

Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

**GRADO EN GESTIÓN
HOTELERA Y TURÍSTICA**

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2020/2021

CARMEN BARRIOCANAL SANZ

**ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA COMARCA
DE ASÓN-AGÜERA**

**TOURISM ANALYSIS AND DIAGNOSIS OF THE ASÓN-
AGÜERA REGION**

DIRECTOR

D. Ignacio Sariego López



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

**GRADO EN GESTIÓN HOTELERA
Y TURÍSTICA**

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2020/2021

Fecha de entrega: 24/06/2021

AUTORA: CARMEN BARRIOCANAL SANZ

**TÍTULO: ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA
COMARCA DE ASÓN-AGÜERA**

DIRECTOR: IGNACIO SARRIEGO LÓPEZ

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a 24 de junio de 2021

RESUMEN

Asón-Agüera es una comarca desconocida para el turista pero a pesar de ello, depende en gran medida del turismo ya que un porcentaje muy alto de la población se dedica al sector servicios. Los recursos naturales que nos brinda la comarca junto a su rico patrimonio cultural la convierten en un destino muy completo y atractivo para el visitante.

La mayoría de visitantes vuelven a sus hogares agradecidos y contentos ya que lo recomiendan a sus familiares y amigos.

En este proyecto se realiza un análisis turístico de la comarca, investigando sobre los recursos potenciales, la oferta y la demanda. Finalmente, nos encontramos con un diagnóstico DAFO que muestran conclusiones y propuestas para fomentar el turismo del territorio.

Palabras clave: Asón-Agüera, turismo rural, recursos turísticos, oferta, demanda, Cantabria.

ABSTRACT

Asón-Agüera is an unknown region for tourists but despite this, it is based on tourism, since a very high percentage of the population is dedicated to this sector.

The natural resources that the region offers us together with its rich cultural heritage make it a very complete and attractive destination for the visitors.

Most tourists return home grateful and happy as they recommend it to their family and friends.

In this project, we carry out a tourist analysis of the region, investigating potential resources, supply and demand. Finally, we find a SWOT diagnosis that shows conclusions and proposals to promote tourism in the territory.

Keywords: Asón-Agüera, rural tourism, touristic resources, supply, demand, Cantabria.

Índice

1. Introducción.....	1
1.1 Finalidad y motivos	1
2. Objetivos	2
3. Estado de la cuestión	3
3.1 Planificación turística de un destino	3
3.2 Turismo rural en España	6
3.3 Turismo rural en Cantabria	8
4. Metodología	11
5. Asón-agüera como destino turístico	12
5.1 Descripción geográfica.....	12
5.2 Infraestructuras y vías de comunicación:	14
5.3 Los recursos turísticos de Asón-Agüera:.....	16
5.4 Etnografía.....	20
5.5 Gastronomía:	22
6. Oferta turística de Asón-Agüera.....	22
6.1 Efectos del covid-19 en la Comarca Asón-Agüera.	22
6.2 Oferta turística:.....	23
6.2.1 Alojamientos:.....	24
6.2.2 Restauración y productos agroalimentarios	26
6.2.3 Ocio	28
6.2.4 Gestión turística de Asón-Agüera.....	29
7. Demanda	32
7.1 Perfil del visitante de Cantabria	32
7.2 Perfil del turista de Asón-Agüera	34
8. Diagnóstico DAFO de Asón-agüera como destino turístico	39
9. Conclusiones y propuestas	40
10. REFERENCIAS.....	42
a. Bibliográficas.....	42
b. Webs.....	44
c. Material de promoción turística	44
d. Entrevistas.....	45

11. Anexos	46
------------------	----

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Cuenca del Río Asón	12
Ilustración 2: Cuenca del Río Agüera	12
Ilustración 3: Mapa ubicación Asón-Agüera.....	14
Ilustración 4: Mapa de la comarca Asón-Agüera	14

Índice de gráficos

Gráfico 1 Alojamientos por municipios.....	25
Gráfico 2 Oferta de restauración por municipios.....	28
Gráfico 3 Edad del visitante cántabro.....	34
Gráfico 4 Compañía del visitante.....	36
Gráfico 5 Edad del visitante de otras provincias.....	36
Gráfico 6 Municipios más visitados.....	37
Gráfico 7 Experiencia.....	39

Índice de tablas

Tabla 1 Patrimonio Religioso.....	19
Tabla 2 Alojamiento en Asón-Agüera.....	26
Tabla 3 Procedencia.....	35
Tabla 4 DAFO.....	40

1. Introducción

1.1 Finalidad y motivos

El presente trabajo de fin de grado ha sido realizado tras finalizar el 4º curso del Grado en Gestión Hotelera y Turística de la Escuela Universitaria de turismo Altamira de Santander.

Este proyecto consiste en analizar desde un punto de vista turístico la comarca de Asón-Agüera, formada por los municipios de Ampuero, Arredondo, Guriezo, Limpias, Ramales de la Victoria, Rasines, Ruesga, Soba y el Valle de Villaverde. Teniendo como finalidad principal desarrollar un estudio sobre todos los aspectos que la afectan turísticamente a la comarca.

El fin de la realización de este análisis se orienta hacia el conocimiento de los puntos fuertes y débiles del destino, al igual que sus fortalezas y oportunidades. A partir de estos factores se podrá determinar estrategias que podrían ser posibles de llevar a cabo.

El motivo principal para la elección de este tema es que la comarca elegida es la zona que mejor conozco turísticamente y considero que cuenta con un gran potencial turístico. Sin embargo, pienso que la puesta en valor de sus recursos no es eficaz, ya que en su mayoría es una zona desconocida para los visitantes que vienen a Cantabria. Otro aspecto que me motiva a escoger esta opción para realizar este proyecto de fin de grado es que mi pueblo natal, Ampuero, en el que he residido siempre, se encuentra en esta comarca.

Para efectuar este trabajo pretendo buscar cuáles son las razones por las que el destino no es conocido a pesar de tener cualidades turísticas, además de estudiar cómo se pueden poner en valor estos recursos para conseguir llamar la atención de los visitantes. Previamente analizaré sus recursos, su situación geográfica e historia. También, es importante conocer la oferta y demanda que puede encontrar el visitante en la comarca.

Además, este proyecto tendrá en cuenta el bienestar de la población de la zona y su desarrollo socio-económico y sostenible. Es imposible no considerar el turismo sostenible como un punto fundamental al realizar el diagnóstico, desarrollo turístico y sostenibilidad pueden cohabitar mientras tengamos una estrategia apropiada para proteger el medio ambiente (García y Díaz, 2014) sobre todo cuando hablamos de turismo rural como es el caso de este trabajo.

Por todos estos motivos creo que es muy importante que el destino tenga nuevas ideas de mejora, promoción, divulgación y progreso para los atractivos turísticos de Asón Agüera.

2. Objetivos

Este trabajo tiene como **objetivo principal** la realización de un diagnóstico turístico de la comarca de Asón-Agüera, centrándose en analizar los factores que la afectan desde el punto de vista turístico.

Para conseguir este objetivo, es necesario marcar primero unos **objetivos específicos**:

- Realizar un análisis de la oferta y la demanda sobre el destino, además, a partir de una muestra podremos saber cuál es el tipo de turista que visita los recursos de la comarca y así descubrir los inconvenientes que encuentran sobre el destino.
- Determinar las causas por las que la comarca de Asón-Agüera necesita una planificación de desarrollo turístico.
- Analizar los recursos potenciales de la zona para sacar conclusiones y propuestas que podrían fomentar el turismo.
- Elaborar un diagnóstico que identifique las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) de la Comarca de Asón-Agüera.

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

3. Estado de la cuestión

3.1 Planificación turística de un destino

El turismo juega un importante papel en la evolución económica de muchos países, les permite distinguir perspectivas alentadoras a los territorios que impulsan su actividad turística, permitiendo diversificar su economía tradicional (Julca, 2016). En España es un pilar esencial ya que en 2019 el peso del turismo logró los 154.487 millones de euros, lo que supuso un 12,4% del PIB (INE 2019).

Este crecimiento tan veloz está provocando que algunos destinos quieran beneficiarse de estos datos y recurran a utilizar herramientas de planificación para garantizar el éxito en el desarrollo turístico. Habitualmente la planificación va ligada con las políticas públicas desde perspectivas como la organización política de los estados, la ideología dominante y el sistema económico vigente hasta los diversos objetos de la planificación relacionados con fines políticos y el proceso de toma de decisiones político-administrativas, teniendo una indudable presencia en los países con economía de mercado (Ivars-Baidal, 2001).

Para que estos destinos logren una buena planificación hay que considerar que la actividad turística está experimentando notables transformaciones, consecuencia de factores como la evolución tecnológica, los cambios en la demanda y la aparición de nuevos modelos de negocio. Estos factores interrelacionados con el destino turístico plantean incógnitas sobre si se están aprovechando proactivamente las oportunidades para atribuir los modelos turísticos locales. (Ivars-Baidal y Rebollo, 2019).

A la hora de utilizar herramientas para la planificación en destinos turísticos es importante definir diferentes factores para identificar el tipo de pla

n. Los planes de ordenación están destinados a regular el sector turístico o los recursos turísticos relacionándolo con la ordenación territorial. Mientras que los planes de promoción, son planes económicos limitados al objetivo de promoción y fomento, con la finalidad principal de la puesta en valor del destino (Palomeque, 2007).

Según la escala donde lo vamos a realizar este diagnóstico podría desarrollarse a diferentes niveles: Internacional, nacional, regional, comarcal o local.

Según el carácter, la planificación puede distinguirse entre planes orientativos o vinculantes. Que sea vinculante significa que es un instrumento normativo, genera derechos y obligaciones e impone pérdidas y ganancias desde la regulación de la norma. Si en cambio, el plan es orientativo se convierte en un

instrumento de análisis cuya función principal es estructurar un informe para la gestión del destino (Velasco, 2016).

No podemos olvidar que en una actividad como el turismo los elementos del interior del territorio juegan un papel significativo por lo que se convertiría en necesario realizar un diagnóstico en el que se unan políticas de creación de empleo y generación de riqueza, con la conservación del medio ambiente, tradiciones, arquitectura popular, gastronomía, medios de vida tradicionales, etc. (Moreno, Sariego y Ávila, 2018).

Para la buena ejecución de este análisis hay que tener en cuenta el contexto real en el que nos encontramos y de esta manera, poder realizar 3 fases fundamentales: Análisis de la situación turística existente, diagnóstico de los resultados del análisis y definición de la estrategia a realizar (Blanco, 2008).

Para realizar este análisis necesitamos obtener información sobre los recursos y servicios que el visitante puede disfrutar en ese espacio, es decir, tenemos que conocer la oferta turística.

Los recursos de un destino suponen el componente principal de la actividad turística por lo que son un pilar importante del análisis. También, es fundamental estudiar los servicios turísticos que nos ofrece el destino (alojamientos, empresas de actividades turísticas, restauración etc...), de esta manera podremos mejorar dicha oferta y lograr que sea de calidad para que esta pueda complacer y afrontar la demanda.

Para conseguir mejorar la oferta y que tenga calidad tenemos que saber lo que esto significa, ya que el concepto de calidad es subjetivo porque depende del que lo recibe. Este estimará si en su opinión la oferta turística del destino cumple con lo que esperaba (Veloz y Vasco, 2016). Esto implica que busquemos elementos que permitan acercarse (o superar) a la idea previa del visitante al destino.

Por todo esto, es esencial hacer un análisis profundo de la oferta para saber en qué estado se encuentra y cómo podríamos mejorarla, como paso previo al diseño de un plan que explote estos recursos.

Debido a estas razones, debemos considerar la calidad como eje fundamental de progreso, pero siempre teniendo claro que cuando nos referimos a un producto de calidad, no tenemos por qué estar hablando de un producto caro, sino de un producto que su objetivo principal es priorizar la satisfacción del visitante y la adecuación de lo ofrecido a sus necesidades y expectativas para ganar y conservar una posición competitiva (Ávila y Barrado, 2005).

Para tener una buena posición frente a los competidores es importante que dentro de este análisis se estudie la competencia, ya que en los últimos años esta ha aumentado mucho en el mercado turístico. Esto provoca que la personalidad de destino se convierta en una variable clave para el desarrollo de marcas de destino y la elaboración de una identidad única para los lugares turísticos (Fernández et al. 2011).

Para lograr vencer a la competencia y adquirir un buen posicionamiento del destino es necesario perfeccionar las cualidades del destino e implantar estrategias comunicativas útiles, con el fin de adquirir una ventaja competitiva frente nuestros rivales.

Michael Porter lanzó el concepto de ventaja competitiva como una característica diferencial de una empresa que la coloca en una posición superior frente a la competencia. Consideró que debía ser claramente apreciada por el cliente y capaz de mantenerse a través del tiempo. Para lograr dicha ventaja diferenció 3 vías llamadas "las estrategias competitivas genéricas de Michael Porter":

- Estrategia de liderazgo en costes: Consiste en competir por tener los costes más bajos. Según esta estrategia, el producto no necesita ser el mejor, solo tener una calidad aceptable.
- Estrategia de diferenciación: En este caso el coste sería alto ya que el consumidor aprecia el valor adicional en la diferencia en el precio respecto la competencia. A diferencia del liderazgo de costes, compite con un producto de mayor calidad y dota al servicio de una calidad única.
- Estrategia del enfoque: Se basa en enfocarse en un mercado específico con productos en particular delineados para satisfacer necesidades y preferencias de un consumidor concreto. (Porter, 1990)

Este tipo de estrategias podrían ser aplicadas a la hora de diseñar un plan de desarrollo turístico:

Por ejemplo, si nuestro destino tiene una calidad admisible pero no es único, se podría aplicar la estrategia de liderazgo de costes compitiendo por ser el destino con la oferta turística más barata. Actualmente el concepto low-cost se encuentra en plena exaltación en el sector del turismo y del ocio, lo cual, conlleva a que los productores de estos servicios se tengan que ajustar a esta nueva realidad (Valls, 2016)

En cambio, si contamos con un servicio de calidad exclusivo, emplearíamos la estrategia de diferenciación. El lugar tendría más significación y los servicios turísticos podrían tener un precio más alto. Si el visitante desea realizar algo que solo dispone de ello en una localidad, o tiene la singularidad de ser el

mejor sitio donde lo va a poder encontrar, estará dispuesto a pagar más por ello. Es decir, lo que ofrece nuestro producto, en este caso nuestro destino constituye una cualidad distintiva (diferenciación, extras, plus) que el turista espera, porque paga un valor adicional por ello (Chávez, 2016).

La estrategia de enfoque la dedicaríamos para un destino que se pueda caracterizar por unas cualidades turísticas específicas para un tipo de consumidor concreto. Un ejemplo podría ser un destino que cuenta con muchas cuevas, utilizaríamos esta vía centrándonos en dar servicio al público interesado en espeleología.

Por otro lado, no podemos olvidar tener en cuenta la demanda turística. A lo largo de los años, esta ha ido variando mucho, el turista ya no se conforma con los destinos clásicos. Tradicionalmente, la demanda podía acceder directamente a la oferta pero la evolución del turismo ha provocado que sufra grandes cambios en su estructura y funcionamiento. (Rodríguez-Zulaica y Fernández-Villarán, 2017). Ahora la población viaja mucho más que antes y dispone de mucha más información sobre los destinos. Tener conocimiento sobre las tendencias del mercado turístico es un factor clave para complacer la demanda.

Una vez estudiadas todas las características del destino debemos realizar un diagnóstico de los resultados del análisis. Además de las características del lugar, debemos considerar las costumbres y opiniones del visitante.

3.2 Turismo rural en España

El turismo tal y como lo conocemos hoy en día en España comenzó a desarrollarse en los años sesenta. Más adelante, durante la etapa democrática el turismo se enfocó únicamente en el tradicional modelo de sol y playa. El país se dedicó a proteger el turismo barato llegando al punto en el que el número de turistas superaba la ganancia económica que recibía la nación. (Güell 1983).

Actualmente, en España podemos seguir disfrutando de este tipo de turismo, pero afortunadamente, podemos diferenciar nuevos competidores que con el paso de los años se están desarrollando cada vez más. Y aunque nuestro país siga siendo líder mundial en turismo de sol y playa, es necesario destacar que el turismo de interior ha crecido en los últimos años.

Si antes solo se realizaba un turismo convencional, actualmente se está desarrollando diversos tipos de turismo que no tienen nada que ver con este. La población se decanta por nuevas modalidades como turismo cultural, rural, deportivo, etc... Cuando nombramos el concepto de turismo rural o de naturaleza, lo relacionamos con ecoturismo o turismo verde (López-Bonilla J.M,

Boerasu y López-Bonilla L.M, 2014). Este modelo de turismo a medida que pasan los años se está desarrollando cada vez más gracias a las nuevas preferencias de los turistas.

Para la Organización Mundial del Turismo (2000) el turismo rural es:

Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Aunque es complicado situar el origen de este modelo de turismo en España, existen antecedentes de que la actividad se inició en 1967. Esta comenzó con el programa de vacaciones en alojamiento rural denominado "casas de labranza", elaborado por la Agencia de Extensión Agraria junto a la Secretaría de Estado de Turismo (Del Valle, 2015). A la vez que surgía el turismo de masas de los años sesenta se produjo la crisis en el sector agrícola. Esto produjo la emigración hacia las ciudades y que las zonas rurales se quedasen más vacías.

Posteriormente, en la época de los ochenta, cuando la población estaba ya acostumbrada a las ciudades y al turismo de masas comenzaron a interesarse por el interior del país. La gente empezaba a buscar espacios casi sin desarrollo turístico donde predominarían los paisajes vírgenes y desconocidos. (Cànoves, Garay y Duro, 2014)

Gómez (1987) apuntó que las exigencias de la demanda iban a provocar que las zonas rurales dejaran de ser únicamente lugares de reservas de recursos para convertirse también en reservas de espacio de ocio (Gómez, 1987). Y no se equivocaba, ya que durante la década de los noventa hubo un crecimiento en la demanda de turismo en zonas rurales. A su vez, existían nuevas políticas turísticas que favorecían a estos lugares. Ambos factores hicieron que se generaran expectativas positivas en torno a las posibilidades de desarrollo turístico del medio rural. (Ivars-Baidal, 2016).

Actualmente el turismo rural está consolidado en todo el territorio español. Según el INE, en 2019 España recibió 4.421.397 viajeros en los alojamientos rurales del país (INE, 2019).

En las últimas décadas, el número de alojamientos, restauración, empresas de turismo activo y otros servicios han aumentado en las áreas rurales españolas.

Gracias al turismo rural se han mejorado lugares que no tenían mantenimiento alguno y se encontraban abandonados como por ejemplo zonas recreativas,

miradores, senderos o vías verdes. También, se han realizado nuevos centros de interpretación de áreas rurales, recepción de visitantes, museos... Además ahora, internet está lleno de información sobre turismo en el medio rural, los destinos rurales cada vez promocionan más sus recursos y estos son cada vez más conocidos. Todo ello ha supuesto que el turismo sea un dinamizador económico para muchas áreas rurales generando beneficios sociales y económicos en diferentes áreas que estaban deshabitadas o en proceso de deshabitarse.

3.3 Turismo rural en Cantabria

En poco más de 5.000km², Cantabria cuenta desde el punto de vista turístico con los atractivos imprescindibles para complacer al visitante. A pesar de ser la tercera comunidad más pequeña de España, dispone de cantidad de lugares de interés tanto en las zonas de interior como en la costa.

Según un informe del Observatorio turístico de Cantabria impulsado por la Escuela Universitaria de Turismo Altamira, Cantabria es la comunidad con mayor densidad turística de la España Verde. Su ritmo de desarrollo por año es parecido al de las Comunidades que se encuentran en cabeza en el ranking de actividad turística. (Hosteltur 2016).

Es probable que este dato se dé gracias a todas las posibilidades turísticas que el destino ofrece. Se puede hacer desde turismo cultural hasta turismo de sol y playa en la costa cantábrica. Otro tipo de turismo que destaca en Cantabria es el turismo deportivo, desde surfistas de todo el país que visitan sus playas, campos de golf, turismo náutico, deportes de aventura como vías ferratas o deportes de invierno como esquí en Alto Campoo. También las competiciones deportivas son un atractivo turístico que hace que mucha gente se acerque a la comunidad autónoma.

Pero entre las actividades más destacadas en la provincia a lo largo de los últimos años se encuentra el turismo rural (Caamaño, 2017). Tanto que el pasado año, Potes, la capital de la comarca de Liébana fue proclamada Capital del Turismo Rural gracias a todos los votos que recibió por parte de los viajeros. La popularidad que recibe este tipo de turismo se ve claro en los datos del Instituto Cántabro de Estadística ya que indican que Cantabria recibió 259.051 viajeros en sus alojamientos rurales (ICANE 2019).

Durante el último año se ha disparado el turismo rural, no solo en Cantabria sino también en España. Las circunstancias que estamos viviendo debido a la crisis del covid-19 han provocado que el turista elija hacer turismo en el medio

rural ya que se desarrolla en espacios abiertos no masificados. (Hosteltur, 2021). Según el Observatorio de Turismo Rural (OTR) esta tendencia seguirá al alza durante todo el 2021. En este año tan singular en el norte de España se encuentran los destinos rurales más demandados. Siendo los favoritos Asturias (18%) y el segundo Cantabria (9,5%) (Hosteltur, 2020).

Una de las razones por las que la comunidad obtiene estos datos y por las que sobresale esta modalidad de turismo en la región puede ser porque un 80% del territorio de la región está formado por zonas rurales. En cambio, solo un 20% de la población de la provincia vive en estas zonas. Es decir, los municipios rurales son los más deshabitados de Cantabria a pesar de su gran expansión territorial.

Existe una red Cántabra de desarrollo rural que está formada por todo ese territorio y lleva en marcha desde 2002. Está compuesta por cinco grupos de Acción Local, que se componen por las comarcas que forman todas las zonas rurales:

- Grupo de acción local de Cantabria oriental rural (Asón-Agüera y Trasmiera)
- Asociación de Desarrollo Territorial de Campoo- Los Valles.
- Grupo de Acción Local de la Comarca de Liébana.
- Asociación de Desarrollo Rural Saja-Nansa
- Asociación para la promoción y el desarrollo de los Valles Pasidegos.

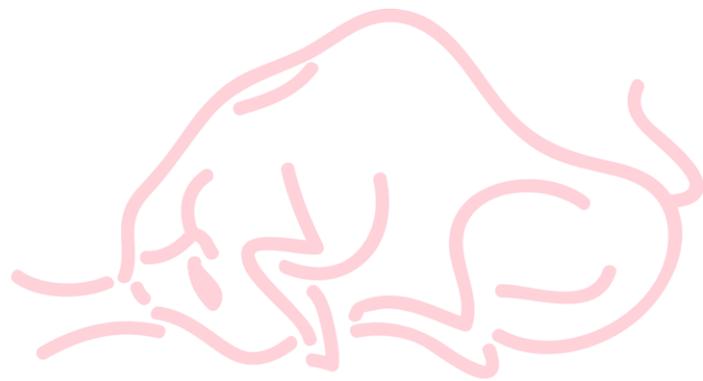
Esta red está formada por 74 municipios y trabaja por el medio rural de Cantabria a través del método LEADER, además de otras iniciativas de desarrollo rural.

El proyecto LEADER (*"Liaisons entre activités de Développement de L'Économie Rural"* "Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural") es una propuesta comunitaria de la Unión Europea que a través de ayudas, gestionadas por los Grupos de Acción Local aplican estrategias de desarrollo rural según las necesidades que consideren que necesita el territorio (Pinedo, 2019)

El tipo de alojamiento rural y ofertas complementarias que puedes encontrar en Cantabria es uno de los factores claves que tienen en cuenta los viajeros a la hora de escoger destino rural de vacaciones. Según el Boletín Oficial de Cantabria (2010) los alojamientos turísticos en medios rurales de Cantabria se clasifican en Palacios y Casonas de Cantabria, Posadas de Cantabria y

Viviendas Rurales de Cantabria. Posteriormente (2014) se regularon en otro decreto las Cabañas Pasiegas.

Estas últimas son un tipo de alojamiento rural único en Cantabria que se caracteriza por ser un tipo de construcción ganadera propio de las montañas de los Valles Pasiegos. También se pueden encontrar algunas en la zona colindante del Valle del Asón. Según el Diario Montañés (2017) Cantabria cuenta con más de 10.000 cabañas de esta tipología algunas de ellas explotadas como alojamiento turístico.



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

4. Metodología

Para recoger todos los datos que aparecen en este TFG he necesitado recurrir a diferentes fuentes de información.

Las **fuentes primarias** que he utilizado se basan en entrevistas a asociaciones, técnicos de turismos, miembros de ayuntamientos y a trabajadores o responsables de negocios, como hoteles y restaurantes. Todas estas entrevistas fueron realizadas durante el mes de mayo de 2021. Gracias a ellas puedo saber opiniones, ideas y datos importantes para el desarrollo del plan.

Se han realizado 277 cuestionarios vía online a gente aleatoria. Dependiendo de la procedencia de cada uno existían diferentes tipos de preguntas. Estos cuestionarios, me han facilitado el análisis del perfil del visitante. Además, también he recogido resultados y opiniones de los residentes de la comarca.

Lo ideal hubiese sido realizar estas encuestas a visitantes al azar, pero debido a las circunstancias que estamos viviendo debido al covid19 esto no se ha podido llevar a cabo. Para que los resultados fueran lo más reales posibles, he difundido vía online estos cuestionarios.

También he tenido que recurrir a **fuentes secundarias** principalmente, materiales de promoción turística, folletos y páginas web de Ayuntamientos. Además, he recopilado información de portales web como por ejemplo Google académico y www.dialnet.unirioja.es, estas páginas han sido de gran ayuda ya que he encontrado diferentes artículos, revistas y proyectos que podía relacionar con mi trabajo.

ALTAMIRA

5. Asón-agüera como destino turístico

5.1 Descripción geográfica:

La comarca de Asón-Agüera se encuentra en la zona oriental interior de Cantabria y como su propio nombre indica está ubicada en los cursos de los ríos Asón y Agüera. Según la información obtenida en la web Meetspain la comarca de Asón-Agüera cuenta con 9 poblaciones que se distribuyen en una superficie de más de 550km².

El río Asón tiene una longitud de 44km y es uno de los principales ríos de Cantabria. Discurre desde su nacimiento en forma de cascada de sesenta metros de altura en el Portillo del Asón (Soba) y termina su itinerario en la bahía Santoñesa. El río comunica las villas de la comarca que se encuentran en su ribera. En su tramo final, el Asón se convierte en ría, exactamente en el municipio de Limpias. (Brera, 1995)

La mayoría de municipios que forman esta comarca se encuentran en el transcurso de este río: Ampuero, Arredondo, Limpias, Ramales de la Victoria, Rasines, Ruesga y Soba. Siendo Guriezo y el Valle de Villaverde las únicas localidades que se encuentran en el itinerario del río Agüera.

Según la web de Cantabria oriental rural este último río cuenta con aproximadamente 18 km de longitud que discurren entre Cantabria y Vizcaya. Su nacimiento se encuentra al sur del Valle de Villaverde, concretamente entre Villaverde y el municipio vasco de Arcentales. Finalmente, este desemboca en el Mar Cantábrico en la ría de Oriñón.

Ilustración 1: Cuenca del río Asón



Ilustración 2: Cuenca del río Agüera



Fuente: Dma Cantabria

Los siguientes datos geográficos e históricos de estos nueve municipios han sido recogidos en su mayoría en las páginas de "Cantabria 102 municipios de El Diario Montañés (2020)" y del INE (Instituto Nacional de Estadística) con cifras oficiales de 2020:

Ampuero: Tiene una superficie de 32,2 km² y cuenta con 4.319 habitantes repartidos en 24 núcleos de población. En 1728 Felipe V concedió a Ampuero el título de villa. Actualmente, el municipio es cabecera de comarca y posee importantes servicios.

Arredondo: Con una superficie de 46,8 km², se conforma por 10 pueblos y cuenta con 452 habitantes. Es conocida popularmente como "La capital del mundo" por ser la cuna de numerosos indianos ilustres. El municipio cuenta con un desarrollo subterráneo excepcional con más de 250 cavidades.

Guriezo: Es la tercera localidad más habitada de la comarca que cuenta con 2.330 habitantes en 74,5km² que se divide en 24 núcleos de población que integran el municipio. Tiene diversos bienes patrimoniales e históricos. Destaca la parte alta de la localidad por asentar el embalse del Juncal y por las montañas y picos que separan el valle del Agüera de otros valles como el del valle del Asón y el valle de Sámano.

Limpias: Con una superficie de 10,1 km² y con 1.928 habitantes el pueblo de Limpias destaca por su arquitectura civil y religiosa. En el siglo XVI, el municipio contaba con un importante puerto llamado del Ribero del que salían embarcaciones cargadas de mineral y hierro hacia puertos muy importantes como Inglaterra y Flandes. Incluso en 1845, existía una línea de navegación directa desde este puerto a la Habana con barcos de vela cuya travesía duraba 2 meses. Sin embargo, esta línea no fue un éxito ya que no tardó mucho en dar de quiebra. (Brera, 1995). Actualmente no cuenta con esta actividad pero tiene un importante paseo por los muelles donde se encontraba el antiguo puerto.

Ramales de la Victoria: Tiene una superficie de 34,4 km² y 2.877 habitantes el municipio de Ramales de la Victoria fue una de las vías de comunicación más importantes durante la Edad Media y Moderna. En 1839 el pueblo fue testigo de una batalla que duró 22 días entre los ejércitos de los generales Maroto y Espartero que supuso el triunfo de la primera Guerra Carlista. Por esta victoria, el pueblo como homenaje pasó a llamarse con el actual nombre "Ramales de la Victoria".

Rasines: Tiene una extensión de 42,9 km² dividida en catorce poblaciones que cuentan con un total de 955 habitantes. El pueblo fue cuna de canteros que intervinieron en el Renacimiento hispano, dejando arquitectura civil y religiosa de aquella época.

Ruesga: Posee una extensión de 88 km² con 836 habitantes divididos en seis entidades de población. Se caracteriza por ser una zona con un gran número de cuevas y simas que son investigadas por espeleólogos todos los años. Se encuentra en este municipio el Gran Pozo MTDE con casi 436 metros de profundidad, es el pozo más profundo de España y uno de los mayores del mundo.

Soba: Este municipio es el más extenso en cuanto a dimensión, ya que supone más de un 35% del territorio de la comarca con una superficie de 214,2 km². A pesar de su gran expansión de territorio el municipio está sufriendo un decrecimiento demográfico ya que únicamente cuenta con 1.555 habitantes divididos en 27 localidades.

Valle de Villaverde: Este enclave situado en Vizcaya pero que pertenece a Cantabria cuenta con 274 habitantes divididos en 10 entidades poblacionales distribuidas en una superficie de 19,5 km². Fue conocido durante décadas hasta el 2005 por el nombre de "Villaverde de Trucíos". En 1875 fue escenario de una batalla entre liberales y carlistas.

Ilustración 3: Mapa ubicación Asón-Agüera



Fuente: Wikipedia

Ilustración 4: Mapa comarca Asón-Agüera



Fuente: Cantabria 102 municipios

5.2 Infraestructuras y vías de comunicación:

En este apartado desarrollaré las infraestructuras y vías de comunicación que existen para acceder a la comarca de Asón-Agüera.

Para llegar en vehículo propio a la comarca de Asón-Agüera existen varios accesos, pero el más común es mediante uno de los desvíos de la autovía A8, concretamente la salida 173 hacia la N-629. Para acceder al resto de municipios

hay que llegar por diferentes carreteras comarcales o locales de Cantabria o Vizcaya (en el caso de Valle de Villaverde).

En una de las entrevistas realizadas, Luis Rodríguez (2021) gerente de El Grupo de Acción Local Asón-Agüera-Trasmiera opina que quedó como asignatura pendiente ampliar la vía rápida (N-629) hasta El Puerto de Los Tornos, uno de los puertos de montaña más utilizados por el tráfico rodado para unir Cantabria con la meseta central española.

Por otro lado María Ricondo (2021), propietaria junto a su familia del Restaurante Casatablas en Soba considera que la comarca está bien comunicada ya que bajo su punto de vista la señalización de las carreteras e infraestructuras se encuentran en perfecto estado. José Miguel Donosti (2021) concejal de Cultura, Turismo, Barrios y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Ampuero coincide con dicha opinión, y añade que desde el consistorio trabajan constantemente en la mejora de los viales urbanos y vecinales de los diferentes barrios que de forma directa afectan a los vecinos, y de forma indirecta son necesarios para los turistas.

Antonio Mancheño (2021), miembro del departamento de recepción del Parador de Limpias considera que la comarca está muy bien comunicada en cualquiera de sus vertientes. Ya que por tierra, posee unas carreteras de calidad y muy cómodas para el visitante. Por aire, existe la ventaja de encontrarnos ubicados entre el aeropuerto de Santander y Bilbao. Por mar, los puertos de Santander y Bilbao reciben anualmente miles de turistas, especialmente británicos. Él considera que quizás, un aspecto a mejorar en cuanto a infraestructuras de transporte sea el tren. Añade que Cantabria lleva años luchando por tener una red de trenes de mayor calidad y por conseguir la llegada del AVE.

Para acceder a la comarca mediante el tren solo dispone de la línea Santander-Bilbao. Luis Rodríguez (2021) comentaba que aprovechando que estamos en el año Europeo del ferrocarril se debería aprovechar para renovar o cuidar el mantenimiento de los trenes ya que actualmente se encuentran en un estado muy anticuado y de abandono.

Diana de Prado (2021) técnico de turismo en la Oficina Comarcal y Jose Miguel Donosti (2021) coinciden en que el mayor problema con el que se enfrentan los turistas es la escasez de transporte público ya que debido a la pandemia se han suprimido dos líneas de tren que comunica Santander con Bilbao. Ahora solo existe un horario al día, lo que hace imposible que un visitante se acerque a la comarca sin pasar la noche.

Ambos aseguran que la escasez de transporte público obliga a contar con medios propios de desplazamiento en la mayor parte de áreas rurales. La

accesibilidad para atender diferentes capacidades dentro de los visitantes y turistas tanto en movilidad urbana, como en acceso a servicios varios (incluidos los turísticos) son necesarios para atender, no solo a un nicho de mercado, sino a un sistema social solidario con aquellas minorías con necesidades especiales.

Jose Miguel Donosti asegura que las carencias de transporte público son palpables y en muchos casos se escapan a las competencias municipales. Eso no quiere decir que no sean conscientes desde el consistorio y que intenten poner las necesidades que detectan y creen que son mejorables en conocimiento de aquellos organismos competentes.

También nos dice que el transporte por carretera a través de autobuses interpueblos y a otros nudos importantes de cercanía es mejorable. Aunque, también considera que es importante tener en cuenta la orografía territorial de la comarca y las dificultades que entraña la mejora de acceso, mantenimiento etc, en zonas de media montaña, que por otro lado, son parte del atractivo turístico.

5.3 Los recursos turísticos de Asón-Agüera:

El turismo de la comarca de Asón-Agüera, engloba una gran cantidad de recursos turísticos: Desde su patrimonio natural y cultural hasta su gastronomía y tradiciones. En este apartado vamos a clasificar las diferentes riquezas que presenta la comarca. Para realizar este recorrido por los atractivos que presenta cada municipio ha servido de gran apoyo el material de promoción turística de la Oficina Comarcal de Turismo (Oficina Comarcal de Turismo Asón - Agüera – Trasmiera, 2017), además también me ha servido de mucha ayuda las entrevistas realizadas y las páginas web oficiales de los Ayuntamientos en las que he podido sacar información de gran ayuda sobre los atractivos turísticos de los municipios.

Comenzaremos por los diferentes tipos de **recursos naturales**. La comarca cuenta con dos **parques naturales** y diversos **espacios protegidos**:

- Parque Natural de los collados del Asón.

Fue declarado parque natural en 1999, se encuentra en el municipio de Soba y tiene una extensión de 4.740 hectáreas. En el subsuelo destacan numerosas simas, cavidades y conductos subterráneos de grandes dimensiones. Como por ejemplo, el sistema subterráneo del Mortillano, que cuenta con 126 km y es el más largo de España. En cuanto a la flora, podemos encontrar principalmente árboles como hayedos y encinas. Componen la fauna mamíferos como los corzos, jabalíes, zorros, lobos y rebecos. Para el interesado por la ornitología, existen diferentes aves clasificadas como falconiformes. Además, en el parque

nace uno de los ríos más significativos de Cantabria, el ya mencionado anteriormente, Río Asón.

- Parque Natural de las Marismas de Santoña.

Fue declarado parque natural en 2006 y cuenta con 6.979 hectáreas. Este parque, también es reconocido como lugar de importancia comunitaria (LIC) y como zona de especial protección de aves (ZEPA). Las marismas de Santoña son significativas por los distintos cursos que confluyen y vierten sus aguas en las proximidades del Mar Cantábrico. Este parque comparte territorio con la Comarca de Trasmiera, la Costa Oriental y la Comarca de Asón-Agüera. El aporte principal de agua dulce de este estuario procede del Río Asón, adentrándose en la Ría de Limpias. Desde el punto de vista ornitológico es un lugar clave en la ruta migratoria de millones de aves acuáticas procedentes del norte de Europa hacia el sur de Europa y África. En cuanto a la flora, podemos encontrar diferentes tipos de algas y plantas.

- Otros espacios naturales.

En esta comarca hay otras zonas de consideración LIC. Estos espacios se encuentran en un ecosistema protegido para garantizar la biodiversidad y la conservación de hábitats naturales, fauna y flora silvestre.

Además del mencionado anteriormente, encontramos el LIC de la Montaña Oriental, LIC Río Asón y el LIC Río Agüera.

Considerando los excelentes paisajes de la comarca, existen diversos **miradores naturales**. Muchos de estos han sido acondicionados, aunque otros se encuentran en estado natural. Posteriormente comentaremos los principales:

- Mirador de Alisas (Arredondo).
- Mirador del Río Asón (Soba).
- Mirador de la Bien Aparecida (Ampuero).
- Mirador de las cuevas de Covalanas (Ramales de la Victoria).
- Mirador de la Mies (Rasines).
- Mirador del Valle (Ruesga).
- Mirador de Aja (Soba).
- Mirador de la Reina (Cascadas del Río Gándara, Soba).

A continuación vamos a clasificar el **patrimonio** de la comarca en arqueológico, civil y religioso:

Comenzamos la clasificación por el patrimonio **arqueológico**, que es diverso y heterogéneo, destacando la cueva de Covalanas (Ramales de la Victoria)

descubierta en 1903 y considerada Patrimonio de la Humanidad. Esta cueva es conocida como la cueva de las ciervas rojas ya que entre sus pinturas rupestres cuenta con animales especialmente, ciervas, además de un ciervo, un caballo y un uro. Aunque es difícil de fijar la cronología, parece situarse en torno a los 24.000 a.C.

Por otro lado, en el mismo municipio de Ramales de la Victoria, encontramos una cavidad de grandes dimensiones, la cueva de Cullalvera, llamativa por su boca de entrada de 40 metros de altura. El paso del tiempo ha dado lugar a diferentes formas y formaciones geológicas debido a las diversas lluvias.

En cuanto al patrimonio **arquitectónico** podemos destacar varias muestras de **patrimonio civil**, incluyendo los Bienes de Interés Cultural (BIC):

- Torre-Palacio de Espina-Velasco (BIC desde 1994, Ampuero).
- Ferrería de la Yseca (Guriezo).
- Palacio de Eguilior (actual Parador de Limpias).
- Palacio de Revillagigedo (Ramales de la Victoria).
- Plaza de toros cuadrada de los Santos Mártires (Rasines).
- Palacio de Juan Fernández del Valle (Actual Palacio-Hotel "Torre de Ruesga", Valle).
- Torre de Quintana (BIC desde 1992, Soba).
- Palacio de los Zorrilla (La Gándara de Soba).
- Antiguas escuelas (actual Museo Etnográfico, Valle de Villaverde).
- Torre del Reloj (Antiguo reloj de sol).

Si algo llama la atención en cuanto al patrimonio civil de esta comarca son las casas de indianos. Los indianos fueron inmigrantes españoles que iban a América en busca de un futuro mejor, muchos lograron grandes fortunas y volvieron a sus lugares de origen, restaurando antiguas casonas y construyendo palacios. Arredondo, Ruesga, Valle de Villaverde y Ampuero destacan por este tipo de edificaciones. Las cuales se encuentran en un estado muy óptimo de conservación y resulta ser un atractivo potencial para el visitante de la comarca.

De la misma manera, Asón-Agüera cuenta con un amplio número de **patrimonio arquitectónico religioso**. Jose Miguel Donosti (2021), como concejal de turismo de Ampuero nos cuenta que el turismo religioso también tiene su espacio y no podemos olvidar que en Ampuero contamos con la Bien Aparecida, patrona de Cantabria y uno de los puntos de peregrinación más importantes de la Comunidad Autónoma.

A continuación simplificaremos en una tabla las representaciones religiosas más destacadas:

Tabla 1 Patrimonio religioso.

Nombre	Municipio	Observaciones
Santuario de Nuestra Señora de la Bien Aparecida.	Ampuero.	Siglo XVII. Patrona de Cantabria. BIC desde 1983.
Iglesia de Santa Marina de Udalla.	Ampuero (Udalla).	Siglo XIV. BIC desde 1984.
Iglesia de San Pelayo, Mártir.	Arredondo.	Siglo XIX. BIC desde 1988.
Ermita rupestre San Juan de Socueva.	Arredondo (Socueva).	Siglo VII-X. BIC desde 1985.
Iglesia parroquial de San Pedro.	Limpias.	Siglo XVII. BIC desde 1983.
Iglesia parroquial de San Andrés	Rasines.	Siglo XVI. BIC desde 1985.
Iglesia de Santa María de Ampuero.	Ampuero.	Siglo XVI. "La casa de la Virgen Niña".
Iglesia de San Vicente de la Maza.	Guriezo.	Siglo XVII.
Ermita de la Virgen de las Nieves.	Guriezo.	Origen incierto. Construida a 778 m de altitud.
Iglesia parroquial de San Pedro.	Ramales de la Victoria.	Siglo XVII.
Iglesia de Ntra. Señora de Guardamino.	Ramales de la Victoria.	Siglo XVII.
Iglesia parroquial de San Martín.	Rasines (Cereceda).	Siglo XVI.
Iglesia de San Miguel de Ogarrio.	Ruesga (Ogarrio).	Siglo XVI.
Iglesia de San Félix.	Ruesga (Valle).	Siglo XVI.
Iglesia de San Miguel de Rozas.	Soba (Rozas).	Siglo XVI.
Iglesia de Santa María.	Soba (Cañedo).	Siglo XIV.
Iglesia de San Pedro.	Valle de Villaverde.	Torre de 1747.

Fuente: Elaboración propia.

Diana de Prado (2021) pone de ejemplo la ermita rupestre de San Juan de Socueva (BIC), como uno de los muchos recursos turísticos que no están preparados para ser visitados en la comarca, bien porque no se han puesto en valor, o se han olvidado y abandonado.

5.4 Etnografía:

Las fiestas, eventos, costumbres y diferentes estilos de vida conservados a lo largo de los años se convierten en un atractivo para los visitantes. A lo largo del año en la comarca se puede disfrutar de un amplio calendario con festividades declaradas de Interés Turístico y diferentes eventos tradicionales.

En 2019, las Fiestas patronales de la Virgen Niña o como son más popularmente conocidas "Encerronas de Ampuero" fueron declaradas Fiestas de Interés Turístico Nacional. Esta festividad data de 1941 y es una de las siete fiestas de Cantabria y la única de la comarca que disfruta de este galardón. Según Jose Miguel Donosti (2021) las encerronas son el punto máximo de afluencia de visitantes al municipio, estas propician un momento de convivencia y acogimiento de todas las personas que visitan Ampuero y una simbiosis entre los nativos y foráneos que resulta altamente atractiva.

Por otro lado, la comarca también cuenta con algunas fiestas de Fiestas de Interés Turístico Regional que cada año atraen a muchos visitantes:

- Festividad de la Bien Aparecida, Ampuero. Se celebra cada 15 de Septiembre en honor a la "Patrona de Cantabria".
- Cabalgata de Reyes de Seña, Limpias. Se festeja el 6 de Enero con una representación del auto sacramental.
- Verbena del Mantón, Ramales de la Victoria. Se celebra el primer sábado de julio y consiste en un concurso de baile de parejas en el que las mujeres llevan puesto un mantón de Manila.
- Feria de la hoya, La Matanza (Valle de Villaverde). Esta feria suele realizarse el último domingo de julio y tiene su punto central en la fabricación de una "hoya" para elaborar carbón vegetal.
- Marcha del Último viaje del Emperador Carlos V. Se celebra durante el mes de octubre y recorre Laredo, Colindres, Limpias, Ampuero, Rasines, Ramales, Soba, Lanestosa y Medina de Pomar, lugares por los que pasó Carlos V en su retiro a Yuste. Esta ruta pretende emular el último viaje del emperador Carlos V por tierras españolas.

Dentro de la comarca hay muchas otras festividades, pero entre las más destacadas se encuentran: Fiesta de San Isidro Labrador y Fiesta de la Virgen de las Nieves (Guriezo), Nuestra Señora de Villasomera (Rasines), Verbena de la Rosa (Ampuero) o la Fiesta de Todos los Santos (Arredondo).

Seguido vamos a resaltar algunas de las tradiciones más populares de Asón-Agüera que siguen manteniéndose a lo largo del tiempo:

La comarca es el territorio por excelencia de una modalidad concreta de bolos, el Pasabolo tablón. Este juego se práctica únicamente en esta zona de Cantabria, Valderredible y el oeste de Vizcaya. Esta modalidad resulta curiosa para el visitante, ya que consiste en acertar con la bola tres bolos dispuestos en fila de un tablón, de manera que el impacto los lance al aire y avancen la mayor distancia posible.

Las Marzas es una de las tradiciones que mejor se conservan. Esta costumbre consiste en que a la llegada de la primavera los marceros salgan a la calle para cantar las Marzas vestidos de trajes típicos y con varas en la mano. Así equipados recorren las calles cantando y reciben el afecto de los vecinos.

La Magosta es una costumbre de la comarca que consiste en asar castañas en otoño de manera tradicional en una hoguera. También, en esta misma estación es muy típico de las zonas más rurales de la comarca realizar la Matanza del cerdo.

En la comarca existen diferentes cotos de caza por lo que es muy común que se reúnan cazadores de la zona a cazar de manera controlada especies como el jabalí y la liebre. Por otro lado antiguamente, la pesca de río fue una forma más de subsistencia de los habitantes, actualmente es reconocido como deporte y cada vez atrae a más pescadores a esta zona.

Para finalizar este apartado en el que hemos destacado costumbres y acontecimientos no podemos olvidar mencionar algunos de los eventos deportivos de la Comarca de Asón-Agüera:

Como por ejemplo, el Descenso en piraguas Internacional del Río Asón que lleva organizándose desde 1953. Cuando empezó a organizarse tenía carácter nacional y posteriormente adquirió rango internacional ya que han participado palistas olímpicos de diferentes partes del mundo.

Otra competición importante de la comarca es la Subida automovilística a la Bien Aparecida que se empezó a organizar 1967. Se consideró Internacional hasta 2004 (que se dejó de celebrar) y en ella han disputado los mejores pilotos del mundo. En 2016, doce años después, volvieron a rescatar la prueba con nuevo record en participación.

Dado el alto número de senderos de montaña destacan otros eventos deportivos como las marchas populares. Algunas de ellas: La Sobanuca, la Dama Roja, Alta Montaña de Guriezo, Trail Ampuero etc.

5.5 Gastronomía:

La excelente ubicación (entre el mar y la montaña) da lugar a fértiles tierras donde se recogen diversos productos. Algunos de los platos tradicionales son: las alubias rojas, los respigos, el cabrito al horno de leña, los productos de matanza, los quesos, las setas de temporada, los dulces y el chocolate con picatostes.

6. Oferta turística de Asón-Agüera

6.1 Efectos del covid-19 en la Comarca Asón-Agüera.

Después de este último año, es imposible no tener en cuenta la situación que estamos viviendo debido al coronavirus. Esta crisis afecta mucho al sector turístico lo que provoca que la oferta turística de Asón-Agüera se haya visto afectada. Para analizar la situación, durante las entrevistas he preguntado sobre cómo ha afectado el Covid-19 en los respectivos negocios o entidades de los entrevistados.

Por un lado, Luis Rodríguez (2021) apuntó que como para todo el mundo, la pandemia fue un impacto muy imprevisible. Desde la Asociación de Desarrollo rural de la que es gerente se tuvieron que familiarizar con normas y decretos tanto a nivel nacional como regional. La pandemia supuso una suspensión total de la actividad conforme al decreto 463-2020 y demás disposiciones, lo que trajo consigo una adaptación al teletrabajo. Durante ese periodo trabajaron también con visitas individualizadas a la agencia, prepararon nuevos equipamientos para la puesta en marcha con aprovisionamientos (Gel, mascarillas, mamparas etc...) hasta el 11 de mayo que se pudo abrir con ya todos los protocolos en funcionamiento.

En el caso de la Oficina Comarcal de Turismo, Diana de Prado (2021) nos cuenta que al tratarse de un servicio de atención al público que registra más visitas que el resto de las oficinas con las que cuenta el Grupo, la adaptación ha sido mayor. La filosofía utilizada para la atención al público hasta ahora, se ha modificado. Se han disminuido los aforos tanto de la oficina como de los diferentes recursos turísticos, se ha reducido el uso en papel, etc. Durante los meses de confinamiento, en los que no se podía acudir a la oficina se han realizado tareas como: actualizar bases de datos, informar a través de web y redes de los cambios, medidas adoptadas por la crisis, además de lanzar la iniciativa "Consume Comarca", donde se ha potenciado el consumo local y se

ha facilitado a los productores un canal de promoción para la venta de sus productos.

En el Ayuntamiento de Ampuero confirman que los más afectados por esta pandemia han sido los negocios del municipio, fundamentalmente los que permanecieron cerrados durante el tiempo de confinamiento, especialmente la hostelería. La pandemia también ha supuesto la aparición de nuevas necesidades municipales para atender esta situación excepcional, un sobresfuerzo de coordinación entre organismos, entidades, ciudadanía y mucha incertidumbre en los primeros momentos que ha ido dando paso a actuaciones, establecimiento de protocolos y nuevas normativas para contener tanto la infección, como los efectos devastadores que ha causado en todo el tejido social, cultural, empresarial.

María Ricondo (2021) opina que su sector ha sido el más castigado durante todos los meses de restricciones. En el caso de su restaurante ha estado cerrado durante la mayor parte del tiempo de cierre de interiores. Nos dice que si a esto le sumamos las situaciones económicas que han estado sufriendo tanto ellos como sus trabajadores (que estaban en ERTE) se podría decir que la crisis sanitaria les ha afectado en todos los sentidos.

En cuanto al Parador de Limpias, cuando acabó el confinamiento y pudo volver a abrir, todo había cambiado mucho. El hotel estaba totalmente equipado para proteger a los clientes y empleados: gel, mascarillas, termómetros, mamparas... Se ha reducido al mínimo el contacto y se ha procedido a la desinfección diaria de todo. Se controlan los aforos mediante reservas para todos los servicios con reserva obligatoria para los desayunos, restaurante, gimnasio, piscinas y para las pistas de tenis y pádel. Después del verano 2020 las reservas cayeron y el personal se redujo al mínimo, el hotel no ha cerrado más que en enero (que es su cierre habitual), pero desde octubre hasta el fin del estado de alarma no ha habido prácticamente clientela.

6.2 Oferta turística:

Tras la entrevista concedida a Diana de Prado (2021) asegura que sin lugar a duda, estamos ante una Comarca desconocida en Cantabria, lo cual conlleva que el potencial visitante se encuentre ante una oferta novedosa, además de un destino no masificado.

Respecto a la población que vive del turismo, desde el Grupo de Acción Local Asón-Agüera-Trasmiera indicaron que saber cuánta gente vive del sector en esta comarca es difícil pero casi un 60% se dedica al sector servicios (siendo el

12% hostelería). Al sector primario se dedica más o menos un 15%, a la industria un 17% y a la construcción un 8,5% (cifras aproximadas). También comentaron que ante la situación actual y la tendencia a la desaparición de las actividades del sector primario como modo de vida de los habitantes de la comarca, el futuro de la misma dependerá en gran medida al sector turístico.

Por parte del Ayuntamiento de Ampuero sabemos que el 44% de los habitantes del municipio se dedica al sector servicios por lo que Jose Miguel Donosti (2021) indica que casi toda la población que da servicio al turismo, tiene un servicio mixto, turista, visitante, población local. Nos dice que segregar esta cifra únicamente al turismo daría unas cifras mínimas de población.

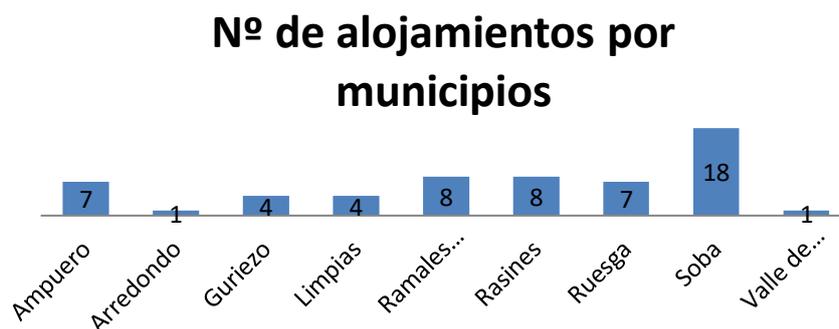
Por otro lado, nos dice que Ampuero siempre ha estado asociado a su riqueza hostelera y gastronómica, es un pueblo vivo, que ofrece al visitante todos aquellos servicios complementarios que pueda necesitar para hacer de su estancia una experiencia fantástica. Es imprescindible disponer desde un lugar en el que comer, un centro de salud al que poder acudir en caso de necesidad, una red de saneamiento, aguas, etc, suficiente para atender ese incremento de uso, una tienda de comestibles o cualquier servicio que pueda necesitar la persona visitante y Jose Miguel Donosti asegura que la villa dispone de todo ello.

El mayor número de empresas turísticas de la Comarca se basan en empresas de alojamiento, restauración y ocio.

6.2.1 Alojamiento:

Dado que el sector servicios es el mayor representante de la comarca, la oferta de alojamientos es muy relevante. Muchos habitantes se dedican a ella. Jose Miguel Donosti (2021) nos cuenta que el número de alojamientos y las diferentes tipologías que ofrecen (casas rurales completas, por habitaciones, hoteles, pensiones, apartamentos hoteleros y extrahoteleros, viviendas vacacionales) poco a poco va aumentando para atender esa demanda creciente que la comarca está experimentando. En este apartado aparece clasificada la oferta alojativa de la zona.

La siguiente información la he obtenido gracias a la Guía de Alojamientos (2017) que proporcionan en la Oficina Comarcal de Turismo.

Gráfico 1 Alojamientos por municipios de Asón-Agüera

Fuente: Elaboración propia

Tras la clasificación de la oferta de hospedaje, se ve claramente que donde más oportunidad tenemos para alojarnos es en el municipio de Soba. Más de un 33% de alojamientos de la comarca se encuentran en este municipio. Quizás, esta es una de las razones por las que María Ricondo (2021), propietaria del Restaurante Casatablas en Soba y Antonio Mancheño (2021) recepcionista del Parador de Limpias consideran que actualmente, teniendo en cuenta el número de turistas, las infraestructuras que posee la comarca son suficientes.

En cambio, a la hora de difundir el cuestionario online solo un 37% de habitantes de la comarca coincidieron con su opinión. Por lo que un 63% de encuestados de Asón-Agüera creen que no hay oferta suficiente para complacer las necesidades del turista.

Tabla 2: Alojamientos en Asón-Agüera.

TIPO	CANTIDAD	PLAZAS
Hotel	4	253
Posada	17	254
Camping	1	150
Apartamentos turísticos	9	124
Albergues	6	227
Hostal	1	27
Pensión	7	83
Viviendas rurales	13	206

Fuente: Elaboración propia

Asón-Agüera cuenta con 4 hoteles, tres de ellos son de cuatro estrellas (Parador de Limpias, Hotel Palacio Torre de Ruesga y el Hotel Casona de Quintana) y uno de dos estrellas (Hotel Río Asón). El hotel con más plazas es el Parador de Limpias que cuenta con un total de 65 habitaciones que suman 162 plazas. Antonio Mancheño (2021), asegura que todos los establecimientos hoteleros de la zona, incluido el Parador de Limpias, se rigen por la ley de la

oferta y la demanda. Por lo que aprovechan la época estival para aumentar los precios ya que este periodo coincide con el momento de mayor ocupación hotelera.

Por otro lado la comarca cuenta con 17 posadas, la que más oferta tiene es La Casa del Puente ubicada en Regules (Soba) que cuenta con 16 habitaciones que suman 36 plazas.

Además, la Comarca cuenta con un Camping ubicado en el municipio de Ramales "Camping La Barguilla" que puede acoger a 150 campistas, cuenta con 12 bungalows con un máximo de 48 plazas y 8 Mobile-Home para un número máximo de 32 personas.

Hay 8 apartamentos turísticos, el que más capacidad tiene se encuentra en el municipio de Rasines "Apartamentos Turístico Baolafuente" con 35 plazas repartidas en 9 apartamentos turísticos.

La Comarca cuenta con solo 1 hostel de dos estrellas, La Pinta, en la villa de Ampuero, que cuenta con 15 habitaciones y un total de 27 plazas.

Disponen de 7 pensiones, siendo la que más capacidad tiene la Pensión Rocío en Ampuero con 22 plazas.

A pesar de no ser un destino por el que pase el Camino de Santiago la comarca cuenta con 6 albergues y el que más capacidad tiene se encuentra en Rasines y acoge hasta 58 personas.

6.2.2 Restauración y productos agroalimentarios

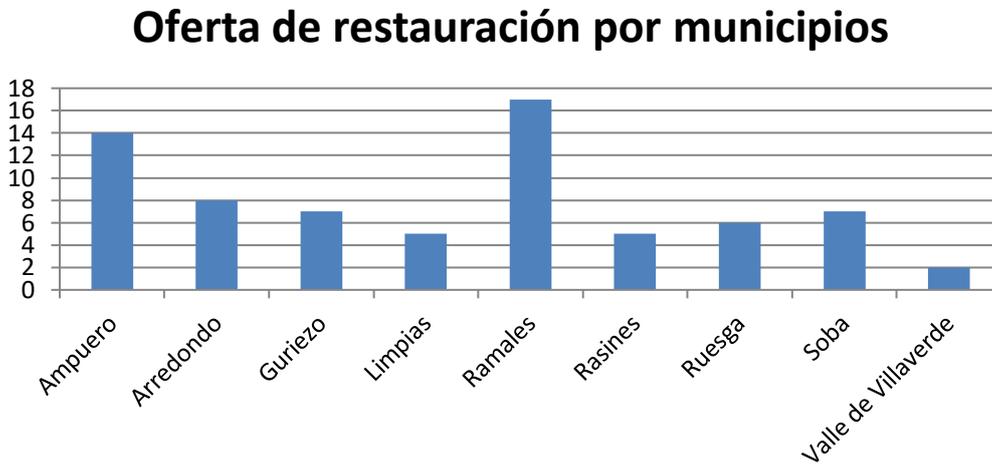
La restauración es un equipamiento fundamental de Asón-Agüera ya que muchos turistas vienen atraídos por la gastronomía, y lo valoran de manera muy positiva en las encuestas. La Comarca tiene muchos lugares para comer e incluso cuenta con una estrella Michelin, El Restaurante Solana en la Bien Aparecida (Ampuero), cuenta con este singular premio además de otros muchos galardones.

Jose Miguel Donosti (2021) asegura que para Ampuero es un privilegio contar con este establecimiento de referencia internacional, que atrae a un turismo gastronómico. Piensa que es un reclamo turístico al que deben ser capaces de captar para que "gasten" su estancia, al menos en parte, dentro del municipio y como consecuencia, en toda la comarca.

Al ser un territorio tan grande es difícil saber el número exacto de bares y restaurantes, pero gracias a la Guía de Gastronomía (2017) que proporcionan en la Oficina Comarcal de Turismo he podido averiguar todos aquellos en los

que ofrecen comidas. Con un total de 71 lugares dónde comer. El siguiente gráfico muestra la oferta de restauración por municipios.

Gráfico 2 Oferta de restauración por municipios



Fuente: Elaboración propia

El pueblo donde se encuentra la mayor concentración de oferta de restauración es Ramales de la Victoria con 17 lugares donde ir a comer, seguido de Ampuero que cuenta con 14. En cambio, donde menos oferta gastronómica encontramos es en el Valle de Villaverde que solo cuenta con 2 restaurantes.

Quizá esto se debe a la ubicación de cada municipio, Ramales se encuentra en un punto perfecto para moverse por toda la comarca y para acceder a la carretera del Puerto de los Tornos. Se podría decir que Ramales es un lugar de paso para mucha gente ya que para ir a muchos lugares es necesario atravesar este pueblo sin otra alternativa de carreteras. Todo lo contrario ocurre con el Valle de Villaverde que se encuentra en un enclave en el País Vasco y no es lugar de paso hacia ninguna carretera.

María Ricondo (2021) es propietaria junto a su familia del Restaurante Casatablas en Soba, ella afirma que la mayoría de su clientela viene del País Vasco mientras que asegura que la población de Cantabria continúa sin conocer del todo esta zona. En general, ella piensa que hay pocos turistas en la comarca y a pesar de que en el periodo estival haya más clientela no aprovechan para subir los precios, mantienen todo el año los mismos.

Aparte de la restauración, Asón-Agüera cuenta con muchos productores agroalimentarios con productos sensacionales de elaboración propia. Varias de

estas elaboraciones, han recibido galardones como el World Cheese Awards (Queso de las Garmillas, Ampuero) o el premio a uno de los Mejores Vinos de España (Bodega Casona Micaela, Valle de Villaverde). Entre el resto de productos agroalimentarios encontramos: Conservas, embutidos, dulces, mermeladas, pan, quesos y otros lácteos, carne, huevos, fincas y huertas ecológicas (Hortalizas, arándanos....) y bodegas.

6.2.3 Ocio

Gracias a la geografía de la comarca es posible explotar el turismo de ocio, por lo que hay ocho empresas catalogadas como de turismo activo.

Luis Rodríguez (2021) confirmó que este número de empresas se había multiplicado por 4 en los últimos 10 años, Asón-Agüera pasó de tener dos empresas deportivas ligadas al turismo a ocho que tiene ahora.

Jose Miguel Donosti (2021) asegura que los deportes de aventura asociados a actividades como descenso de canoas tienen una larga tradición en el río Asón, nos cuenta que desde su Ayuntamiento se han creado y mejorado áreas recreativas, como por ejemplo la zona de la presa de Ampuero, para apoyar y desarrollar este tipo de oferta turística.

Según la Guía de Turismo Activo de Cantabria Infinita (2019) la Comarca ofrece diversas experiencias de aventuras: Descenso en canoa, rutas a caballo, senderismo, espeleología, vías ferratas, barrancos, escalada, arborismo, raquetas de nieve, alpinismo, orientación, tirolina, rappel, bicicleta de montaña, trekking...

Otras actividades de ocio que se pueden realizar en Asón-Agüera es visitar los centros de interpretación, museos y realizar visitas guiadas a cuevas.

Existen dos centros de interpretación, uno de ellos de la Etnografía y se ubica en el Valle de Villaverde, el otro, es el Centro de interpretación del Parque Nacional de los Collados del Asón en la Gándara (Soba). Por otro lado, existe otro Centro Etnográfico en Soba y un Centro Ictiológico en Arredondo.

En cuanto a la oferta de museos, podemos encontrar el Museo de la Cantería (Rasines), Museo del vino de Valle de Villaverde y Museo "Torre Mágica de Espina" (Ampuero).

Las cuevas de Covalanas y Cullalvera en Ramales ofrecen visitas guiadas realizando una reserva en la web de cuevas de Cantabria. Otra cueva para visitar es la Cueva del Valle en Rasines, que aunque no tenga visitas guiadas se encuentra en un Parque Paleolítico muy apreciado por los visitantes.

6.2.4 Gestión turística de Asón-Agüera

Tras entrevistar a Luis Rodríguez (2021), gerente del Grupo de Acción Local que lleva en marcha desde 1996 nos cuenta que han creado diferentes planes de dinamización. Por ejemplo, en 2010 se creó la oficina comarcal de información y dinamización turística. También su Grupo impulsó El CIT (El Centro de Iniciativas Turísticas) de la comarca Asón-Agüera-Trasmiera, centro que hoy en día continúa.

Diana Pardo (2021) nos cuenta que la oficina comarcal de turismo, redactó en el año 2011 el Plan de Dinamización Turística, que año tras año ha actualizado con sus planes de actuación. Desde esta oficina han sido muchas las iniciativas llevadas a cabo en la comarca. Asegura que estamos ante una oficina de turismo que amplía sus tareas a la dinamización y promoción del destino. Actualmente desde ella, se ha redactado la memoria necesaria para que la Mancomunidad del Alto Asón participe en la convocatoria ordinaria lanzada por la Secretaría de Turismo del Estado "Planes de Sostenibilidad Turística en Destino 2011".

Además con el fin de mejorar el sector en la comarca, Diana Pardo nos cuenta que se colabora con proyectos lanzados por otras entidades o departamentos del propio Grupo de Acción Local que permitan mejorar el sector turístico en la comarca. Por ejemplo:

- Se colabora con el Punto de Información Europeo del propio grupo en proyectos vinculados al turismo: Jornadas Europeas del Patrimonio Y Patrimonio Olvidado del Asón.
- Subvención Dirección General de Ordenación del Territorio "Estaciones ferroviarias en la comarca Asón-Agüera-Trasmiera, patrimonio para el mañana"
- Con otras entidades: Red Cantabra de Desarrollo Rural:
- Proyecto "Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad en el Turismo de Naturaleza". Impulsado por el Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico.
- Candidatura "Geoparque Valles de Cantabria" (Mancomunidad de Municipios Sostenibles".)
- En cuanto a los canales de promoción la oficina comarcal de turismo posee diferentes canales de comunicación: Página web, redes sociales (Facebook, twitter, instagram, youtube), google, tripadvisor, material en papel (guías, trípticos, mapas,etc.) y otros canales (no propios) como webs y redes de turismo de Cantabria o la guía itm.

Desde el Ayuntamiento de Ampuero, el concejal José Miguel Donosti (2021) nos cuenta que tienen un plan pendiente de aprobación, que consiste en la creación

de un sendero que comunica distintos núcleos de población en torno a la senda fluvial del Asón, Lugar de Importancia Comunitaria (LIC).

También nos dice que la puesta en marcha de un plan estratégico no excluye a optar un plan de sostenibilidad de los que ahora impulsa el ministerio. El plan estratégico turístico es una radiografía del territorio, para implementar y desarrollar acciones, a eso es imprescindible sumar los objetivos de desarrollo sostenible marcados como prioridad por la Asamblea General de la ONU en la agenda 2030 y aprovechar las ayudas impulsadas por el Ministerio. Fijarnos en los 17 objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental que plantea la agenda, es un compromiso necesario en cualquier ámbito y el turismo. Ampuero trabaja en ese camino contando además con los recursos que pongan a nuestro alcance otras instituciones públicas de ámbito tanto de la CC.AA como del Estado.

Además nos cuenta que para la campaña de verano todos los años se realiza desde el consistorio un programa de actividades de verano en la Villa, una oferta cultural dirigida a todos y para todos. Algunos son una continuidad de acciones iniciadas en campañas anteriores y otras se están desarrollando específicamente para atender la demanda estival 2021.

En lo que respecta a planificación turística asegura que él y su equipo siempre están pensando en planes para mejorar el municipio en general y por supuesto el sector turístico forma parte de ello.

Por otro lado, reconoce que los medios de promoción son escasos y que en parte esto viene motivado por la falta de estrategia a medio y largo plazo como destino turístico de la que han adolecido. Tradicionalmente, se han ido editando diferentes folletos turísticos, se ha colaborado con diferentes peñas, publicaciones taurinas, para dar proyección nacional a las "Encerronas". Dentro de la web municipal y de las redes sociales municipales hay espacios y publicaciones específicas de turismo orientadas a ofrecer información al posible visitante. Han participado, como el resto de municipios de Cantabria, dentro de los stands del Gobierno de Cantabria en diferentes ferias nacionales. Desde el año pasado forman parte de la red de oficinas de turismo integradas que buscan generar sinergias entre los diferentes territorios dentro de la Comunidad Autónoma. Asegura que este tema es otro de sus áreas inmediatas de mejora.

Por otro lado nos cuenta que están muy involucrados con la asociación de comerciantes de Ampuero, pero que es necesario generar vías de colaboración entre los órganos municipales y los empresarios turísticos para poder saber si estos están satisfechos con los planes que el ayuntamiento dirige al turismo. Hay que ver la idiosincrasia propia de algunos de los subsectores involucrados y la dificultad de comunicación incluso dentro de los propios actores de esos

subsectores, nos cuenta. Mientras que ambas partes no sean capaces de establecer mesas de diálogo, consultas y detección de necesidades, escucha activa en la estrategia de comunicación y estrategias compartidas de despegue del destino Ampuero, es muy difícil hablar de satisfacción.

Desde el Restaurante Casatablas, como empresarios, dicen no ver ningún plan dirigido al turismo en su ayuntamiento, siempre que tienen oportunidad aprovechan para proponer fomentar y dar voz a la zona para que esta se mantenga en el futuro. Consideran necesario un cambio en cuanto a planificación turística. Ellos creen que la gente no conoce los lugares turísticos más importantes y es debido a la falta de promoción. Piensan que hay otras zonas de Cantabria más reconocidas y que Asón-Agüera se debería potenciar más. Aseguran que la comarca tiene mucho que ofrecer, que han visto en contadas ocasiones clientes de Cantabria que no sabían nada de la zona y habían quedado fascinados con el entorno.

Debido a la descompensación del turismo en Cantabria desde este restaurante son partidarios de mejorar la planificación turística asegura que la gente no conoce los lugares turísticos más importantes de la comarca y esto es debido a la falta de promoción. Ven la necesidad de un cambio para conseguir que todas las zonas de Cantabria estén reconocidas por igual.

Antonio Mancheño (2021) asegura que desde su ayuntamiento, se están llevando a cabo iniciativas turísticas que repercutirán de buen seguro al desarrollo turístico y socioeconómico de la zona. Del resto de ayuntamientos de la comarca no puede opinar porque desconoce los planes que se están llevando a cabo en materia de turismo. Además, considera que si Asón-Agüera se quiere dar a conocer e impulsar el desarrollo turístico de la misma, es inexorable una colaboración entre las diferentes administraciones públicas y creación de grupos de trabajo y colaboración público privada.

7. Demanda

Para analizar la demanda turística y así saber el perfil del visitante en la comarca, he difundido un cuestionario vía online por el que he recibido 277 respuestas. Teniendo en cuenta que por este medio me podían responder personas de cualquier procedencia aproveche la ocasión para idear un cuestionario dirigido a diferentes públicos: Residentes de la comarca, de otras comarcas de Cantabria y de otras provincias.

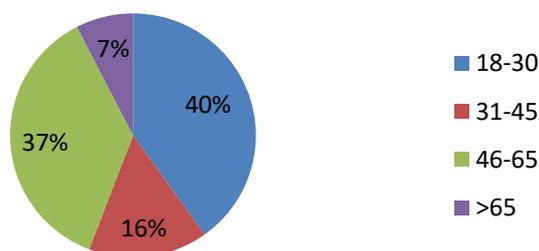
Respondieron a la encuesta 172 personas de Cantabria, de las cuales, 78 fueron de Asón-Agüera y las 94 restantes de otras comarcas. Por otro lado, 105 respuestas fueron de población de otras comunidades autónomas y países extranjeros.

Las preguntas de cada cuestionario han sido variadas, pero todos tenían en común 4 preguntas (Sexo, edad, nacionalidad y procedencia). El resto de cuestiones se basaban en valoraciones, aspectos a mejorar, gustos... entre otras.

Primero, vamos a definir brevemente el perfil del visitante de otras comarcas de Cantabria ya que actualmente en estos tiempos de cierres perimetrales de Comunidades Autónomas, este visitante puede ser muy importante para levantar el turismo de la zona. Posteriormente, analizaremos de manera más profunda el perfil del turista que no viene de Cantabria sino que viene de otras provincias.

7.1 Perfil del visitante de Cantabria

De los 94 encuestados de otras comarcas 70 provenían de la Costa Oriental y Santander. Los otros 24 encuestados eran de Besaya, Trasmiera, Saja-Nansa, Valles Pasiegos, Costa Occidental y Campoo-Los Valles. Ha sido únicamente Liébana la comarca que no recibió ninguna respuesta al cuestionario.

Gráfico 3: Edad del visitante de Cantabria**Edad del visitante de Cantabria****Fuente: Elaboración propia**

La edad del visitante cántabro está bastante relacionada con los motivos para visitar la comarca. Las edades más comunes en esta encuesta han sido de 18-30 años eligiendo como motivos principales para desplazarse a la comarca: Sus recursos naturales, la oferta gastronómica y las buenas referencias por parte de amigos y familia.

A la hora de valorar los servicios de la comarca, la limpieza y restauración recibieron una nota de 8 por la mayoría. Así como el aparcamiento y la relación calidad/precio tuvieron una nota de 7. Consideraron que la comarca es una zona segura ya que valoraron a esta con un 9. Por otro lado, la accesibilidad recibió por la mayoría una nota de un 5, pero de manera muy reñida ya que solo un 18% votó esa nota.

Por otro lado, el 100% recomendaría la visita a la comarca. Y en una valoración del 1 al 5, la mayoría con un 30,9% consideró que conocía la comarca un 3 sobre 5.

La gente fue muy activa a la hora de proponer aspectos a mejorar ya que respondieron 40 personas a esta pregunta que puse de manera voluntaria. Siendo los talantes más repetidos: Más restauración, más promoción turística, mejoras en las comunicaciones y transportes públicos.

La gente que no ha estado nunca en la comarca lo justifica en su mayoría a la poca promoción del destino y a estar lejos de su lugar de residencia. Aunque en general dicen que entraba en sus planes visitarlo en un futuro y los lugares favoritos para ir a conocerlo están muy repartidos, pero la mayoría cree que visitará primero el Valle de Soba, en especial Los Collados del Asón.

7.2 Perfil del turista de Asón-Agüera

Tabla 3: PROCEDENCIA

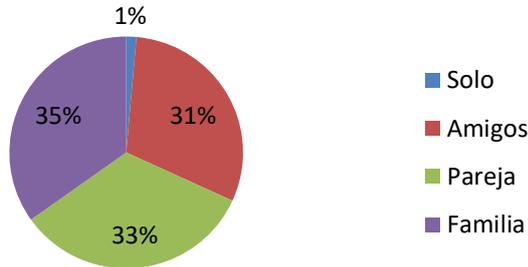
LUGAR DE PROCEDENCIA	Nº
CATALUÑA	5
CASTILLA Y LEÓN	2
MADRID	53
COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA	2
COMUNIDAD VALENCIANA	2
EXTREMADURA	3
GALICIA	1
LA RIOJA	8
PAIS VASCO	24
PRINCIPADO DE ASTURIAS	1
EXTRANJERO	3
ANDALUCÍA	1

Fuente: Elaboración propia

Como ya he mencionado anteriormente la encuesta llegó a 105 personas de fuera de Cantabria. La gran mayoría venían de Madrid o País Vasco, esto se debe a la proximidad. De la capital a tan solo 4h y del País Vasco solo a 1h. Pueden disfrutar del relax de la comarca, alejado del estrés de la ciudad. De todos los encuestados un 65,7% conocía la comarca de Asón-Agüera

Gráfico 4 Compañía del visitante

Compañía del visitante

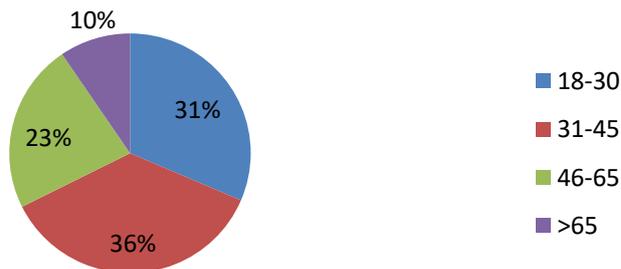


Fuente: Elaboración propia

En relación con la compañía del visitante durante su viaje la mayoría han viajado en familia, le sigue muy de cerca los viajes en pareja y con amigos. Ningún encuestado ha viajado en grupo organizado y tan solo un 1% visitó este destino de manera individual. Según Diana de Prado (2021) el destino ofrece varias posibilidades al visitante, tanto para viajar en familia, grupo o de forma individual. Ya que se puede hacer desde turismo natural y cultural hasta turismo de aventura y gastronómico. Hay actividades adaptadas para todas las edades.

Gráfico 5 Edad del visitante

Edad visitante



Fuente: Elaboración propia

La edad del visitante en este caso va muy ligada a la motivación de viaje y a la compañía para este. Debido a que lo más numeroso son las familias, las edades más comunes son de 31 a 45 años con un 36%. Los turistas de 18 a 30 también son un grupo numeroso y la mayoría habían venido en pareja.

Gráfico 6 Municipios más visitados

Fuente: Elaboración propia

Ampuero ha sido el municipio más visitado, ya que un 95,7% de encuestados lo marcaron y seguido fue Limpias con un 81,2% y esto puede deberse a la cercanía de ambos municipios a la costa.

Según Jose Miguel Donosti (2021) si nos fijamos en la coyuntura actual, que sigue marcada por la pandemia, y teniendo como referente los datos recogidos el verano pasado, vemos una tendencia a desplazar el turismo masivo de costas hacia zonas limítrofes que permiten disfrutar de las playas sin pernoctar en los núcleos urbanos de las mismas. Ahí Ampuero tiene una ubicación privilegiada, ya que puedes desplazarte a diferentes puntos de costa en menos de 15 minutos y con una vía rápida que permite una comunicación cómoda y fluida para los turistas.

Lo mismo ocurre con el municipio de Limpias, ya que como nos cuenta Antonio Mancheño (2021) muchos son los turistas que en época estival se acercan al Parador de Limpias, aprovechando su cercanía a las playas de la zona. La mayoría de ellos, tienen como motivación principal el turismo de costa, y muchos de ellos dejan de lado el conocer en mayor profundidad el interior. Desde el departamento de recepción, siempre promocionan tanto el turismo de costa como el interior, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de la zona. Nos dice que es muy gratificante comprobar de primera mano la satisfacción

general de los clientes al descubrir nuevas modalidades turísticas que en principio no contemplaban, refiriéndose a la zona rural de Asón-Agüera.

Aunque según las encuestas no ha sido la cercanía a las playas la razón más votada para visitar la comarca. La razón más seleccionada para visitarla ha sido la visita de familiares y amigos, siguiéndole los recursos naturales y su oferta gastronómica.

Esto puede ir ligado a que el 82,6% de encuestados se informó la primera vez que fue a visitar la comarca de Asón-Agüera por consejos de amigos/familiares. En cambio, solo un 17,3% se informó por internet, folletos, guías de viaje u oficinas de turismo. Esto lo razonamos con que a la hora de que los residentes de la comarca me han respondido a la encuesta realizada, casi un 90% consideraba que un importante aspecto a mejorar era la publicidad. Casi todos consideran que la comarca está mal promocionada y que no vende nada bien lo que tiene.

Un 61% ha visitado más de 5 veces la comarca y un 75,4% se alojó en ella. El 46% pernoctó en la comarca más de 5 noches, mientras que un 22% no pernoctó, solo fue de visita. Un 13% fue entre 1 y 2 noches y un 19% entre 3 y 4 noches.

Un 40% de los encuestados no se gastó nada en el alojamiento, esto nos hace pensar que como la mayoría se habían informado del lugar y venían a visitar a sus amigos y familiares, se hospedaban en su casa.

Por otro lado, en la encuesta realizada a los habitantes de Asón-Agüera consideraron que la mayoría de turistas de la zona venían motivados por una segunda residencia por lo que esta podría ser una de las razones por la que no hayan gastado nada los turistas en alojarse.

Por otro lado, el 33% de los turistas se gastó entre 20 y 30€ por persona y día en bares y/o restaurantes y el 25% se gastó entre 40 y 60€ por persona y día.

En lo que respecta al ocio el 34% se gastó entre 20 y 30€, mientras que un 14% destinó a este entre 40 y 60 €.

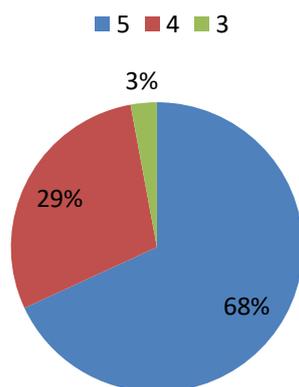
En cuanto a las valoraciones, los turistas han considerado en su mayoría que la limpieza y la accesibilidad de la comarca como notable. También han calificado la seguridad, la relación calidad/precio de sus servicios, la alimentación/restauración y el aparcamiento como sobresaliente.

Por el contrario, los vecinos de la comarca han valorado de manera bastante diferente tanto la accesibilidad como el transporte dando notas bastante pésimas.

El 95,7% de los encuestados se desplazó en coche propio, esto debe ser debido a la buena conservación de carreteras y las malas comunicaciones de transporte público que ya hemos mencionado anteriormente.

Gráfico 7 Experiencia del turista

Experiencia



Fuente: Elaboración propia

La experiencia turística ha sido en general bastante buena, ya que sobre 5 la valoración más baja recibida ha sido 3 y la gran mayoría lo ha calificado al máximo. Además el 100% ha dicho que recomendaría la visita a la comarca.

Respecto a la gente que nunca había visitado la comarca un 75% nunca había oído hablar de ella, mientras que muchos de ellos sí que habían visitado otros lugares de Cantabria y por ello consideran que la comarca debería mejorar su promoción turística.

Más de la mitad de ese 25% que no habían estado nunca en Asón-Agüera pero que sí habían oído hablar de la comarca respondieron que tenían previsto visitarlo en un futuro, ya que habían oído buenas referencias del lugar.

8. Diagnóstico DAFO de Asón-agüera como destino turístico

Gracias al presente Trabajo de Fin de Grado se ha obtenido información sobre la comarca de Asón-Agüera que nos ha permitido conocer en profundidad sus recursos turísticos, su oferta y demanda, así como "Sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO)".

Tabla 4 Diagnóstico DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Índices demográficos desfavorables en ciertos municipios. -Insuficiente transporte público que convierte en necesario contar con vehículo propio. -Comarca desconocida en comparación con otras comarcas de Cantabria. 	<ul style="list-style-type: none"> -Rico en recursos y actividades turísticas. -Comarca ubicada entre dos aeropuertos y puertos importantes. (Bilbao y Santander) -Producto novedoso.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Crisis sanitaria y económica: Puede ocasionar descenso en el turismo de la comarca. -Turismo desarrollado en destinos de playa cercanos a la comarca. -Éxodo rural y estilos de vida urbanos 	<ul style="list-style-type: none"> -Impacto de la demanda de turismo rural en contraposición del turismo masivo de la costa -Modelos de gobernanza que apoyan y tienen en cuenta el sector. -Internet y redes sociales para la promoción de destinos rurales.

Fuente: Elaboración propia

9. Conclusiones y propuestas

A través de las encuestas realizadas y las entrevistas ejecutadas se ha reflexionado sobre toda la información aportada y se ha llegado a las siguientes deducciones:

1. La economía de Asón-Agüera ha evolucionado considerablemente hacia el sector servicios en los últimos años. La comarca dispone de importantes recursos y servicios turísticos para atraer y dar cobertura a una mayor demanda de visitantes.
2. Las comunicaciones son deficitarias. Un gran porcentaje de encuestados y entrevistados se ha lamentado de la escasa oferta de transporte público. Si no se dispone de vehículo particular, es casi imposible llegar, desplazarse y comunicarse entre los municipios de la comarca.
3. A pesar de la escasez de transporte público el destino se encuentra a una hora o menos de dos aeropuertos y puertos importantes lo que puede conllevar el paso de turistas internacionales.
4. La comarca cuenta con muchos recursos turístico pero están insuficientemente utilizados, faltan estrategias de marketing y publicidad que llegue a la gente tanto de otras comarcas de Cantabria como a otras provincias de España. Al ser una comarca desconocida, estamos ante un producto novedoso para el visitante.
5. La implicación de las Instituciones y empresarios locales, puede lograr que el destino logre igualar la posición turística que tienen otras comarcas de la provincia.

Tras el continuo análisis de la información se observan algunas ideas que podrían ser de utilidad para mejorar el desarrollo turístico de Asón-Agüera:

- Propuestas de transportes:

Respecto a las innumerables quejas de falta de transporte público, sería correcto realizar un estudio sobre la posibilidad de aumentar las comunicaciones de la comarca.

Sería ideal aumentar la frecuencia de trenes Santander-Bilbao y las líneas de autobuses entre los municipios de la comarca. Especialmente en las áreas más rurales, que durante los fines de semana no hay ningún medio para acceder a ellos si no se dispone de vehículo propio.

- Propuestas de producto:

Otro de los retos a los que se enfrenta la comarca es incrementar el turismo de calidad, mejorando la aptitud de su oferta.

Respecto a la oferta hotelera, una buena idea sería contar con nuevos hoteles de diferentes categorías ya que en su mayoría encontramos hoteles de cuatro estrellas y tan solo uno de dos. No hay ninguno de tres estrellas o una, este alojamiento puede ser ideal para un cliente que no tenga mucho poder adquisitivo pero que quiera alojarse en un alojamiento que no sea pensión, posada o vivienda rural.

Para impulsar la restauración se puede potenciar algún producto característico del lugar, algo que sea propio de la comarca y que cuando el turista piense en este producto se traslade automáticamente a este lugar. Como por ejemplo los "respigos" o algunos quesos específicos como el "Queso de las Garmillas".

Esta zona puede desarrollar aún más el turismo cultural ya que posee importantes festividades, arquitectura y etnografía. A parte de centrarse en los recursos naturales, tiene que potenciar este encanto con actividades culturales que se puedan realizar ante cualquier situación climática.

- Propuestas de promoción:

Hay que lograr que cada turista que visite la comarca sea el mejor embajador de la misma. Recordemos que la mayoría de visitantes se habían guiado por recomendaciones de terceros y no por la promoción del lugar en cuestión.

Por lo que pienso que una buena propuesta sería organizar una nueva edición de folletos actualizados ya que los que proporcionan en la Oficina Comarcal de turismo son de 2017. A la hora de participar en ferias se podrían seleccionar catálogos, posters y materiales de promoción que consigan que Asón-Agüera se quede en la mente de aquellos que nunca la han visitado.

Además de las participaciones que ya realiza tiene que abrirse a nuevas vías y conseguir hacerse notar más frente al resto de comarcas de Cantabria. Debería participar en diferentes eventos, congresos, ferias... Para que los turistas lleguen atraídos por la publicidad que se hace de la comarca fuera de ella.

Actualmente, el posicionamiento web está a la hora del día y es uno de los mejores métodos para promocionarse. La mayoría de ayuntamientos, así como la Oficina Comarcal de turismo junto al grupo de acción local cuentan con redes sociales. Es necesario contar con ellas pero tienen que potenciar más estas cuentas y modificarlas diariamente.

10. REFERENCIAS:

a. Bibliográficas:

ÁVILA BERCIAL, Reyes; BARRADO TIMÓN, Diego A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. Cuadernos de turismo (15), 27-44.

BLANCO, Marvin. (2008) Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. Costa Rica, 2008.

BRERA, Santiago. (1995) La Llamada del Asón. Copicentro, ISBN 84-605-1953-8. Santander.

CAAMAÑO DÍAZ, Carolina, et al. (2017) Evolución, situación actual y perspectivas de futuro del empleo joven en el medio rural en Cantabria.

CÀNOVES, Gemma; GARAY, Lluís; DURO, Juan Antonio (2014) Turismo rural en España: Avances y retrocesos en los últimos veinte años. Papers de turisme, nº 51, p. 7-21.

CHÁVEZ, L. M. (2016) Marketing en productos y servicios.

DEL VALLE TUERO, Eduardo Antonio, et al. (2016) El turismo rural en España: análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futuras. Tesis Doctoral. Organización de empresas e márketing.

FERNÁNDEZ, José Antonio Folgado; DUARTE, Paulo Alexandre Oliveira; MOGOLLÓN, José Manuel Hernández. (2011) Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. Tourism & Management Studies, vol. 1, p. 904-914.

GARCÉS PÉREZ, Yadelín; PANECA GONZÁLEZ, Yuriana (2019) La ventaja competitiva: su papel en el posicionamiento del destino turístico. Contribuciones a la Economía.

GARCÍA, J. R., & DÍAZ, M. M. (2014) Planificación turística y desarrollo sostenible. Septem Ediciones.

GÓMEZ, Venancio Bote. (1987) Importancia de la demanda turística en espacio rural en España. Estudios Turísticos, nº 93, p. 79-92.

GÜELL, Joan Cals. (1983) El modelo turístico español. Estudios Turísticos, nº 80, p. 15-19.

IVARS-BAIDAL, Josep, et al. (2016) El turismo rural en España: ¿de la ilusión al desencanto?.

IVARS-BAIDAL, Josep. (2001) La planificación turística de los espacios regionales en España.

IVARS-BAIDAL, Josep; REBOLLO, José Fernando Vera. (2019) Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, no 82, p. 7.

LÓPEZ-BONILLA, Jesús Manuel; BOERASU, Andrea E.; LÓPEZ-BONILLA, Luis Miguel (2014) Perfiles de los visitantes en el turismo de naturaleza: análisis exploratorio en el entorno de Doñana. *International journal of world of tourism*, 1 (1), 17-25.

MEZA, Ema Carmen Julca (2016) Un enfoque a la importancia del turismo. *Turismo y Patrimonio*, 2016, no 10, p. 133-136.

MICHAEL, E. Porter. (1990) *The competitive Advantage of Nations*.

MORENO MELGAREJO, Alberto, et al. La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. 2018. [Último acceso 3abr2021]

PALOMEQUE, Francisco López. (2007) Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y Sociedad*, vol. 8, p. 51-68.

PINEDO SAN JOSÉ, Elisabeth, et al. (2019) Propuesta de evaluación del "método LEADER" en el grupo de Acción Local ADEMA.

RODRÍGUEZ-ZULAICA, Ainara; PASTOR, Ricardo; ARA, María Asunción Fernández-Villarán. (2017) Evolución de la intermediación turística en España tras la aparición de las TIC en el sector. *Revista empresa y humanismo*, p. 87-106.

VALLS, Josep Frances (2016) Impacto del low cost en los precios hoteleros españoles. *Papers de Turisme*, no 35, p. 81-88.

VELASCO, María. (2016) Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 14, no 3, p. 577-594. .

VELOZ NAVARRETE, Carlos; VASCO VASCO, Jorge. (2016) Calidad en el servicio de las empresas hoteleras de segunda categoría.

b. Webs

DIARIO MONTAÑÉS “Nueva vida para la cabaña pasiega” 2017
<https://www.eldiariomontanes.es/bahia-centro-pas/201704/02/nueva-vida-para-cabana> [Último acceso 29abr2021]

HOSTELTUR “Cantabria es la región con más densidad turística del norte de España” https://www.hosteltur.com/115692_cantabria-es-region-densidad-turistica-norte-espana.html 2016 [Último acceso 28abr2021]

HOSTELTUR “El turismo rural, entre las principales opciones para las escapadas de 2021” https://www.hosteltur.com/141212_el-turismo-rural-entre-las-principales-opciones-para-las-escapadas-de-2021.html [Último acceso 16may2021]

HOSTELTUR “La COVID-19 dispara el interés por el turismo rural y el ecoturismo” https://www.hosteltur.com/142595_la-covid-19-dispara-el-interes-por-el-ecoturismo-y-el-turismo-rural.html 2021 [Último acceso 16may2021]

RED CÁNTABRA DE DESARROLLO RURAL <https://redcantabrarural.com/> 2021 [Último acceso 30abr2021]

AYUNTAMIENTO DE AMPUERO <https://ampuero.es/> [Último acceso 7may2021]

AYUNTAMIENTO DE GURIEZO <https://aytoguriezo.es/> [Último acceso 9may2021]

AYUNTAMIENTO DE RAMALES <https://www.aytoramales.org/> [Último acceso 8may2021]

AYUNTAMIENTO DE RASINES <https://www.aytorasines.org/turismo/> [Último acceso 8may2021]

AYUNTAMIENTO DE RUESGA <http://www.aytoruesga.com/> [Último acceso 8may2021]

AYUNTAMIENTO DE SOBA <https://www.soba.es/> [Último acceso 9may2021]

AYUNTAMIENTO VALLE DE VILLVERDE <https://valledevillaverde.com/> [Último acceso 8may2021]

c. Material de promoción turística

Aventura y turismo activo Cantabria-Gobierno de Cantabria SA499-2019

Cantabria Oriental Rural, plano.

Folleto turístico Ayuntamiento de Soba

Guía de Alojamientos Cantabria Oriental Rural - SA 891-2017

Guía de Gastronomía Establecimientos de Restauración y Productos Agroalimentarios Cantabria Oriental Rural - SA 893-2017

Guía de Patrimonio, Natural, Subterráneo y Arquitectónico Cantabria Oriental Rural - SA 894-2017

d. Entrevistas

Antonio Mancheño 31 de mayo (2021). Miembro del Departamento de Recepción del Parador de Limpias.

Diana de Prado 14 de mayo (2021). Técnico de Turismo en la Oficina Comarcal de Turismo.

Jose Miguel Donosti 30 de mayo (2021). Concejal de Cultura, Turismo, Barrios y Medio Ambiente.

Luis Rodríguez 13 de mayo (2021). Gerente del Grupo de Acción Local Cantabria Oriental Rural Asón-Agüera-Trasmiera.

María Ricondo 15 de mayo (2021). Propietaria junto a su familia del Restaurante Casatablas en Soba.

Escuela Universitaria
de Turismo
ALTAMIRA

11. Anexos

ANEXO I

ENTREVISTA A DON ANTONIO MANCHEÑO CEACERO

MIEMBRO DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN DEL PARADOR DE LIMPIAS

1. ¿Considera que la Comarca de Asón-Agüera tiene suficientes turistas durante el periodo estival?
2. ¿En ese periodo en su negocio aumenta los precios debido a un alto crecimiento de la demanda?
3. ¿Cree que la oferta de restauración y hotelería que tiene Asón-Agüera es suficiente para complacer las necesidades del visitante?
4. ¿Cuál cree que es la principal motivación de los clientes que se alojan en el Parador de Limpías? (Cercanía a la playa, espeleología, gastronomía, turismo rural...)
5. Paradores de Turismo es una cadena hotelera muy reconocida. ¿Cree que el Parador de Limpías es un reclamo para que los turistas se acerquen a la comarca del Asón?
6. Bajo su punto de vista ¿La comarca está bien comunicada?
7. ¿A qué problemas cree que se enfrentan los turistas cuando vienen a la comarca?
8. ¿Considera que Asón-Agüera necesita un cambio en lo que se refiere a planificación turística?
9. ¿Está satisfecho con los planes que se realizan desde los ayuntamientos dirigidos al turismo?

ANEXO II

ENTREVISTA A DON JOSÉ MIGUEL DONOSTI

CONCEJAL DE CULTURA, TURISMO, BARRIOS Y MEDIO AMBIENTE DEL AYUNTAMIENTO

1. ¿Cuáles son las razones por las que cree que los turistas tienen que elegir Ampuero para sus vacaciones?
2. ¿Cree que Ampuero tiene suficientes turistas?
3. ¿A qué problemas cree que se enfrentan los turistas del municipio?
4. Bajo su punto de vista ¿Cree que Ampuero está bien comunicado? ¿Y el resto de la comarca de Asón-Agüera considera que está bien comunicada?
5. ¿Considera que la comarca de Asón-Agüera tiene suficientes recursos turísticos? ¿Cree que están explotados?
6. ¿Qué recursos turísticos de Ampuero considera que atraen más turistas?
7. ¿Cuáles son los medios de promoción que utiliza el Ayuntamiento para atraer turismo? (Publicidad, marketing, ferias...)
8. ¿Están utilizando algún otro tipo de planificación turística con el fin de mejorar este sector en el municipio?
9. ¿Qué cantidad de población aproximadamente vive del turismo en Ampuero?
10. ¿Cree que los empresarios están satisfechos con los planes dirigidos al turismo que se realizan desde el Ayuntamiento?

ANEXO III

ENTREVISTA A DOÑA DIANA DE PRADO

TÉCNICO DE TURISMO DE LA OFICINA COMARCAL DE TURISMO CANTABRIA ORIENTAL RURAL

1. ¿Cómo ha afectado la pandemia a la Oficina Comarcal de Turismo?
2. ¿Cuáles son las razones por las que cree que los turistas tienen que elegir Asón-Agüera para sus vacaciones?
3. ¿Se ha barajado la idea de una reestructuración turística mediante la creación y puesta en marcha de un plan estratégico? ¿U optar por un plan de sostenibilidad que ahora impulsa el ministerio?
4. ¿A qué problemas cree que se enfrentan los turistas de la comarca?
5. ¿Cuáles son los medios de promoción que utilizan para atraer turismo? (Publicidad, marketing, ferias...)
6. ¿Están utilizando algún otro tipo de planificación turística con el fin de mejorar este sector en la comarca?
7. ¿Considera que la comarca de Asón-Agüera tiene suficientes recursos turísticos? ¿Cree que están explotados?
8. ¿Qué recursos turísticos de la comarca considera que atraen más turistas?
9. ¿Qué porcentaje de población aproximadamente vive del turismo en la comarca de Asón-Agüera?
10. ¿Cree que los empresarios están satisfechos con los planes dirigidos al turismo que se realizan desde los Ayuntamientos?

ANEXO IV

ENTREVISTA A DON LUIS RODRIGUEZ PRADO

GERENTE DEL GRUPO DE ACCIÓN LOCAL ASÓN-AGÜERA-TRASMIERA

1. ¿Cómo ha afectado la pandemia al Grupo de Acción Local?
2. ¿Cuáles son las razones por las que cree que los turistas tienen que elegir Asón-Agüera para sus vacaciones?
3. ¿Se ha barajado la idea de una reestructuración turística mediante la creación y puesta en marcha de un plan estratégico? ¿U optar por un plan de sostenibilidad que ahora impulsa el ministerio?
4. ¿Cree que la comarca de Asón-Agüera tiene suficientes turistas?
5. Bajo su punto de vista ¿Cree que la comarca de Asón-Agüera está bien comunicada?
6. ¿Qué porcentaje de población aproximadamente vive del turismo en la comarca de Asón-Agüera?
7. ¿Cree que los empresarios están satisfechos con los planes dirigidos al turismo que se realizan desde los Ayuntamientos?

Escuela Universitaria
de Turismo
ALTAMIRA

ANEXO V

ENTREVISTA A DOÑA MARÍA RICONDO CRESPO RESPONSABLE JUNTO A SU FAMILIA DEL RESTAURANTE CASATABLAS (SOBA)

1. ¿Cómo ha afectado la pandemia al restaurante?
2. ¿Considera que la Comarca de Asón-Agüera tiene suficientes turistas durante el periodo estival?
3. ¿En ese periodo en su negocio aumenta los precios debido a un alto crecimiento de la demanda?
4. ¿Cree que la oferta de restauración y hotelería que tiene Asón-Agüera es suficiente para complacer las necesidades del visitante?
5. Antes del covid19 ¿Recibía más clientes locales o turistas?
6. ¿Cuál cree que son los mayores problemas a los que se enfrenta el turista cuando viene a la comarca?
7. Bajo su punto de vista ¿La comarca está bien comunicada?
8. ¿Considera que Asón-Agüera necesita un cambio en lo que se refiere a planificación turística? ¿Por qué?
9. ¿Está satisfecho con los planes que se realizan desde los ayuntamientos dirigidos al turismo?

ANEXO VI

ENCUESTA REALIZADA

ENCUESTA TFG: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA COMARCA DE ASÓN-AGÜERA

Estoy realizando mi Trabajo de Fin de Grado en la Escuela Universitaria de Turismo Altamira (UC). Para llevarlo a cabo necesito recopilar información acerca del turismo en la Comarca de Asón-Agüera. Estaría muy agradecida si colabora rellenando esta encuesta.

***Obligatorio**

1. 1. SEXO *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no decirlo

2. 2. RANGO DE EDAD *

Marca solo un óvalo.

- 18-30 años
- 31-45 años
- 46-65 años
- > 65 años

3. 3. NACIONALIDAD *

Marca solo un óvalo.

- Española
- Extranjera

5. ¿De qué comarca de Cantabria es usted? *



Fuente: MeetSpain

Marca solo un óvalo.

- Asón-Agüera Salta a la pregunta 20
- Besaya Salta a la pregunta 6
- Campo-Los Valles Salta a la pregunta 6
- Costa Occidental Salta a la pregunta 6
- Costa Oriental Salta a la pregunta 6
- Liébana Salta a la pregunta 6
- Saja-Nansa Salta a la pregunta 6
- Santander Salta a la pregunta 6
- Trasmiera Salta a la pregunta 6
- Valles Pasiegos Salta a la pregunta 6

¿Conoce la Comarca de Asón-Agüera?

4. 4. PROCEDENCIA: ¿Cuál es su residencia habitual? *

Marca solo un óvalo.

- ANDALUCÍA Salta a la pregunta 33
- ARAGÓN Salta a la pregunta 33
- BALERARES Salta a la pregunta 33
- CANARIAS Salta a la pregunta 33
- CANTABRIA Salta a la pregunta 5
- CASTILLA-LA MANCHA Salta a la pregunta 33
- CATALUÑA Salta a la pregunta 33
- CIUDAD DE CEUTA Salta a la pregunta 33
- CIUDAD DE MELILLA Salta a la pregunta 33
- COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN Salta a la pregunta 33
- COMUNIDAD DE MADRID Salta a la pregunta 33
- COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA Salta a la pregunta 33
- COMUNIDAD VALENCIANA Salta a la pregunta 33
- EXTREMADURA Salta a la pregunta 33
- GALICIA Salta a la pregunta 33
- LA RIOJA Salta a la pregunta 33
- PAÍS VASCO Salta a la pregunta 33
- PRINCIPADO DE ASTURIAS Salta a la pregunta 33
- REGIÓN DE MURCIA Salta a la pregunta 33
- PAÍS EXTRANJERO Salta a la pregunta 33

Comarcas de Cantabria

6. 1. Marque los municipios que ha visitado dentro de esta comarca. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Ampuero
- Arredondo
- Guriezo
- Limpias
- Ramales de la Victoria
- Rasines
- Ruesga
- Soba
- Valle de Villaverde
- Ninguno (pase a la pregunta 11)

7. 2. ¿Qué motivos ha tenido para visitar alguno de estos municipios? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Recursos naturales
- Recursos culturales
- Oferta gastronómica
- Posibilidad de ocio que ofrece
- Buenas referencias de amigos/familiares
- Negocios/Trabajo

Otro:

Valore del 0 al 10 los siguientes recursos de la comarca:

8. 3. Limpieza

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

9. 4. Alimentación/restauración

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. 5. Accesibilidad (transporte)

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11. 6. Aparcamiento

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

12. 7. Relación calidad/precio de sus servicios

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

17. 12. Si no ha visitado ningún municipio ¿Qué razones le han impedido ir?

Selecciona todos los que correspondan.

- Nunca me ha llamado la atención esa zona.
- Tiene mala comunicación de transportes públicos.
- Está lejos de mi lugar de residencia.
- Me han dado malas referencias sobre la comarca.
- Poca promoción del destino.

Otro: _____

18. 13. ¿Tiene previsto visitarlo en un futuro?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

19. 14. Si ha respondido que sí a la pregunta anterior ¿Qué lugares le llaman más la atención para su primera visita?

Asón-Agüera

20. 1. ¿Cree que su comarca cuenta con suficientes recursos turísticos? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

13. 8. Seguridad

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

14. 9. ¿Recomendaría la visita a Asón-Agüera?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

15. 10. ¿Qué aspecto mejoraría?

16. 11. Valore de 0 a 5, cuánto cree que conoce usted la Comarca de Asón-Agüera: *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5

21. 2. ¿Considera que estos recursos están explotados? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

22. 3. ¿Cree que durante el verano Asón-Agüera tiene suficientes turistas? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

23. 4. ¿Cree que la oferta de restauración y hotelería de su comarca es suficiente para complacer las necesidades del visitante? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Creo que hay suficiente oferta de restauración pero poca de hotelería
- Creo que hay suficiente oferta de hotelería pero poca de restauración

24. 5. ¿Cuál de los siguientes aspectos cree que es el principal motivo de los turistas que se acercan a la comarca? *

Marca solo un óvalo.

- Visitar recursos naturales y culturales
- Cercanía a las playas
- Turismo activo
- Negocios/Trabajo
- Segunda residencia
- Visita de amigos/familia
- Otro: _____

Valore del 0 al 10 los siguientes servicios de su comarca:

25. 6. Limpieza *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

26. 7. Seguridad *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

31. 12. ¿Recomendaría visitar Asón-Agüera? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

32. 13. ¿Qué aspectos mejoraría?

Visitas Asón-Agüera

33. ¿Ha visitado alguna vez la Comarca de Asón-Agüera (Ampuero, Arredondo, Guriezo, Limpias, Ramales de la Victoria, Rasines, Ruesga, Soba y Valle de Villaverde) en Cantabria? *



Fuente: Wikipedia

Marca solo un óvalo.

- Sí Salta a la pregunta 34
- No Salta a la pregunta 53

Encuesta turistas

27. 8. Alimentación / Restauración *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

28. 9. Aparcamiento *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

29. 10. Accesibilidad (Transporte) *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

30. 11. Relación calidad-precio *

Marca solo un óvalo.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

34. 1. ¿Cuántas veces ha visitado Asón-Agüera? *

Marca solo un óvalo.

- 1 o 2
- 3 o 4
- Más de 5 veces

35. 2. ¿Se alojó en dicha comarca? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No, solo fui de visita y me alojé en otra lugar.

36. 3. ¿Cuántas noches pernoctó? *

Marca solo un óvalo.

- Ninguna
- 1-2
- 3-4
- +5

37. 4. ¿En qué municipio de Cantabria se encontraba su alojamiento? *

38. 5. Marque los municipios que ha visitado de la comarca. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Ampuero
- Arredondo
- Guñeiz
- Limpias
- Ramales de la Victoria
- Rasines
- Ruesga
- Soba
- Valle de Villaverde

39. 6. ¿Por qué eligió el destino? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Recursos naturales
- Recursos culturales
- Oferta gastronómica
- Posibilidad de ocio que ofrece
- Buenas referencias de amigos/familiares
- Negocios/Trabajo
- Cercanía a la playa
- Visita a familiares/amigos
- Posibilidades de ocio
- Clima

Otro: _____

43. 10. Seguridad *

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>										

44. 11. Relación calidad/precio *

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>										

45. 12. Alimentación/ restauración *

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>										

46. 13. Aparcamiento *

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>										

40. 7. ¿Cómo se informó la primera vez para visitar la comarca de Asón-Agüera? *

Marca solo un óvalo.

- Folletos/guías de viaje
- TV/radio
- Consejos de amigos/familiares
- Internet
- Ferias
- Oficinas de turismo
- Agencias de viajes

41. 8. ¿En qué tipo de transporte se desplazó? *

Marca solo un óvalo.

- Vehículo propio
- Vehículo alquilado
- Transporte público
- Otro: _____

Valore del 0 al 10 los siguientes servicios:

42. 9. Limpieza *

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>										

47. 14. Accesibilidad (Transporte) *

Marca solo un óvalo.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>										

48. 15. ¿Recuerda cuánto gastó en euros por persona/día en su viaje? *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nada	20-30	40-60	>60
Alojamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bares/restaurantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

49. 16. ¿Con quién viajó? *

Marca solo un óvalo.

- Solo
- Amigos
- Pareja
- Familia
- Grupo organizado
- Otro: _____

50. 17. ¿Recomendaría la visita a la comarca de Asón-Agüera? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

51. 18. Valore su experiencia turística en la comarca: *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Muy mala Muy buena

52. 19. ¿Qué aspectos mejoraría?

53. 1. ¿Había oído alguna vez hablar de la comarca de Asón-Agüera? *

Marca solo un óvalo.

Sí
 No (pase a la pregunta 5)

54. 2. En caso afirmativo, ¿Tenía pensado visitar en un futuro este lugar?

Marca solo un óvalo.

Sí
 No
 Tal vez

55. 3. Podría especificar de qué recurso o municipio tenía algo de información:

56. 4. ¿En qué contexto se informó de la existencia de este destino?

Marca solo un óvalo.

Folletos/guías de viaje
 TV/radio
 Consejos de amigos/familiares
 Internet
 Ferias
 Oficinas de turismo
 Agencias de viajes
 Otro: _____

57. 5. ¿Ha visitado otros lugares de Cantabria? *

Marca solo un óvalo.

Sí
 No

58. 6. ¿Considera que esta comarca debería de mejorar su promoción turística?

Marca solo un óvalo.

Sí
 No
 Tal vez



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA