍNEZ-CARPIO, Pedro A. (2003) *Biometeorología y bioclimatología clínica: fundamentos, aplicaciones clínicas y estado actual de estas ciencias*. Disponible en: http://divulgameteo.es/uploads/Biometeorolog%C3%ADa-bioclimatolog%C3%ADa.pdf [último acceso: 9 de Julio de 2015].

MINISTERIO DE CULTURA (2011) Turismo Cultural. Disponible en: http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/biblioteca-y-centros-de-documentacion/cdcul/publicaciones/guia-lector/guialector14/guialector14.pdf [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

MINISTERIO DE INDUSTRIA TURISMO Y COMERCIO (2004) El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso. Madrid. Secretaría General de Turismo.

MORENO, Alvaro (2010) *Turismo y Cambio Climático en España*. Maastricht. International Centre for Integrated Assessment and Sustainable Development Maastricht University.

NETQUEST (2013) ¿Qué tamaño de muestra necesito? Disponible en: http://www.netquest.com/blog/es/ [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

NEVASPORT (2015) Balance de la temporada en Alto Campoo. Disponible en: http://www.nevasport.com/noticias/art/45411/Balance-de-la-temporada-en-Alto-Campoo/ [último acceso: 9 de Julio de 2015].

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA COMUNITAT VALENCIANA (septiembre de 2011) Turismo de Sol y Playa en la Comunitat Valenciana. Disponible en: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Turismo_Sol_y_playa_septiembre_2011.pdf [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

OITS EUROPE (2015) Proyecto Sentour Connect. Disponible en: http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=261 [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

ORIGIN SPAIN (2015) Productos con denominación de origen en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Disponible en: http://originspain.com/Cantabria.html [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

RODRÍGUEZ VELASCO, Juan José (2012*). Viabilidad temporal de la precipitación y la temperatura en las comarcas de la región de Cantabria.* Santander: Universidad de Cantabria.

RUIZ, Esteban (2013). *Cosas que hacer en Cantabria cuando llueve*. Santander: Editorial Mazcuerras.

SAN GIL, Jesus. et al. (1986) *Tiempo atmosférico, clima y psicopatología.* Madrid: Editorial Novamedia

SANCHEZ, Ana Belén y DALLE, Mathieu (Noviembre 2005). *Cambio Climático*. Disponible en: http://www.agenergia.org/files/resourcesmodule/@random499ae75fc6ba7/1234889307_CC_Efectos_sb_Turismo_ISTAS.pdf [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

SEGITTUR (2014) España se lanza a por el turista senior con un nuevo "Imserso europeo" Disponible en: http://www.segittur.es/es/sala-de-prensa/detalle-documento/Espaa-se-lanza-a-por-el-turista-senior-con-un-nuevo-Imserso-europeo/ [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

UNIVERSITARIA DE CANTABRIA altamira SANTANDER

SEGITTUR (2015) Senior Rail Travel. Disponible en: http://www.segittur.es/es/proyectos/proyecto-detalle/Senior-Rail-Travel-/ [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

SHARPLEY, Julia. SHARPLEY, Richard (1997). *Rural Tourism–An Introduction*. Londres. International Thomson Business Press.

SIERRA, Rosario (13 de Junio de 2013). *Así nos influye el Clima en el humor y la salud*. Disponible en: http://salud.doctissimo.es/mente-sana/salud-mental/influencia-clima-salud.html [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

TOHARIA CORTÉS, Manuel (2008). *El clima: el calentamiento global y el futuro del planeta*. Barcelona: Editorial Debolsillo.

TRONCOSO DE CASTRO, Antonio; REIGADA DE PABLO, Pilar (1973). Geografía turística de España. Burgos. Editorial Aldecoa. P. 510.

TURISMOCANTABRIA (2013) Imágenes e información de las playas de Cantabria. Disponible en: http://www.turismocantabria.net/es/playas [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

TURISMO DE CANTABRIA (2012) Fiesta del Orujo en Potes. Disponible en: http://www.turismodecantabria.com/proximamente/eventos/398-fiesta-del-orujo-en-potes [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

TURISMO DE CANTABRIA (2015) Con raquetas de nieve: caminando por los bosques de Cantabria. Disponible en: http://www.turismodecantabria.com/comunidad-viajera/miradas-de-cantabria/43-con-raquetas-de-nieve-caminando-por-los-bosques-de-cantabria [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

DEL VALLE MELENDO, Javier (2006) Turismo y clima: Un dialogo necesario. *Estudios Turísticos,* nº 171, p. 77-91

VARELA, Juan Manuel (2010). *Aves y clima: una herramienta para la enseñanza del cambio climático en Cantabria*. Santander: Ed. Astillero.

VÁZQUEZ VARELA, José Manuel (2008). *Cambio climático*. Vigo: Nova Galicia edicions.

VERDENORTE (2013) Camino de Santiago Por el Camino Norte. Disponible en http://www.verdenorte.com/camino-de-santiago-por-el-camino-del-norte [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER

VERDENORTE (2014) Ruta del Transcantábrico. Disponible en: http://www.verdenorte.com/mapa-de-la-ruta-del-transcantabrico [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

VVAA (1993)El clima en las ciudades españolas. Madrid. Editorial Cátedra

VVAA (2000) *Atlas climático ibérico: temperatura del aire y precipitación 1971-2000.* Madrid: Agencia estatal de meteorología, Ministerio de medio ambiente. Instituto de Meteorología de Portugal.

VVAA (Enero de 2010) Las raquetas de nieve. Descripción y uso de las mismas. Disponible en: http://www.efdeportes.com/efd140/las-raquetas-de-nieve-descripcion.htm [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

WEART, Spencer (2006). *El Calentamiento Global.* Pamplona. Editorial Laeroli.

ZORRILLA, Pilar (2011) La Oferta Gastronómica. Disponible en: https://www.donostia.org/home.nsf/0/108DAEF1099D7B41C12577E7002EF8E9/$file/Ponencia_Pilar_Zorrilla.pdf [último acceso: 12 de Septiembre de 2015].

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO altamira SANTANDER