

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

ALTAMIRA

**GRADO EN GESTIÓN
HOTELERA Y TURÍSTICA**

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2021/2022

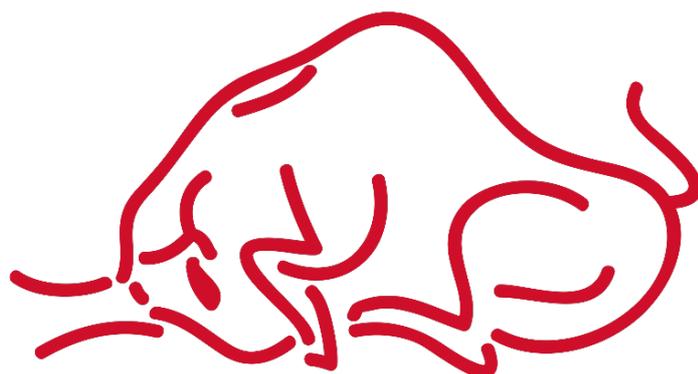
HELENA BALAGUER MORENO

TURISMO DE LUJO EN CANTABRIA

LUXURY TOURISM IN CANTABRIA

DIRECTOR

PEDRO CORNEJO MARTÍN



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

ALTAMIRA

**GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y
TURÍSTICA**

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2021/2022

Fecha de entrega: 05/09/2022

AUTORA: Helena Balaguer Moreno

TÍTULO: Turismo de lujo en Cantabria

DIRECTOR: Pedro Cornejo Martín

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a

AGRADECIMIENTOS

Antes de empezar con el trabajo me gustaría agradecer a todos aquellos que han estado a mi lado durante estos 4 años de carrera, que me han apoyado y han confiado en mi desde el primer momento hasta ahora que ya acaba esta etapa.

Primero me gustaría agradecer a cada uno de los profesores que me han dado clase durante estos años, por hacerme sentir como en casa en la universidad, por su apoyo y preocupación en los momentos malos. Con una mención especial a mi tutor del TFG, Pedro Cornejo que aparte de ser mi tutor y dedicarme su tiempo, ha sido un profesor que siempre ha estado muy pendiente de nosotros y nos amonaba día a día.

Por otro lado, a mis amigos, toda la gente que he tenido a mi alrededor, que han estado estos últimos 4 años y han creído en mi cuando ni yo misma lo hacía. Todos aquellos que han estado conmigo en clase y aquellos que no también.

A mi familia, en especial a mis padres por darme la oportunidad de poder estudiar una carrera, por apoyarme y guiarme como siempre lo han hecho. Y mi hermano que siempre mira por mí y me aconseja para seguir el mejor camino.

Por último, a todas aquellas personas que me han ayudado en este trabajo, como Ana de Brittany Ferries en la entrevista.

Muchas gracias a todos.

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar si Cantabria es un destino con potencial para explotar el turismo de lujo. Se explicará lo que es el Turismo de Lujo, sus principales características, como ha ido evolucionando con los años, el perfil del turista de lujo y sus principales destinos. Las necesidades y expectativas que tienen los turistas de lujo hoy en día dejaron atrás la opulencia y definición tradicional para ir en buscar de algo más especial y exclusivo.

Por otro lado, también se va a estudiar el turismo de lujo que existe en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Conociendo sus hoteles, el perfil de turista que recibe, explicaremos los cruceros de lujo que está recibiendo Cantabria este año y por último se va a realizar un análisis DAFO, sobre el turismo de lujo en Cantabria

Palabras clave: Lujo, Turismo, Turistas, Destinos.

ABSTRACT

The aim of this study is to analyse whether Cantabria is a destination with the potential to exploit luxury tourism. It will be explained what luxury tourism is, its main characteristics, how it has evolved over the years, the profile of the luxury tourist and its main destinations. The needs and expectations of today's luxury tourists have left behind the traditional definition of opulence and to go and find something more special and exclusive.

On the other hand, it is also going to be studied the luxury tourism that exists in the Autonomous Community of Cantabria. We will get to know its hotels, the tourists profile that it receives, the luxury cruises that Cantabria is receiving this year and finally we will carry out a SWOT analysis on luxury tourism in Cantabria.

Keywords: Luxury, Tourism, Tourists, Destinations.

ÍNDICE

| | | |
|-------------|---|---------------|
| 1 | INTRODUCCIÓN | 6-9 |
| 2 | OBJETIVOS Y METODOLOGÍA | 9-10 |
| 3 | EL TURISMO DE LUJO: CARACTERÍSTICAS Y PERFIL DEL TURISTA | 11-17 |
| 3.1 | Perfil del turista de lujo | 11-13 |
| 3.2 | Aproximación del turismo de lujo español | 14-16 |
| 3.3 | Características/valores del turismo de lujo | 16-17 |
| 4 | EL TURISMO DE LUJO: DESTINOS Y CARACTERÍSTICAS DE ESTOS | 18-31 |
| 4.1 | Principales destinos del turismo de lujo | 18-23 |
| 4.2 | Características de los destinos de lujo | 23-25 |
| 4.3 | Principales destinos para los viajeros españoles de lujo | 26 |
| 4.4 | Principales hoteles de lujo | 27-31 |
| 5 | TENDENCIAS DEL TURISMO DE LUJO | 32- 33 |
| 6 | Cantabria como destino para turismo de lujo | 34-46 |
| 7 | CONCLUSIONES/RECOMENDACIONES | 46 |
| 8 | ÍNDICE DE IMÁGENES/GRÁFICOS/TABLAS | 47-48 |
| 9 | REFERENCIAS | 47-50 |
| 9.1 | Webgrafía | |
| 10 | ANEXO | 50-51 |
| 10.1 | Entrevista | |

1- INTRODUCCIÓN:

El turismo ha ido evolucionando a lo largo de los años, al igual que los turistas. Tuvo un inicio muy elitista, pasó a ser un turismo de masas, pero hoy en día debido a la globalización tiene infinitas posibilidades.

Lo que conocemos como "Turismo" es algo que es conocido por toda la sociedad. Se relaciona con la cultura, el ocio y el tiempo libre, es decir, lo que está relacionado con un desplazamiento voluntario del lugar habitual de residencia.

Dentro del Turismo nos encontramos con el término "lujo" el cual es muy subjetivo y cada uno tiene su punto de vista ante este término. Para unas personas, significa simplemente algo excesivo o algo caro; para otros es algo superior o algo más difícil de adquirir. Pero para ambos grupos de personas hay algo en común y es que lo relacionan con la "exclusividad", "abundancia" o "inalcanzable".

Este tipo de turismo también ha ido evolucionando con el paso de los años.

El concepto que tenemos hoy en día de turismo de lujo se puede definir como un "turismo de excesos". Es aquel tipo de turismo que te permite disfrutar, bajo una serie de criterios exigentes donde el cliente, su bienestar y su disfrute son fundamentales. Una característica muy importante de este tipo de turismo es la personalización con el cliente, tener la capacidad de poder adelantarse a las posibles necesidades que pueden tener.

Según Interface Tourism Spain "El lujo se refiere a todo aquello diferenciado, único y exclusivo que se puede obtener. No responde a la demanda, no satisface los deseos de las masas ni busca posicionamiento, es un producto o servicio que se ofrece a todos pero que no todos pueden alcanzar. Asimismo, el lujo en el ámbito del turismo toma forma en la medida que, más que en el precio, pone el énfasis en el valor, en lo que hoy en día se mide a través de la experiencia del consumidor".

En los últimos años el turismo de lujo se ha ido generalizando más, debido a la amplia gama de competencia que ha ido apareciendo, también por los nuevos comportamientos que tienen los consumidores y por el progreso tecnológico. En cuanto a este cambio de comportamiento en los clientes, cabe destacar que ya no buscan lo caro u ostentoso, sino que buscan una experiencia, también la personalización y la sostenibilidad.

Como se ha mencionado anteriormente, hoy en día las necesidades de los clientes están cambiando día a día, y como consecuencia, el sector hotelero debe ajustarse a sus nuevos gustos y necesidades, sobre todo en este momento, en el que deben de tomar ciertas medidas las cuales antes no eran necesarias, y esto es debido al COVID-19. Hasta ahora, el momento vacacional de los clientes tenía un único objetivo, este era el descanso, ahora buscan experiencias y en ellas incluimos el hotel, por lo tanto, su elección es de gran importancia. Debido a todo estos, las empresas deben de innovar cada vez más rápido, y sobre todo el sector hotelero, ya que gracias a la tecnología esta experiencia y proceso cada vez se llevan a cabo de una manera más eficiente y veloz.

Según Dinamiza: "es importante conocer y desarrollar productos turísticos que permitan incrementar la competitividad de los destinos, y el turismo de lujo se presenta, así como una oportunidad de desarrollo competitivo, siempre que el destino apueste por este segmento bajo una correcta planificación, rigor en la ejecución y un excelente enfoque de mercado".

Lo que hoy en día conocemos como turismo comenzó en el siglo XIX, durante la revolución industrial, en el momento en el que las jornadas laborales comenzaron a ser de 8 horas y en algunos casos se añadieron sistemas de descanso retribuido. En ese preciso momento los trabajadores comenzaron a plantearse el desplazarse para visitar zonas con monumentos o playa; aunque antes de todo estos los viajes de comercio ya existían.

A lo largo de los siglos, fueron sucediendo una serie de ejemplos los cuales se pueden considerar como Turismo: el inicio del comercio con la invención de la moneda, también la invención de la rueda y los peregrinajes a los templos por motivos religiosos.

En el antiguo Egipto se pudieron observar referencias como por ejemplo una inscripción en una pirámide, en la cual dejaron escrito "hacer una excursión y descansar al este de Menfis".

En Roma y la edad media, la red de calzadas fue creada por los Romanos, la cual permitió viajar con mucha más facilidad, comodidad y rapidez, esto supuso un gran impulso para los tipos de viajes que se realizaban en esa época, tanto religiosos como de comercio.

Durante la edad media hay alguna referencia del turismo como la celebración de ferias o la construcción de residencias de verano para los reyes.

El viaje era considerado como algo peligroso y poco común. Solo las altas clases sociales se lo podían permitir. Por lo tanto, los viajes solo se realizaban si eran estrictamente necesarios.

Durante la Edad moderna aparecieron posadas y hoteles los cuales dieron lugar al perfil de turista que hoy en día conocemos. Debido a la aparición de estos hoteles, los viajeros podían pernoctar, por lo tanto, se les facilitaba el viaje y más si eran de gran distancia.

Por último, en la Edad contemporánea, fue en este periodo en el cual el turismo comenzó con el mayor punto de desarrollo. La aparición del llamado "padre del turismo", Thomas Cook, fue un momento clave para ello. Comenzó a escribir las hoy conocidas "guías de viaje" en aquel momento llamadas "Tourists´ handbook"

En el año 1841, Thomas Cook organizó el primer viaje turístico de la historia y en 1855, se realizó un viaje por Holanda, Bélgica, Alemania y Francia acompañado de un grupo de turistas. Mas tarde realizó otro viaje acompañado de otros 8 turistas el cual duro 222 días.

Después de esto fue cuando comenzaron a aparecer las agencias de viaje. Debido a la aparición del coche, la industria del turismo ha ido creciendo desde entonces.

Dentro del turismo que conocemos, existe un abanico enorme de tipos de turismo, como por ejemplo el turismo de lujo, pero ¿Qué es el turismo de Lujo?

Según la Real Academia Española, el lujo se puede entender como una "Exhibición o manifestación de riqueza". También como "Cosa o conjunto de cosas prescindibles que suponen gran gasto de dinero o de tiempo".

Por lo tanto, sabiendo la definición del lujo, se puede decir que históricamente, viajar siempre ha sido un lujo, en el sentido que solo unos pocos se lo podían permitir.

En el Turismo, este concepto ha ido evolucionando con los años, pero cuando hablamos de Turismo de lujo, nos referimos a un tipo de turismo o a unos viajes que son realizados por un pequeño porcentaje de la población, los cuales requieren un gasto mayor que el resto de los viajes.

Como explica Ramón Estalella, secretario general de la CEHAT, confederación española de hoteles y alojamientos turísticos. (Hosteltur,2010):

Hace cuarenta años, los camareros iban de smoking y en los hoteles toda la comida se servía con guantes blancos, hoy en día eso se considera un lujo. Sin embargo, hay otros ejemplos en los que ocurre lo contrario: hace un siglo, las habitaciones no tenían baño, normalmente eran compartidos y hoy en día incluso un hotel de una estrella está obligado a incluir el baño individual en el alojamiento.

Hace ya varios años que se está escuchando hablar sobre el crecimiento y la evolución que está teniendo el segmento del turismo de lujo.

Según la tesis doctoral de, el ciclo de evolución del destino turístico, por Luis Alfonso Garay (Enero 2007): " Anteriormente, lo que más atraía al cliente de lujo eran las instalaciones y los alojamientos, sin embargo, esto ha pasado a segundo plano. En la actualidad el turismo de lujo se basa en las experiencias. El incremento del turismo "low cost" ha hecho que muchos de los que eran considerados destinos de lujo, ahora se puedan encontrar a turistas de toda condición."

Lugares mundialmente conocidos como la Costa Azul, Ibiza o Marbella, siguen manteniendo el perfil de lujo y con sus viajeros de lujo, pero a su vez se pueden encontrar con turistas de todo tipo.

Este tipo de turismo hoy en día consiste en ofrecer experiencias únicas, las cuales no estén al alcance del viajero tradicional, esto puede ser tanto por su ubicación, como por sus características.

La finalidad de este trabajo es analizar los tipos de turismo de lujo que hay, el tipo de clientela con el que se encuentran, los lugares más destacados para este tipo de turismo y también vamos a investigar y documentar si creemos que Cantabria es un destino con potencial para entrar dentro de esos sitios que ofrecen un turismo de lujo.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de este trabajo es poder ver si Cantabria cuenta con el potencial para ser un destino de lujo. A su vez otros objetivos secundarios los cuales vamos a desarrollar son:

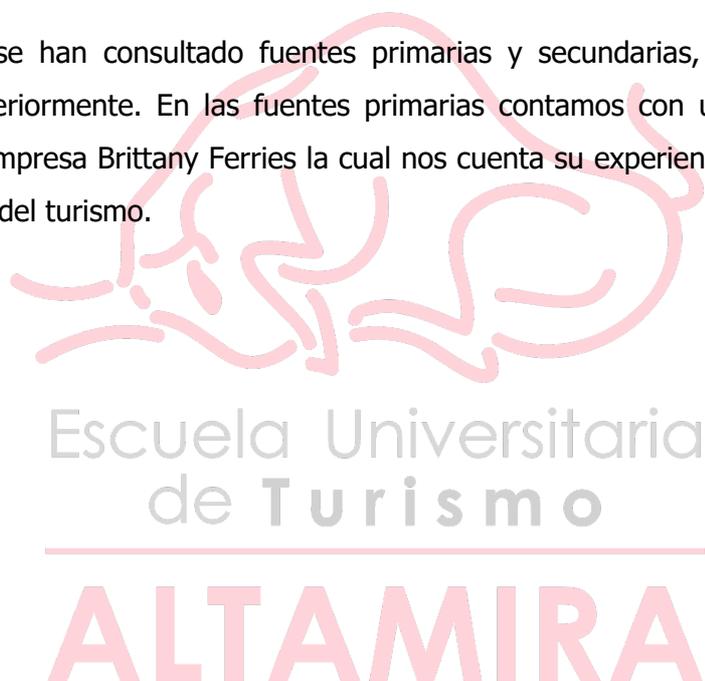
- Evolución del turismo de lujo
- Situación actual del turismo de lujo y el perfil del turista de lujo
- Destinos más frecuentados y sus características
- Tendencias del turismo de lujo hoy en día.
- Cantabria como destino, comentando sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Para poder cumplir con estos objetivos mencionados, vamos a necesitar llevar a cabo una investigación para la búsqueda de información y así conseguir exponerla a lo largo de este

trabajo. Dicha información será procedente de una fuentes primarias y secundarias como por ejemplo páginas web, artículos, algún trabajo anterior o alguna tesis sobre Turismo de lujo y sobre el Turismo en Cantabria, entrevistas...

Paran lograr los objetivos que se han planteado, los primero que se va a hacer es desarrollar correctamente los destinos que existen, sus respectivas características y también las de su perfil de turista. Se han utilizado diferentes páginas web para la recopilación de dichos datos, como por ejemplo CEHAT, The Blue Room Proyect, Turismo de Cantabria, Ostelea, Hosteltur, El diario Montañas, Forbes, El economista. De todas estas páginas se han obtenido los datos de clientes en Europa y américa Latina, de los turistas nacionales e internacionales, de los hoteles de 5 estrellas y los destinos de lujo en el mundo y también para la definición de lo que es el turismo de lujo y su recorrido a lo largo de los años.

En este estudio se han consultado fuentes primarias y secundarias, las secundarias son mencionadas anteriormente. En las fuentes primarias contamos con una entrevista a una empleada de la empresa Brittany Ferries la cual nos cuenta su experiencia y su pensamiento sobre este sector del turismo.



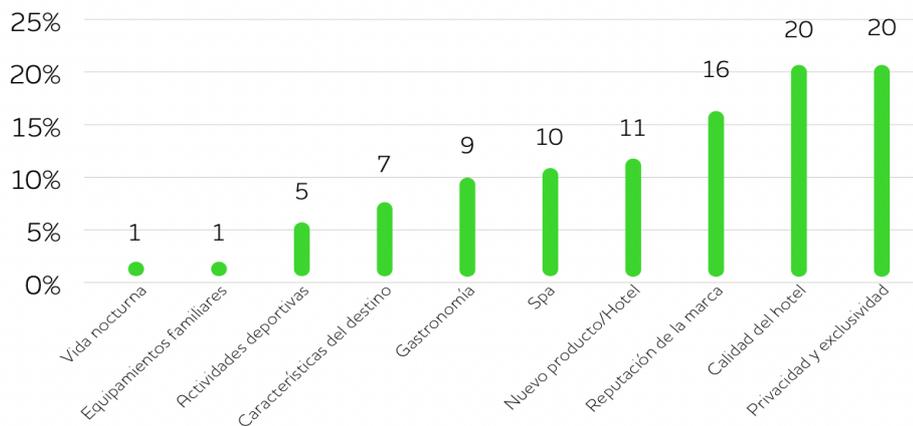
3. EL TURISMO DE LUJO:

3.1- PERFIL DEL TURISTA DE LUJO

Según el estudio realizado por The BlueRoom Project, en colaboración con PangaeNetwork(2018), el 47 % de los turistas de lujo viajan alrededor de 2 y 3 veces al año, lo cual crea una disminución considerando el anterior estudio que realizaron en 2014.

Dentro de este tipo de turismo nos encontramos con el perfil de turista el cual busca experiencias únicas, de la mejor calidad posible, y la cuestión económica pasa a un segundo plano. Según varias fuentes consultadas como Hosteltur (2010), BlueRoom Project (2014) y (2018) y Amadeus+ Tourism Economist (2016), en el ámbito europeo y también español, se destacan una serie de características de este tipo de turista:

- Ingresos: el tipo de turista que viaja en este sector cuenta con unos niveles superiores a 150.000 euros anuales.
- Estacionalidad: las épocas más frecuentadas por estos son agosto y diciembre con un 11% y un 14% respectivamente.
- Tipología: oscilan entre los 30 y 40 años, cuentan con idiomas y con un mayor que la media sobre el destino al cual están viajando.
- Gasto: un 54% de este viajero gastan un promedio de 5.000 y 10.000 euros en un solo viaje. Dependiendo del tipo de viaje que estén realizando, si por algún casual es una luna de miel este precio asciende por ejemplo hasta los 50.000 euros.
- Duración de la estancia: suele ser entorno al 46% de estos turistas que suelen pasar entre 10 y 15 días en el destino escogido, y otro 30% superan las dos semanas de estancia.
- Fidelización: este tipo de turista suele ser altamente apreciado por el sector y también muy solicitado debido a que suelen repetir destino.
- Atractivos: existen una serie de elementos que atraen a este tipo de turista como pueden ser por ejemplo un hotel de alta calidad, la gastronomía del destino...

GRÁFICO 1: ELEMENTOS DE ATRACCIÓN PARA EL TURISMO DE LUJO

Fuente: The BlueProject 2014

Como se puede observar en la Gráfica anterior, existen diferentes elementos de atracción para el turismo de lujo. En primer lugar, el elemento más relevante siempre es la privacidad y la exclusividad, los clientes de este tipo de turismo invierten mucho dinero en sus viajes, por lo que esperan un trato impecable, personalizado, exclusivo...

Por otro lado, encontramos otros elementos importantes como son: la calidad del hotel, y las instalaciones con las que cuenta, la reputación de la marca, la gastronomía es un elemento principal para los turistas a la hora de escoger su lugar de destino. También podemos observar, que, aunque con un menor porcentaje se encuentran las actividades deportivas, los equipamientos familiares y la vida nocturna. Éste último aspecto está más enfocado hacia un cliente más joven, como es el grupo de diseño (20%) el cual es explicado más adelante.

A su vez, Braintrust la consultora española, ha dividido este perfil de turistas en 5 grupos en su Barómetro Turístico Premium del 2020. (todos con rentas mayores a 100,000€)

- 1- Marquistas (22%): Para este tipo de turistas el lujo determina el prestigio y la exclusividad de la marca. Se desplazan tanto internacional como nacionalmente, contratan diferentes servicios, apartamentos turísticos y hoteles urbanos. Viajan en familia o en pareja. Se dejan influir por la importancia de la marca y la exclusividad. Su uso de las redes sociales es bastante limitado ya que el recelo que sienten por su vida privada los lleva a no compartir por plataformas su día a día.
- 2- Clásicos (18%): Este segundo grupo de clientes se entienden el lujo como precios altos y servicios personalizados. Se suelen desplazar en coche a destinos, normalmente nacionales, y así poder salir de su rutina. Escogen o contratan los viajes confiando en las opiniones de conocidos y por la fidelidad a las marcas. Tienden a evitar los paquetes turísticos.

- 3- Fardones (19%): Este tipo de turista suele viajar por España o el Caribe, por la razón del reconocimiento social, comparten en redes sociales sus viajes y es típico que contraten paquetes organizados. Formado principalmente por familias con hijos. Sus motivaciones en el momento del viaje son vivir nuevas experiencias y disfrutar del patrimonio del destino.
- 4- A medida (20%): Dentro de este tipo de turistas, el lujo es la calidad a la medida de sus intereses. Normalmente viajan en pareja o con amigos a destinos europeos, su objetivo es conocer la cultura y naturaleza de estos destinos, suelen estar concienciados con el medio ambiente y la sostenibilidad. Organizan los viajes de manera meticulosa, comprando precios ya que se preocupan por él precio y sin dejarse llevar por las marcas.
- 5- Diseño (20%): Este grupo considera el lujo como la modernidad y el diseño y es caracterizado por mujeres que viven con sus padres y buscan el precio más bajo. Hacen un elevado uso de las redes sociales. Y sus destinos suelen ser de playa y vacacionales.

TABLA 1- DIVISIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA

| TIPO | ÍNDICE DE PREVISION DE CONSUMO | GASTO MEDIO POR VIAJE | GRUPO DE EDAD | ESTUDIOS | USO DE TECNOLOGÍAS |
|-------------|---------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---------------------|---------------------------|
| Marquistas | 74,9 | 3,553€ | Baby Boom | Universitarios | Limitada |
| Clásicos | 63,1 | 2,654€ | +55 | Medio | No |
| Fardones | 69,9 | 3,122€ | Generación X (con hijos) | Inferior a la media | Sí |
| A medida | 76,1 | 3,829€ | Milenials (sin hijos) | Muy alto | Habitual |
| Diseño | 73,5 | 2,631€ | Jóvenes que viven con sus padres. | Medio-alto | Muy elevado |

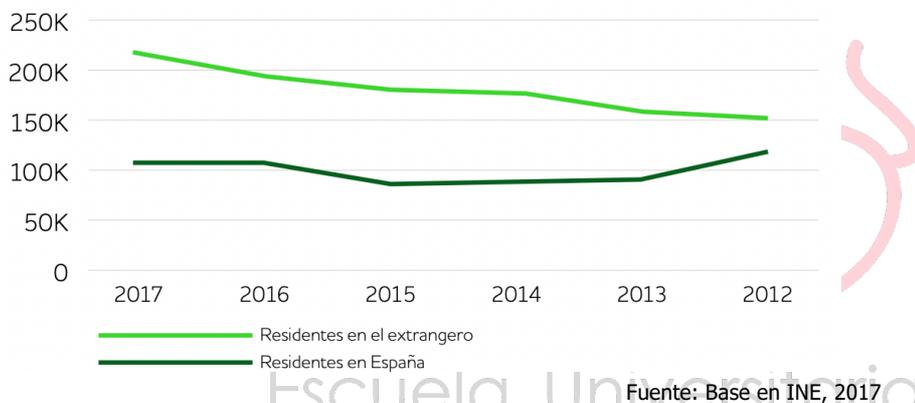
Fuente de información Base de Datos del Barómetro Turístico premium (2020)

3.2 UNA APROXIMACIÓN DEL TURISMO DE LUJO ESPAÑOL:

Según el Instituto Nacional de Estadística, en el 2017 se alojaron en establecimientos de lujo un total de 329.172 turistas, contando con un incremento del 8,35% con respecto al 2016. Si dividimos la cifra anterior entre turistas nacionales y extranjeros, estas suponen 108.739 y 220.433 respectivamente y al igual que anteriormente, cuentan con un incremento del 4,14% y el 10,56% con respecto al 2016. Después de una caída en el 2013, la tendencia se ha ido manteniendo durante unos años, como se puede observar en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 2

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN HOTELES DE 5 ESTRELLAS.



En relación con un estudio de la web Trivago.es en el cual habla sobre la distribución de los hoteles de 5 estrellas por el mundo, han analizado el número de establecimientos hoteleros en cada país y el porcentaje que estos suponen.

TABLA 2- RANKING DE PAISES CON MÁS ALOJAMIENTOS DE 5 ESTRELLAS

| DESTINO | HOTELES 5* | ÍNDICE DE HOTELES 5* |
|----------------|-------------------|-----------------------------|
| China | +2940 | 2% |
| Turquía | +800 | 6% |
| México | +670 | 7% |
| Italia | +450 | 1% |
| India | +430 | 2% |
| Grecia | +420 | 2% |
| España | +335 | 1% |
| Estados Unidos | +330 | 0% |
| Reino Unido | +320 | 1% |
| Sudáfrica | +285 | 4% |

Fuente de información de este listado, Trivago.es, 2015, 2017.

Como se puede observar España se encuentra en la séptima posición dentro del ranking de los 10 países que cuentan con más hoteles de 5 estrellas, con una aproximación de 335 alojamientos de 5 estrellas, estos hoteles representan un 1% de la planta hotelera. Este listado es presidido por China, supera con creces al resto de países estudiados, cuenta con 2940 hoteles de 5 estrellas y estos suponen un 2% del total. Justo después de China se encuentra Turquía con 800 hoteles los cuales suponen un 6%, por lo que se podría decir que es uno de los destinos más lujosos que existen. El resto de los lugares mencionados cuenta con apenas un 1% de alojamientos de lujo.

Por otra parte, también se ha estudiado los hoteles de 5 estrellas en el mundo y dentro de este estudio se encuentra:



ILUSTRACIÓN 1: HOTELES 5 ESTRELLAS EN EL MUNDO

Fuente de información Trivago.es, 2015.

En este Gráfico es posible observar que China continúa presidiendo entre las 10 primeras a nivel mundial, y a nivel europeo solo encontramos Londres como la representante.

3.3- CARACTERISTICAS/ VALORES DEL TURISMO DE LUJO:

Hoy en día el lujo tiene varios conceptos, y puede significar algo completamente distinto para cada persona. Lujo puede ser una casa familiar en el pueblo, para así poder desconectar de la rutina dentro de la ciudad. Lujo puede ser, tener un barco, varios coches o una mansión. Para otras personas el lujo puede ser, tener la capacidad de sacar tiempo para sus hobbies o para poder hacer cosas.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el lujo en los últimos años ha ido ampliando sus horizontes y evolucionando a una velocidad inimaginable, pero cuando hablamos de Turismo de Lujo, nos referimos a aquel tipo de viajes que solo un pequeño porcentaje de población puede permitirse realizar.

Según el informe "The future of Luxury Travel" realizado por el presidente de Howarth HTL, Robert Hecker, hay dos factores que definen este tipo de turismo:

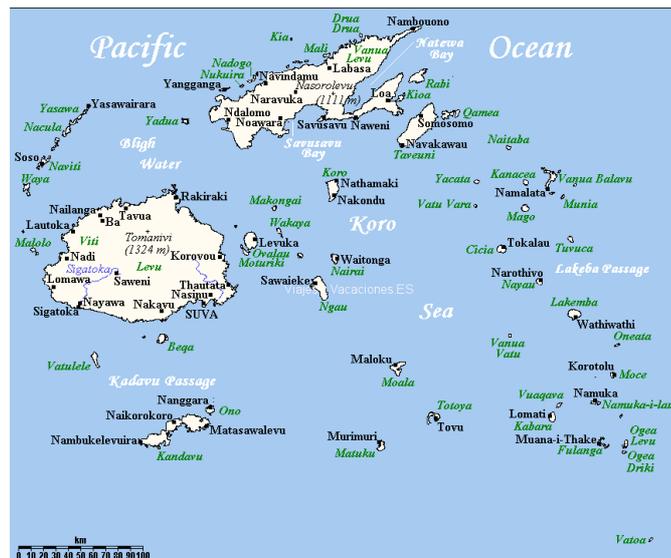
- 1- Singularidad del producto: al combinar una serie de factores se consigue esta singularidad que todo turista de lujo busca al viajar.
 - La calidad en los materiales y los tejidos.
 - La ubicación única de los destinos o puntos de venta.
 - Una tradición establecida por el conocimiento, la habilidad y la experiencia.
 - La creatividad de un estilo determinado.
 - Especialización en la red de distribución y estrategia.
 - Producción limitada en términos de volumen.
 - El elevado precio debido a la alta calidad de los productos, de la imagen de la marca y las necesidades del cliente.
- 2- Imagen de Marca: El producto que ofrece cada marca y su imagen se encuentran sumidas en:
 - Los atributos de la marca que aseguran a los clientes un acceso a los círculos sociales más altos.
 - Este tipo de marcas cuentan con una comunicación muy exclusiva por lo tanto intentan esquivar las aspiraciones de ciertos grupos de consumidores.

Dentro de este artículo también se hace especial mención al factor del precio, como dice Robert Hecker, el lujo y el precio están estrechamente relacionados. Muchos profesionales del sector de Lujo están de acuerdo en que el alto precio es una de las características más relevantes a la hora de definir este sector. Cabe mencionar que desde el punto de vista de los clientes el precio es un indicador muy relevante ya que este término se asocia a la exclusividad y a la distinción social.

4. EL TURISMO DE LUJO:

4.1 PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO DE LUJO

Según un artículo de Fobes.es, ya sea en mar o en montaña existen una serie de lugares como por ejemplo las playas del caribe, los destinos más exclusivos de pacífico sur o las montañas europeas donde se puede disfrutar de experiencias únicas; esos sitios son los considerados destinos vacacionales más exclusivos del mundo:



1- Islas Fiji:

ILUSTRACIÓN 2

Estas islas se encuentran localizadas al sur del Océano Pacífico. Un total de 332 islas que forman un archipiélago del doble de tamaño que nuestro país en el cual solo el 1,5% es tierra, por lo tanto, la gran mayoría de actividades a realizar en este destino van a tener que estar relacionadas con el mar.

El archipiélago cuenta con unas islas donde más de un tercio de éstas se encuentra deshabitado. Las islas pueden concurrirse en varios grupos según su posición, es decir, las islas del norte, sur, este y oeste. Tienen en común su origen volcánico y sus paisajes multicolores combinado con la biodiversidad de la región.



2- Bora Bora:

ILUSTRACIÓN 3

Este destino se trata de una de las islas de sotavento de la Polinesia Francesa. Se trata de una isla tipo atolón de unos 30 kilómetros cuadrados, cuenta con la zona central montañera la cual está rodeada por una barrera de arrecifes y de islotes. Cuenta con playas paradisíacas y aguas turquesas.



3- Seychelles:

ILUSTRACIÓN 4

El tercer destino más exclusivo son las islas Seychelles y son un archipiélago formado por varias islas situadas en el océano Índico. La isla principal es Mahe pero el destino más solicitado del archipiélago es Fregate. Es un complejo turístico privado que cuenta con 17 chalets de lujo rodeado por naturaleza.



4- Nueva York: ILUSTRACIÓN 5

A este destino también se le conoce como la ciudad que nunca duerme, la isla de Manhattan está situada al Norte de Estados Unidos en el estado de Nueva York, en la desembocadura del río Hudson. Tanto Central Park, como la quinta Avenida o el Skyline de la isla son atractivos turísticos que no están al alcance de cualquiera.



5- Stevi Stefan: ILUSTRACIÓN 6

Es una pequeña isla-hotel situada en Montenegro, y se ha convertido en uno de los hoteles de lujo más visitados por los turistas de lujo.



6- Islas Vírgenes Británicas: ILUSTRACIÓN 7

Son un conjunto de más de setenta islas e islotes, pertenecen al territorio británico. Están situadas en el mar caribe al este de Puerto Rico. Las principales islas son: Tórtola, Virgen Gorda, Anegada y Jost Van Dyke.



7- Dubái: ILUSTRACIÓN 8

Es una ciudad situada en Oriente Medio, la ciudad más grande y famosa de los Emiratos Árabes Unidos, seguida por Abu Dhabi, la capital de Emiratos. Debido a su industria de petróleo esta ciudad se ha convertido en una ciudad de lujo y vacacional para las clases altas.



8- Gstaad: ILUSTRACIÓN 9

Destino conocido por su Turismo deportivo y ahora de lujo, localidad y estación situada en Suiza la cual se ha convertido en un lugar vacacional para la clase más alta.



9- San Bartolomé: ILUSTRACIÓN 10

Es una colectiva territorial de ultramar que pertenece a Francia y está situada en el mar Caribe, a 175 Kilómetros del archipiélago de Guadalupe. Se ha convertido en los últimos años en de los destinos turísticos de lujo más demandados.



10- Cayo Musha:

ILUSTRACIÓN 11

El último destino considerado exclusivo por Forbes.es, es la isla paradisíaca privada del famoso Norteamericano David Copperfield. Situada y considerada "las afueras de las Bahamas", para ser exactos en las Islas Exuma a 136 Kilómetros de Nassau.

4.2 CARACTERÍSTICAS CONJUNTAS DE ESTOS DESTINOS:

Según un artículo escrito por "Technocio", Conrad Cartagena (1 noviembre, 2019) el mercado de lujo siempre va a estar en auge debido al nivel de exigencia que tienen los clientes y para esto necesitan cumplir unos aspectos primordiales: Exclusividad y variedad. De esta manera es como los destinos de lujo van incluyendo nuevos y mejores estándares de calidad de servicios, para así poder sorprender a los turistas y poder ofrecerles unas experiencias únicas e inolvidables.

Los destinos de lujo cuentan con servicios de ocio, todo de tipo de instalaciones para el uso y disfrute de los clientes. Según el artículo mencionado anteriormente, los expertos del gran resort de lujo Conrad Cartagena By Hilton de Colombia nos cuentan algunas características que diferencian los destinos de lujo:

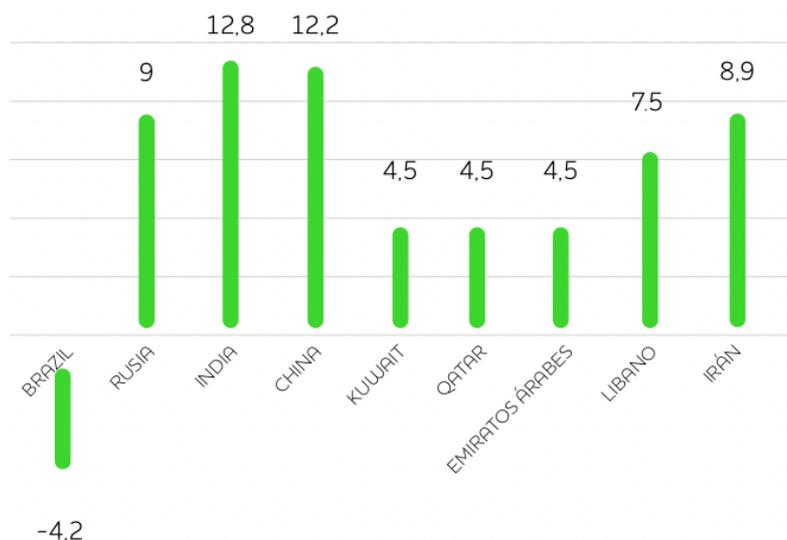
- 1- Exclusividad: Para aquellos huéspedes que aman el lujo, la exclusividad tiene que estar presente en todos los aspectos del viaje, desde el hotel/resort, su ubicación, calidad gastronómica, equipamiento del establecimiento... todas estas son características que diferencian el servicio de un destino de lujo.
- 2- Transporte de lujo: En muchas ocasiones estos destinos de lujo, o los mismos establecimientos hoteleros de lujo cuentan con su propio transporte privado el cual brinda una experiencia excepcional.
- 3- Privacidad: Muchos de los clientes de lujo, son personajes con un gran poder adquisitivo y están expuestos a todo tipo de medios de comunicación por lo tanto les interesa

encontrar un espacio donde se les pueda garantizar la seguridad y privacidad que andan buscando a la hora de realizar un desplazamiento vacacional.

- 4- **Experiencias Únicas:** Los destinos turísticos de lujo se aprovechan de sus maravillosas, espectaculares y paradisíacas ubicaciones para así poder explotar al máximo uno de los principales objetivos de este tipo de turismo, crear experiencias únicas e inolvidables para su clientela.
- 5- **Gastronomía y Bienestar:** En el sector del lujo, el papel que juega el menú es uno de los más emblemáticos, puesto que los huéspedes exigen y esperan un alto nivel culinario dentro del hotel.
- 6- **Diseño y Arquitectura:** En este aspecto los destinos de lujo pueden seguir dos patrones: seguir los estándares tradicionales o arriesgarse por el cambio completo y así ofrecer algo diferente y más característico del propio lugar, ofreciendo un atractivo visual como ninguno otro. Los huéspedes buscan sitios acogedores, que sean cálidos y cómodos, por lo tanto, se puede arriesgar, pero siempre pensando en la comodidad y las necesidades a cubrir de éstos.

Según el informe creado por Amadeus y Tourism Economist (2016), este tipo de turismo de aquí a 10 años va a incrementar un 6,2% a nivel mundial. Se prevé que habrá dos máximos beneficiarios y estos son Estados Unidos y Europa, los cuales obtendrán un 64% de este tipo de turismo de lujo.

GRÁFICO 3: INCREMENTOS PREVISTOS EN LOS PRÓXIMOS 10 AÑOS EN EL TURISMO DE LUJO POR PAÍSES



Fuente de información Amadeus y Tourism Economist, 2017.

En el gráfico anterior poder analizar como los países predominantes son los llamados BRIC'S (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) pero en este caso Sudáfrica no está en el listado, por otro lado, observamos que Brasil esta sumergida en una crisis económica y social.

Dentro de las motivaciones que muestran los miembros de estos países para escoger el turismo de lujo se encuentra, ante todo, el crecimiento económico, lo cual ha llevado a la aparición de nuevas clases medias y altas en la sociedad. Éstas llevan a la aparición de la demanda de nuevos servicios y proyectos de lujo. Como ya se mencionó estos nuevos consumidores van en busca de "experiencias únicas".

Para conocer los principales componentes que más turistas de lujo atraen, hay que observar que tipo de destinos, ofertas y productos son los más llamativos en los destinos beneficiados, en este caso, Europa y Estados Unidos.

TABLA 3
PRINCIPALES DESTINOS PRESENTADOS DESDE EEUU Y EUROPA EN FERIAS BRIC

| FERIA | EUROPA | EEUU |
|--|---|--|
| INDABA EXPO (Sudáfrica) | Focus Tours: Aventuras, Deporte | Abercrombie & Kent India: Aventuras, Deporte |
| 25THMOSCOW INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM EXHIBITION | AMResorts: Turismo de lujo, resorts y spa. | Andalucía: Playas, Golf, Gastronomía, Naturaleza, Cultura. Turismo de Barcelona: Gastronomía, Cultura, Compras, Playa. Toscana Promozione Turistica: Patrimonio, Cultura y Gastronomía. |
| COTTM. CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET | Fun Travel Services: Cruceiros y Aventura. | Athens Silk Road International Travel: Playas y cultura |

Fuente de elaboración de las páginas web de las ferias.

Entre los atractivos o componentes antes mencionados, se puede observar que como principales están la gastronomía, la cultura, el patrimonio, la naturaleza y las aventuras

4.3 PRINCIPALES DESTINOS PARA LOS VIAJEROS ESPAÑOLES DE LUJO

Según el proyecto de BlueRoom, para los profesionales españoles los principales destinos de Turismo de Lujo son:

TABLA 4: PRINCIPALES DESTINOS DE LUJO PARA PROFESIONALES ESPAÑOLES

| ÁMBITO TERRITORIAL | DESTINOS | PRINCIPALES PAQUETES TURÍSTICOS |
|--------------------|---|--|
| ESPAÑA | Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, India, Vietnam, Myanmar, Australia, Sri Lanka, Dubai, Brasil, Laos, China, Malasia, Japón, Mozambique y Argentina | <ul style="list-style-type: none"> -Vida nocturna - Equipamientos familiares -Actividades deportivas -Gastronomía -Spa -Calidad del hotel -Privacidad y exclusividad -Reputación de la marca -Características del destino |

Fuente de información The BlueRoom Project.

Como podemos observar, en los destinos asiáticos se pueden resaltar, los Emiratos Árabes Unidos, India, Vietnam, Myanmar, Sri Lanka, Malasia, Dubai, Laos, China y Japón. Por otro lado, en África destaca primordialmente Mozambique y por último en América, distinguiendo Norte y Latina, Brasil y Argentina mientras que en el norte Estados Unidos.

Un destino de Turismo de Lujo el cual se encuentra en auge hoy en día es América Latina, presenta grandes contrastes y cuenta con tres principales economías, México, Brasil y Argentina. Estas tres localizaciones son las que cuentan con mayor número de millonarios y multimillonarios, con un incremento del 37,8% en el último año de estos.

Para ser concretos, México y Brasil registraron un récord mundial de recepción de turistas en el año 2016 con unos incrementos mayores al 20725% respectivamente con el año anterior.

4.4 PRINCIPALES HOTELES DE LUJO

Según la revista Forbes, que sacó un artículo el pasado 2016, hay una lista de hoteles de lujo en Europa junto a su precio aproximado por noches y sus características, y estos son:

TABLA 5: PRINCIPALES HOTELES DE LUJO EN EUROPA

| DESTINO | TIPO DE ALOJAMIENTO | PRECIO NOCHE | CARACTERÍSTICAS |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------|---|
| LONDRES (UK) | The Lanesborough | 897 € | Se encuentra en el distrito de Knightsbridge de Londres y tiene vistas a Hyde Park. |
| AMALFI (ITALIA) | Santa Caterina | 1.45 € | Estilo Art Nouveau y construido en una roca con vistas al mar de la Costa Amalfitana. |
| ROMA (ITALIA) | J.K. Place Roma | 1.20 € | Cuenta con los interiores diseñados por Michele Bonan, incluye ropa de cama hecha a mano. |
| RAVELLO (ITALIA) | Palazzo Avino | 2.87 € | Se encuentra en un antigua villa privada en la Costa Amalfitana, del siglo XII. |
| PARÍS (FRANCIA) | Four Seasons Hotel George V | 1.19 € | Muy cerca de los Campos Eliseos y con alta cocina, premiada por la Guía Michelin. |
| BUDAPEST (HUNGRÍA) | Four Seasons Gresham Palace | 610 € | Situado frente al puente de las cadenas. |
| LONDRES (UK) | The Beaumont | 660 € | Situado en el prestigioso barrio de Londres de Mayfair. |
| LONDRES (UK) | Hotel Corinthia London | 643 € | Cuenta con la primera tienda de Harrods dentro de un hotel en el mundo, con restaurantes elegantes y con dos bares. |
| LONDRES (UK) | The Milestone Hotel | 553 € | Situado entre los barrios de Londres de Knightsbridge y Kensington. |
| PARÍS (FRANCIA) | Hotel Plaza Athenee | 1,200 € | Cuenta con el Dior Institute, se encuentra en la Avenue Montaigne. |

Fuente de la información Forbes.com 2016.

Según el buscador de booking.com y las propias páginas web de dichos hoteles, es para una noche en fin de semana en Julio. Habitación doble.

Por otra parte, está América Latina, para ser más exactos Perú, Ecuador, Argentina y Colombia, que según la revista Forbes y sus premios anuales, estos lugares mencionados han sido premiados como aquellos destinos principales que cuentan con establecimientos de lujo en América Latina.

En la tabla anterior se puede observar cómo en Europa, los precios de los establecimientos hoteleros de lujo oscilan entre los 600 y los 2.900 euros la noche, y sus principales características son las localizaciones en sitios especiales, los equipamientos del hotel tanto de restaurantes, bares, spa como también por contar con cocineros con gran reputación entre otras características.

En la siguiente tabla se va a mostrar los precios de América Latina:

TABLA 6: PRINCIPALES HOTELES DE LUJO EN AMERICA LATINA

| DESTINO | TIPO DE ALOJAMIENTO | PRECIO NOCHE | CARACTERÍSTICAS |
|---|--|-------------------------|--|
| LIMA (PERÚ) | Country Club Lima Hotel | 204€ | Mansión de estilo inglés de los años 20, cerca de Miraflores y acceso al club de Golf de Lima. |
| BUENOS AIRES (ARGENTINA) | Park Tower, A luxury Collection Hotel | 209€ | Ubicado frente a la Plaza San Martín, cuenta con vistas a la ciudad y está en el centro de la ciudad. |
| BOGOTÁ (COLOMBIA) | Four Seasons Hotel Casa Medina Bogotá | 176€ | Ubicado en Chapinero, a solo 2 km de la zona T y ofrece alojamiento de lujo en la zona Gastronómica conocida como G. |

Fuente de la información Forbes.com 2016.

Según el buscador de booking.com y las propias páginas web de dichos hoteles, es para una noche en fin de semana en Julio. Habitación doble.

Según Condé Nast Johansen, los diez destinos turísticos de lujo más emblemáticos, a nivel ciudad son Nueva York, Barcelona, Roma, Venecia, Florencia, París, Ámsterdam, Viena, Dublín y Copenhague, aunque llama bastante la atención que no aparezca ninguna ciudad asiática o Latinoamericana, el 90% de las ciudades mencionadas son capitales europeas.

En cuanto a la hora de los precios, las ciudades europeas con mayores precios en hoteles según la página web de Trivago.es son:

TABLA 7: CIUDADES CON EL PRECIO MEDIO MÁS CARO DE EUROPA

| CIUDADES | PAÍS | PRECIO NOCHE | % SOBRE PRECIO MEDIO |
|-------------------|-------------|---------------------|-----------------------------|
| MÓNACO | Mónaco | 395€ | 216,00 |
| VENECIA | Italia | 202€ | 61,60 |
| GINEBRA | Suiza | 223€ | 78,40 |
| COPENHAGUE | Dinamarca | 200€ | 60,00 |
| LONDRES | Reino Unido | 193€ | 54,40 |
| BARCELONA | España | 183€ | 46,40 |
| DUBLÍN | Irlanda | 181€ | 44,80 |
| ÁMSTERDAM | Holanda | 174€ | 39,20 |
| EDIMBURGO | Escocia | 173€ | 38,40 |
| BERNA | Suiza | 173€ | 38,40 |

Fuente de información, Página web de Trivago.es

Como se puede observar en la tabla anterior, existen algunas similitudes con los destinos mencionados según la Conde Nast Johansen, Londres, Copenhague, Barcelona, Dublín y Ámsterdam. Al mismo tiempo, siendo el precio medio de 125€ por noche, podemos ver como la habitación en ciudades como Mónaco o Venecia suponen más de un 216,00 y un 61,60% de incremento con respecto al mismo. Según la página web de Trivago.es, la habitación en España está situada con un precio medio de 141€ la noche y esto supone un 12,80% superior al porcentaje europeo.

Con el mismo estilo de distribución, se va a comparar el precio medio por noche de los hoteles más caros por Comunidades Autónomas en España.

TABLA 8: CCAA CON EL PRECIO MÁS CARO

| CCAA | PRECIOMEDIO/NOCHE | SOBRE PRECIO/NOCHE MEDIA |
|-----------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| ANDALUCIA | 112 € | 112 € |
| ARAGÓN | 75 € | 75 € |
| ASTURIAS | 88 € | 88 € |
| CANTABRIA | 115 € | 115 € |
| CASTILLA LA MANCHA | 71 € | 71 € |
| CASTILLA LEÓN | 74 € | 74 € |
| CATALUÑA | 169 € | 169 € |
| COMUNIDAD VALENCIANA | 109 € | 109 € |
| EXTREMADURA | 77 € | 77 € |
| GALICIA | 82 € | 82 € |
| ISLAS BALEARES | 214 € | 214 € |
| ISLAS CANARIAS | 131 € | 131 € |
| LA RIOJA | 78 € | 78 € |
| MADRID | 99 € | 99 € |
| MURCIA | 80 € | 80 € |
| NAVARRA | 110 € | 110 € |
| PAIS VASCO | 138 € | -2,1% |

Como podemos observar en la anterior tabla, las Comunidades Autónomas que cuentan con los establecimientos más caros son Las Islas Baleares, Cataluña, País Vasco y las Islas Canarias, sus porcentajes se encuentran entre el 19,9% y el 51,8% en positivo y el -2,1 y el 7,1% sobre la media española.

5. TENDENCIAS DEL TURISMO DE LUJO

Según un artículo de Travel Market(2016), las palabras más utilizadas en torno al turismo de lujo son auténtico, local, cuidado y la que más experiencia. A través de un estudio realizado con la ayuda de expertos y profesionales de los viajes de lujo, se ha llegado a la conclusión de que hay ciertas características que siempre marcarán tendencia en este sector en especial:

- Auténtico, pero sin renunciar a la comodidad: Este perfil de turista siempre apuesta por el "sentido del lugar" pero muchas de las comodidades posibles de encontrar en cualquier destino más convencional.
- Estando a la última: En esta característica entra en juego lo extraordinario que debe de ser el servicio, y aquello más moderno es "lo mejor".
- Personalización: son los detalles los que cuentan. La experiencia, la exclusividad del viaje y la individualización, es decir, a este tipo de clientes les gusta sentir que toda la atención está puesta en él, con los mejores productos y servicios.
- Una apuesta por lo local: Este perfil antepone la experiencia al resto de cosas que forman parte del viaje, quieren sentirse parte del destino, también les gusta conocer las partes históricas y locales del destino.
- Dejar el destino al a suerte: Escoger el destino dependiendo de un evento o una reciente nota de prensa...
- Diversión con comida: Se lleva mucho los destinos gastronómicos, el turismo que añade algún elemento diferente a lo habitual.
- Una mirada ética: Este cliente está centrado en que su viaje incluya proyectos con grandes propósitos o actuaciones, lo que conlleva poco impacto medioambiental y/o sociocultural.
- Combinaciones inesperadas: No suelen tener nada que ver lo que se esperaba del destino visitado.
- Sorpresas diarias: Este tipo de turista, ansían llegar a su destino, hospedarse en el hotel, sin ningún tipo de plan premeditado, así dejando todo tipo de actividades sean consultadas y diseñadas en el mismo instante, exclusivamente para ellos.
- Planificación a largo plazo: Los clientes confían en profesionales para organizar su viaje, diseñar las actividades, teniendo ellos en cuenta la edad de los niños, los destinos emergentes, la situación política etc...
- Servicios auxiliares para todo: Este tipo de servicios, hacen que los detalles de cada viaje sean más fáciles para los turistas.
- El arte es la nueva cocina: Los hoteles se convierten en galerías de arte y también cuentan con la presencia de artistas residentes.
- Compartir es vivir: Mediante alguna empresa consiguen el alquiler de viviendas privadas.

- Lugares exóticos: El perfil de este viajero busca nuevas experiencias, destinos; aquellos que estén más alejados de su zona de confort o que les alejen más de su rutina y que cuenten con un alto porcentaje de originalidad.
- El toque humano: Los turistas valoran mucho las conexiones entre personas y les gusta relacionarse con otros turistas.

Mediante estas características marcadas por el artículo de Travel Market, se puede llegar a la conclusión de que estas tendencias ya están implantadas por otros sectores del turismo en los que lo local, personal, exótico y ético van ligados a la producción de autenticidad y calidad para los clientes.



6. CANTABRIA COMO DESTINO PARA EL TURISMO DE LUJO:

6.1- TURISMO EN CANTABRIA

Desde mediados del siglo XIX Cantabria se ha ido sumando al turismo de ola, un fenómeno que tuvo sus orígenes en Reino Unido en el siglo XVIII. Este tipo de turismo no solo abarca el uso de la playa, sino que las prácticas deportivas también contribuyeron en el aumento de este turismo el cual caracterizo el turismo de Santander. El consumo de este tipo de turismo en aquellos tiempos era exclusivo ya que solo un pequeño porcentaje de personas podía permitírselo, este turismo y en general el turismo en esa época era inalcanzable para mucha gente debido a la diferencia de clases sociales tan marcada que existía. Debido a la relevancia de estas prácticas en estos enclaves turísticos, consiguieron llamar la atención de la familia real. La reina Isabel II realizo diferentes viajes a Santander con el motivo del turismo de baños de ola.

En la época de la restauración Cantabria se convirtió junto con el País Vasco en las zonas predilectas para este tipo de turismo. Desde los años veinte esta práctica turística se extendió hacia otros grupos sociales con menos capacidad adquisitiva así consiguiendo un aumento del número de visitantes y también aumentaron la oferta y la demanda de los recursos turísticos de esta zona de España.

Según la sociedad el turismo de Cantabria es verde, especial, único y diferente. Cantabria dicen que es infinita, cuenta con lugares llenos de encanto, un patrimonio histórico y cultural que pocos sitios tienen. Playas, paisajes y un turismo de verano muy llamativo. Una Comunidad Autónoma en la cual vas a encontrar hoteles de lujo, hoteles, casas rurales, restaurantes, monumentos, parques, pueblos y ciudades, museos...

La naturaleza de Cantabria tiene muchos contrastes a mencionar, como por ejemplo la existencia de inmensas montañas verdes y por otro lado sus preciosas playas vírgenes, desde San Vicente de la Barquera hasta Laredo nos encontramos con infinidad de playas como, por ejemplo: El Tostader, Oyambre, Valdearenas, El Sardinero, Somo, Los tranquilos... y muchas más Esta comunidad autónoma es perfecta para ese turista aventurero que les llama la atención el turismo rural. Es un destino perfecto para las personas que buscan una experiencia de viaje única, exclusiva y diferente.

Por otro lado, cuenta con un arte prehistórico de los más importantes de España, las Cuevas De Altamira, que han sido denominadas "La Capilla Sixtina del arte cuaternario" y se encuentran junto a Santillana Del Mar. Hoy en día son las cuevas más famosas e importantes del paleolítico a nivel mundial. La cueva ha sido declarada patrimonio de la humanidad por la UNESCO y es de las joyas más importante de Cantabria y España, son reconocidas mundialmente.

Dentro de la etnografía cántabra se pueden resaltar los hórreos, eran típicos en otra época y que no se ven demasiado, pero en los pueblos de la comarca de Liébana se pueden ver. Destacan el telar de Cabezón de Liébana, la panera de Cades y las pisa de Ledantes.

Como ya se ha mencionado anteriormente Cantabria es una comunidad llena de patrimonio, fiestas regionales, tradiciones históricas y maravillas naturales. Es un destino salvaje, repleto de ríos, acantilados, lagos, playas... Sitios perfectos para la práctica de deportes tanto de montaña como de agua como por ejemplo pueden ser: la vela, el surf, el kayaking, trekking o alpinismo.

6.2 TURISMO DE LUJO EN CANTABRIA

La concepción que se ha explicado en apartados anteriores del turismo de lujo es completamente diferente del turismo de lujo que se encuentra en Cantabria. Ambos tipos cuentan con las mismas características y mismos objetivos, ofrecer al cliente una experiencia única e inolvidable, personalizada y exclusiva. Hemos visto que existen varios destinos del turismo de lujo vacacional paradisiaco, de esquí, en ciudades enormes... pero el turismo de lujo que ofrece Cantabria es diferente.

El pasado 5 de Mayo del 2022 Santander se encontraba a la espera de la llegada de tres cruceros de lujo, y hasta octubre se prevé la llegada de otros 17 cruceros más.

El crucero de lujo perteneciente a la compañía de Hapag Loyd, "Hanseatic Nature" atracó el pasado 5 de mayo en el Muelle de Raos. El barco cuenta con una eslora de 138 metros, una tripulación de 157 personas a bordo y con 89 pasajeros de distintas partes de Europa. El crucero atracó en el puerto a las 08:00 de la mañana, venía del puerto de Gijón y sobre las 18:00 abandonó el puerto con destino Bilbao. Una parte de los viajeros realizó una visita por la ciudad de Santander para así poder conocer y apreciar sus atractivos turísticos, mientras que el resto de los pasajeros decidieron moverse a otros municipios como Santillana del Mar o el Museo de Altamira.

El pasado 6 de Mayo el puerto se encontraba a la espera de la escala de otros dos cruceros de lujo, que venían por primera vez a la ciudad. El primero, conocido como "Le Dumont d'Úrville" cuenta con una eslora de 131 metros, 110 personas en su tripulación y 70 pasajeros procedentes de Norteamérica y Europa. Viene procedente de La Coruña y puso rumbo a Bilbao alrededor de las 13:00. Cabe mencionar que ambos barcos ya comentados son consignados por Marmedsa.

El Gobierno de Cantabria, el Ayuntamiento de Santander y La Autoridad Portuaria han creado una marca llamada "Santander Cruise Deluxe", con el fin de conseguir que Cantabria sea un destino de cruceros y así fomentar el turismo de lujo en esta Comunidad Autónoma. Esta marca trabaja

principalmente para poder atender cada escala con todo tipo de servicios que tanto los barcos, los tripulantes y sus pasajeros puedan necesitar.

Esta temporada de cruceros en Cantabria dio inicio en el pasado mes de abril, hasta el mes de octubre. La capacidad entre los 20 barcos es de un total de 23.700 viajeros.

ILUSTRACIÓN 12



CRUCERO1: "Hanseatic Nature"

ILUSTRACIÓN 13



CRUCERO 2 "Le Dumont d'Urville"



CRUCERO 3: "Santander Cruise Deluxe"

ILUSTRACIÓN 14

6.3- HOTELES DE MAYOR CATEGORÍA DE CANTABRIA

Según varias páginas comparadoras de hoteles como, por ejemplo: Booking, Expedia, Trivago, kayak y otras, se ha creado un ranking de los hoteles de lujo existentes en Cantabria, y estos son:



1- Eurostars Hotel real:

ILUSTRACIÓN 15

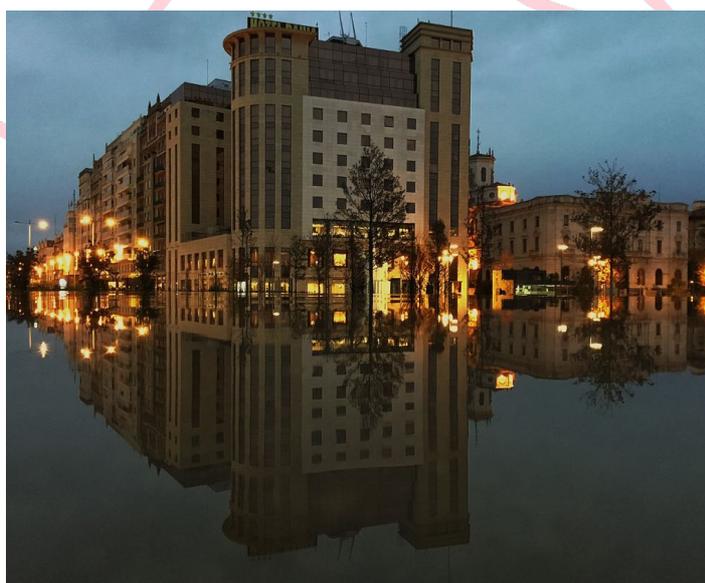
Este hotel es considerado como el hotel con las mejores vistas de Santander, hacia la bahía. Situado frente a la playa de los Peligros, está rodeado de sus propios jardines en la zona más emblemática y tranquila de la ciudad, entre el casco histórico y El Sardinero. Cuenta con amplios salones de estilo francés, con grandes ventanales. En el Eurostars se caracteriza por la combinación del clasicismo y la innovación en sus habitaciones, cuentan con 123. Junto con ser considera el mejor hotel de Santander, también es pionero en las celebraciones de bodas, eventos familiares y corporativos, cuenta con más de doce salones privados los cuales se pueden adaptar a cualquier tipo de evento.



2- Hotel Chiqui:

ILUSTRACIÓN 16

Este hotel está localizado en la zona de El Sardinero, el cual tiene vistas a la Península de la Magdalena, Isla de Mouro y el Abra del Sardinero. Sus instalaciones incluyen Spa, Room Service, Piscina infinita, restaurante, salones para diferentes tipos de eventos... Cuentan con 161 habitaciones totalmente equipadas con todo lujo de detalle, inspirados en una decoración simplista y elegante.



3- Hotel Bahía:

ILUSTRACIÓN 17

El Hotel Bahía se encuentra rodeado de edificios singulares de la ciudad de Santander, el edificio de Correos, la Catedral, el antes conocido como el Banco de España, el Centro Botín, los emblemáticos Jardines de Pereda y el edificio del Banco Santander. Está situado en el centro de la ciudad y cuenta con vistas a la Bahía de Santander. Fue inaugurado en 1999, en el pasado todos los eventos más significativos se celebraban en este hotel. Cuenta con 188 habitaciones decoradas con tonos suaves y ofrecen una atmosfera de calma y serenidad.



4- Gran Hotel Sardinero

ILUSTRACIÓN 18

La historia de este hotel se remonta al siglo XX, cuando Juan Pombo construye el Gran Hotel, hasta los años 50 se le conoce con este nombre. En 1915, se hace una transformación enorme intentando mantener la estructura inicial pero siempre mejorando en lo posible. Hoy en día estéticamente se encuentra como en la foto anterior. Se encuentra situado en la zona de El Sardinero de Santander, justo encima de la Primera Playa del Sardinero, cerca de los jardines de Piquío. Cuenta con varias salas privadas y salones y con capacidad de hasta 350 personas. Está compuesto por 109 habitaciones, completamente equipadas.



5- Hotel Santemar:

ILUSTRACIÓN 19

Este Hotel está situado muy cerca del anterior, lo que quiere decir que a unos minutos andando de la Primera Playa del Sardinero y muy cerca de la península de la Magdalena. Es la antigua residencia de Alfonso XIII. Cuenta con cursos de verano de la UIMP y es la sede principal de la mayoría de los congresos celebrados en la ciudad. Está compuesto por 350 habitaciones completamente diseñadas para el relax y el confort.



ILUSTRACIÓN 20

6- Parador Santillana del mar

Este alojamiento es caracterizado por ser una casona nueva, pero manteniendo la arquitectura típica de la zona, ha sido declarada monumento nacional. Cuenta con 28 habitaciones equipadas a la perfección para el relax y el disfrute de los clientes. Se encuentra en el centro histórico de Santillana Del Mar, cuenta con la particularidad de que solo se puede llegar a pie. Entre los edificios de alrededor se encuentra el dicho casco histórico de este pueblo de Cantabria. Se encuentra cerca del famoso pueblo de Comillas.



ILUSTRACIÓN 21

7- Costa Esmeralda Suites

Este alojamiento se encuentra a 5 minutos a pie de la playa de Suances, Cantabria. Se encuentra rodeado de zonas verde, es un edificio de piedra tradicional con una decoración de estilo rural y francés. Cuenta con 41 habitaciones totalmente equipadas.

Estos hoteles de "Lujo" mencionados anteriormente son unos pocos dentro de todos los hoteles y tipos de hoteles que existen en Cantabria. Como se puede observar muchos de éstos se encuentran en la ciudad de Santander, en los sitios más emblemáticos de la ciudad y cuentan con unas características parecidas. En otros Municipios de la Comunidad Autónoma se encuentran otro tipo de hoteles de lujo, completamente equipados para la exclusividad, el uso y el disfrute del cliente.

6.4- PERFIL DEL TURISTA EN CANTABRIA

Según un artículo escrito por el Diario Montañés, David Vázquez Mata, 3 de Julio, 2019. En el año 2018 se consiguió en Cantabria un récord de visitantes y se logró que aumentasen su gasto diario. Para explicar el perfil del turista en Cantabria hay que dividir entre Turismo Nacional y Turismo Extranjero.

TABLA 9: TURISTAS NACIONALES RECIBIDOS EN CANTABRIA

| TURISMO NACIONAL | SEGÚN PROCEDENCIA Y DESTINO | | | | GASTO MEDIO DIARIO | |
|-------------------------|------------------------------------|--------------------|-------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------------------|
| | VIAJES | PROCEDENCIA | VIAJES | DESTINO | VIAJES | RESIDENTES EN ESPAÑA |
| 4.643.401 | | País Vasco | <u>1.291.867</u> | Santander | <u>1.247.878</u> | 44,2€ |
| | | Cantabria | 846.030 | Trasmiera | 993.680 | |
| | | Castilla y León | 807.124 | Asón-Aguera | 765.595 | |
| | | Madrid | 736.511 | Costa Central | 529.102 | |
| | | Asturias | 135.948 | Saja-Nansa | 307.379 | |
| | | La Rioja | 112.548 | Valles Pasiegos | 256.278 | |
| | | Galicia | 106.410 | Campoo | 238.987 | |
| | | Navarra | 98.330 | Besaya | 152.626 | |
| | | Resto | 508.634 | Liebana | 151.876 | |

Fuente de información el Diario Montañés y ICANE datos de 2018, gráfico de David Vázquez

TABLA 10: TURISTAS INTERNACIONALES RECIBIDOS EN CANTABRIA

| TURISMO NACIONAL | SEGÚN PROCEDENCIA Y DESTINO | | | | GASTO MEDIO DIARIO |
|------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------|----------------------|--------------------|
| | VISITANTES | PROCEDENCIA | VISITANTES | DESTINO | |
| 401.554 | Francia | <u>154.996</u> | Santander | <u>92.748</u> | 102,3€ |
| | Reino Unido | 89.105 | Costa Central | 11.572 | |
| | Italia | 25.586 | Trasmiera | 10.387 | |
| | Alemania | 24.955 | Asón-Aguera | 8.512 | |
| | Bélgica | 16.416 | Besaya | - | |
| | Países Bajos | 12.131 | Campoo | - | |
| | EE. UU | 9.986 | Liébana | - | |
| | Portugal | 7.880 | Saja-Nansa | - | |
| | Resto | 60.501 | Sin especificar | 264.867 | |

Fuente de información el Diario Montañés y ICANE datos de 2018, gráfico de David Vázquez

6.6- DAFO: TURISMO DE LUJO EN CANTABRIA

Después de la ver las características del turismo de Lujo que existe en Cantabria y su tipo de clientela, para poder saber si es un destino que cumple con las características necesarias para estar considerado destino de lujo se va a llevar a cabo un análisis DAFO del turismo en Cantabria.

Para empezar, vamos a comentar las debilidades estudiadas y con las cuales estoy muy de acuerdo, según un Informe acerca de Cantabria como un destino MICE, las debilidades acerca del estudio para una posibilidad de ser un destino MICE y de lujo son muy similares:

- Dotación de hoteles de alta categoría, 4 y 5 estrellas: a la hora de definir a un lugar como "Destino de Lujo", como ya se ha mencionado anteriormente según las características de este término es necesario que cumpla con una calidad y exclusividad la cual está marcada por el resto de los clientes y destinos de lujo.
- Frecuencia del transporte público: aviones, trenes, conexión ciudad-aeropuerto, conexión ferroviaria de alta velocidad.

La frecuencia con la que se encuentran este tipo de transportes no es un punto a favor para Cantabria, ya que es una de las principales demandas a nivel nacional, y refiriéndome tanto a trenes como aviones, como el Ave que directamente no llega a Cantabria.

Dentro de las amenazas existentes se pueden destacar:

- Incremento de los costes en materias primas: Dentro del sector hotelero y de hostelería, en el momento que hay un turismo de lujo, las materias primas han de ser de muy buena calidad también ya que es necesario ofrecer al cliente el mejor de los productos, la mejor de las estancias y ambas cosas en las mejores condiciones posibles. Esto conlleva a un incremento del gasto en las materias primas.
- Necesidad de inversiones: como ya se ha mencionado en el punto anterior es necesario ofrecer la mejor materia prima posible, lo que conlleva a un incremento del gasto y muchas veces se necesitan de inversores para poder hacer frente a esos pagos.
- Ayudas públicas insuficientes.

Según el informe antes mencionado, las fortalezas más llamativas de Cantabria como destino de lujo son:

- Dotación de restaurantes de alta categoría: En Cantabria nos encontramos con varios restaurantes de alta gama, muchos de ellos enfocados a un público específico y también a eventos de estilo social o profesional.
- Rapidez del trayecto en transporte público a la ciudad: En la capital de Cantabria (Santander), al ser una ciudad pequeña la gente se mueve con mucha rapidez en el transporte público, y pocas ciudades pueden decir lo mismo. Fuera de la Santander, desde otros puntos de Cantabria también hay mucha rapidez de transporte hacia la ciudad, ya sea a través de autobuses, trenes o taxis.
- Coste de los transportes públicos: en Cantabria el coste del transporte público es muy bajo, por lo tanto, eso es una gran fortaleza para el turismo en general.

Por último, las oportunidades que encontramos en Cantabria:

- Posición privilegiada a nivel nacional e internacional del destino: una buena posición de cara al público siempre tiene unas ventajas muy grandes a la hora de aumentar las posibilidades de crecimiento del turismo que se encuentra en ese destino, ya sea la atracción de nuevos públicos, aquí entra otra de las fortalezas mencionadas en la tabla inferior, una mayor diversidad de clientela; un aumento de ingresos en la economía de la CCAA...
- Aumento progresivo en el gasto en viajes vacacionales: Otra oportunidad ante la que nos encontramos, si Cantabria fuese un destino de lujo, existiría un aumento muy grande de los ingresos, debido a que el tipo de cliente de lujo, como ya se comentó anteriormente, busca una experiencia única, sin preocuparse por el gasto que pueda conllevar.
- Presencia de personajes públicos con capacidad de atracción de nuevos clientes: Hoy en día la capacidad que tienen los personajes públicos de influenciar a la sociedad es enorme, y es una gran oportunidad para poder lograr objetivos como por ejemplo los antes mencionados, mayor diversidad de clientela, aumento de los ingresos a través del turismo... La aparición de estos personajes es una oportunidad para así crecer e ir atrayendo nuevas masas.
- Mayor diversidad de clientela: otra oportunidad ya comentada en los anteriores puntos, pero con un gran peso a la hora del turismo.

TABLA 11: DAFO TURISMO DE LUJO CANTABRIA

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Dotación de hoteles de alta categoría, 4 y 5 estrellas. - Frecuencia del transporte público: aviones, trenes, conexión ciudad-aeropuerto, conexión ferroviaria de alta velocidad. | <ul style="list-style-type: none"> - Incremento de los costes en materias primas. (restaurantes y hoteles) - Necesidad de inversiones. - Ayudas públicas insuficientes. |
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> - Dotación de restaurantes de alta categoría. - Rapidez del trayecto en transporte público a la ciudad. - Coste de los transportes públicos: taxi, autobús... | <ul style="list-style-type: none"> - Posición privilegiada a nivel nacional e internacional del destino. - Aumento progresivo en el gasto en viajes vacacionales. - Presencia de personajes públicos con capacidad de atracción de nuevos clientes. - Mayor diversidad de clientela. |

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

7- CONCLUSIONES

Tras la realización de este trabajo y la investigación sobre el turismo de lujo y más concretamente en Cantabria, se pueden destacar una serie de conclusiones que vienen a continuación.

La primera conclusión después de realizar este trabajo es que el término de lujo no es el mismo para todos. Para mucha gente puede ser unas vacaciones en un lugar paradisíaco, o un crucero con un camarote exclusivo. Pero para otros puede ser tener una casa en el campo, en la cual puedas disfrutar del silencio.

Otra conclusión a la que se ha llegado es que hoy en día los clientes en este tipo de turismo buscan una experiencia nueva y exclusiva. Hace muchos años el simple hecho de poder viajar era un lujo, no todo el mundo se lo podía permitir, solo los más privilegiados y de mayor poder adquisitivo. Por lo tanto, nos damos cuenta de que los tiempos han cambiado y el turismo evolucionado, y los clientes con él.

Por otro lado, realizando la parte del turismo de lujo en Cantabria se ha llegado a la conclusión de que en Cantabria contamos con un turismo de lujo más rural. Cantabria no tiene las mismas características que Bora Bora, es cierto que ambos pueden ofrecer una experiencia nueva, exclusiva y que cumpla con las expectativas del cliente, pero son tipos de turismo completamente distintos.

En definitiva, hay una conclusión general que está muy clara. El precio no es lo que importa siempre y cuando el producto o la experiencia merezcan la pena. Y aquí es donde observamos que el lujo es diferente para cada persona, pero de eso se trata de que cada uno escoja su lujo, se sienta cómodo en esa experiencia y se la pueda permitir.

8- ÍNDICE DE ILUSTRACIONES, GRÁFICOS Y TABLAS

| | |
|--|--------------|
| ILUSTRACIÓN 1: Hoteles 5 estrellas en el mundo, Trivago 2015 | 16 |
| ILUSTRACIÓN 2: Mapa Islas Fiji | 18 |
| ILUSTRACIÓN 3: Bora Bora | 19 |
| ILUSTRACIÓN 4: Seychelles | 19 |
| ILUSTRACIÓN 5: Nueva York | 20 |
| ILUSTRACIÓN 6: Steyi Stefan | 20 |
| ILUSTRACIÓN 7: Mapa Islas Vírgenes Británicas | 21 |
| ILUSTRACIÓN 8: Dubái | 21 |
| ILUSTRACIÓN 9: GSTAAD | 22 |
| ILUSTRACIÓN 10: Mapa San Bartolomé | 22 |
| ILUSTRACIÓN 11: Cayo Musha | 23 |
| ILUSTRACIÓN 12: Crucero "Hanseatic Nature" | 36 |
| ILUSTRACIÓN 13: Crucero "Le Dumont d'Úrville" | 36 |
| ILUSTRACIÓN 14: Crucero "Santander Cruise Deluxe" | 37 |
| ILUSTRACIÓN 15: Eurostar Hotel Real, Santander | 37 |
| ILUSTRACIÓN 16: Hotel Chiqui, Santander | 38 |
| ILUSTRACIÓN 17: Hotel Bahía, Santander | 38 |
| ILUSTRACIÓN 18: Gran Hotel Sardinero, Santander | 39 |
| ILUSTRACIÓN 19: Hotel Santemar, Santander | 39 |
| ILUSTRACIÓN 20: Parador, Santillana Del Mar | 40 |
| ILUSTRACIÓN 21: Costa Esmeralda Suites, Suances | 40 |
| <hr/> | |
| GRÁFICO 1: Elementos de atracción para el turismo de lujo | 12 |
| GRÁFICO 2: Evolución del número de pernотaciones en hoteles 5 estrellas | 14 |
| GRÁFICO 3: Incrementos previstos en los próximos 10 años | 24 |
| <hr/> | |
| TABLA 1: División del perfil del turista | 13 |
| TABLA 2: Ranking de países con más alojamientos de 5 estrellas | 15 |
| TABLA 3: Principales destinos en ferias BRIC | 25 |
| TABLA 4: Principales destinos de lujo para profesionales españoles | 26 |
| TABLA 5: Principales hoteles de lujo Europa | 27-28 |

| | |
|--|-----------|
| TABLA 6: Principales hoteles de lujo en América Latina | 29 |
| TABLA 7: Ciudades con el precio más caro de Europa | 30 |
| TABLA 8: CCAA con el precio más caro | 31 |
| TABLA 9: Turistas recibidos en Cantabria nacionales | 41 |
| TABLA 10: Turistas recibidos en Cantabria internacionales | 42 |
| TABLA 11: DAFO turismo de lujo en Cantabria | 45 |

9- REFERENCIAS

9.1 - WEBGRAFÍA

Autobild, (2015), Los 10 países del mundo con más hoteles de 5 estrellas. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.autobild.es/reportajes/los-10-paises-mundo-con-mas-hoteles-5-estrellas-270205>

Dinamiza asesores (2014) El turismo de lujo, una apuesta rentable para los destinos. (Consulta 20/08/2022) Disponible en:

<https://dinamizaasesores.es/enoturismo/el-turismo-de-lujo-una-apuesta-rentable-para-los-destinos/>

Eurostars Hotels. Eurostars hotel Real Santander. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

https://www.eurostarshotels.com/eurostars-hotel-real.html?td=b10ga01&referer_code=ADWORDS_ES&gclid=Cj0KCOjwnNyUBhCZARIsAI9AYIEm8E-LxVDENq_300ThKC_iUOtGc4G6r7DtnG7g0XSxHjUDGGfAZoaAox0EALw_wcB

El Diario Montañés. (2019). Perfil del turista en Cantabria. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.eldiariomontanes.es/cantabria/perfil-turista-cantabria-20190703181207-in.html>

El economista, (2022). Tendencias en viajes de lujo: ultra personalización y experiencia extrema. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.eleconomista.es/status/noticias/11580807/01/22/Tendencias-en-viajes-de-lujo-ultrapersonalizacion-y-experiencia-extrema.html>

El Estrecho Digital (2022). Santander espera la llegada de tres cruceros de lujo esta semana. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.elestrechodigital.com/2022/05/05/santander-espera-la-llegada-de-tres-cruceros-de-lujo-esta-semana/>

El Mundo Cantabria. (2009). Una radiografía a la economía de la región que ilustra presente y futuro. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

https://empresistascantabria.es/documentos_contenidos/849_1.AnalisisDAFOdeCantabria.pdf

Forbes (2021), Los destinos de vacaciones más exclusivos del mundo. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://forbes.es/lifestyle/44856/los-destinos-de-vacaciones-mas-exclusivos-del-mundo/>

Gira Cantabria. (2022). DAFO del sector en Cantabria. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://giracantabria.com/gira/datos-del-sector/dafo-del-sector-en-cantabria/>

Gran Hotel Sardinero. Santander. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.sardinerooteles.com/es/hoteles-destinos/hotel-sardinero-santander/>

Hotel Bahía. Santander. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.hotelbahiasantander.com/es/hotel/>

Hotel Chiqui. Santander. (Consulta 20/07/2022). Disponible en:

<https://www.hotelchiqui.com/es/hotel-con-vistas-mar-santander/>

Hotel Santemar. Santander. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.hotelsantemar.com/es/>

Hospitalitynet (2011) The future of luxury travel. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.hospitalitynet.org/news/4051855.html>

Hosteltur (30 abril, 2021) El turismo de lujo actual. (Consulta 20/08/2022) Disponible en:

https://www.hosteltur.com/143853_el-turismo-de-lujo-actual.html

Instituto tecnológico hotelero (2017), Tendencias del turismo de lujo. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.ithotelero.com/blog/tendencias-del-turismo-de-lujo/>

Interface Tourism Spain (2017), Que significa el turismo de lujo. (Consulta 20/08/2022) Disponible en :

<https://interfacetourism.es/2017/01/31/que-significa-el-turismo-de-lujo/>

Nuevos destinos by Mara, (2022). ¿Qué es el turismo de lujo y exclusivo? (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://nuevosdestinosbymara.com/lujo/que-es-turismo-lujo-exclusivo/>

Ostelea School of Tourism and Hospitality (2015). El turismo de lujo en España. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Informe%20El%20Turismo%20de%20Lujo%20en%20España.pdf>

Ostelea, Tendencias en Viajes y Destinos. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

http://www.aept.org/archivos/documentos/Informe_Turismo_de_Lujo_ostelea.pdf

Paradores. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.parador.es/es/paradores/parador-de-santillana-del-mar>

ResearchGate. (2020). Economic history Research. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

https://www.researchgate.net/publication/341476963_La_cornisa_cantabrica_como_region_turistica_en_las_primeras_decadas_del_siglo_XX_1902-1931_Investigaciones_de_Historia_Economica_-_Economic_History_Research

TU AMC, Como comenzó. El turismo en la historia. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://actualidad.tuamc.tv/archivo-canal-historia/turismo-como-comenzo-el-turismo-en-la-historia/>

Turismo de Cantabria. (2018). Informe MICE Cantabria. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://profesional.turismodecantabria.com>

Turismo Cantabria (2022). Turismo en Cantabria. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.turicantabria.com>

The Blue Room Project, (2019), Panorama Turístico 2019. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

https://blueroom.es/wp-content/uploads/2019/02/The-Blueroom-Project_TOURISM-MARKET-OVERVIEW-SPAIN_esp.pdf

Technocio, (2019). Características que diferencian a un resort de lujo. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://technocio.com/6-caracteristicas-que-diferencian-a-un-resort-de-lujo/>

TecnoHotel, (2020). Luxury travellers: cada generación tiene un concepto de lujo diferente. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://tecnohotelnews.com/2020/02/viajeros-lujo-concepto-diferente/>

TendenciasHoy (2018), El turismo de lujo rompe los tópicos. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

https://www.economiadigital.es/tendencias/hoy/viajeros/destinos/turismo-lujo-rompe-topicos_552626_102.html

Tripadvisor. (2022). Hotel Costa Esmeralda Suites. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g644322-d6482002-Reviews-Hotel_Costa_Esmeralda_Suites-Suances_Cantabria.html

UNWTO, Dashboard de datos turísticos de la OMT. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.unwto.org/es/omt-dashboard-datos-turisticos>

Ultimate wild trip. Un nuevo concepto de viajes de lujo y turismo activo. Viajes a Cantabria. (Consulta 20/08/2022). Disponible en:

<https://www.ultimatewildtrip.com/viajes-a-cantabria/>

10 -ANEXO:

10.1- ENTREVISTA

Entrevista al personal de Brittany Ferries, Ana

- *¿Trayectoria personal, estudios?*

Llevo 10 años trabajando en Brittany, y empecé tras acabar la diplomatura en la escuela de Turismo Altamira.

- *¿Consideras que el Ferrie, tanto Pont-Aven como el Galicia, son de lujo?*

Podría considerarse de lujo, pero no creo que sea un lujo excesivo, ya que son rutas bastante cortas y además ofrecemos una variedad de camarotes amplios. Hay camarotes muy buenos los cuales se podrían considerar de lujo, cuentan con un gran tamaño, servicios exclusivos y un precio más elevado. Yo sí lo podría considerar de lujo, además tenemos ciertos pasajeros con reserva del camarote de lujo y con alojamientos de alta gama al llegar a su destino en Santander.

- *¿Qué tipo de turismo crees que atrae el Ferrie?*

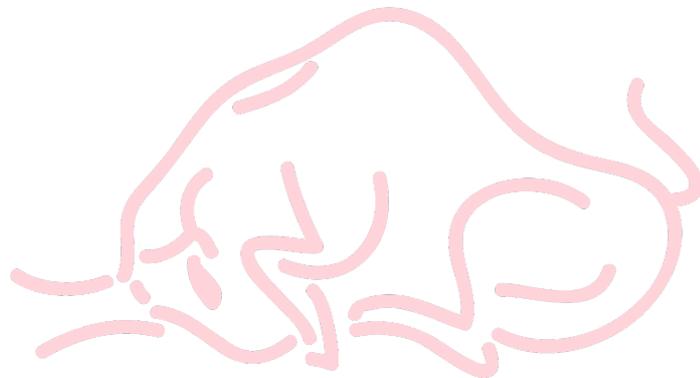
Para empezar la media de edad de los turistas que llegan a través del Ferrie es elevada, parte de esos clientes son residentes en Cantabria o en otros sitios de España, que también es muy común que sean residentes del sur, Andalucía, Costa Dorada... A Cantabria también vienen, trabajamos con alojamientos ya sean hoteles, casas rurales, campings ... Por lo que yo creo que el turismo que más se atrae es más "Rural" aunque también están esos pasajeros que vienen con un tour, por ejemplo, con Paradores. También creo que el turismo que atrae el Ferrie es un turismo autónomo de larga estancia ya que la mayoría de los pasajeros que vuelven a Inglaterra, vuelven después de un largo periodo de tiempo, y al mes ya están de vuelta en España para quedarse otra larga temporada.

- *¿Crees que el turismo de lujo es una de las características por las que los pasajeros vienen a Cantabria?*

No especialmente, puede ser un pequeño porcentaje de los pasajeros que vengan por el turismo de lujo, vienen más para un turismo rural o para irse al sur o por la costa Mediterránea. También vienen mucho por el patrimonio cultural, histórico.

- *¿Qué diferencias observas entre los cruceros de lujo y el Ferrie?*

La primera que me viene a la mente es la periodicidad, el ferrie viene todas las semanas, depende de la época del año viene entre 2 y 4 veces por semana, mientras que el crucero supongo que tengan algún tipo de tiempos, pero no es tan frecuente como un Ferrie. Por otro lado, el tamaño del barco, el ferrie por lo general es bastante más grande que un crucero de lujo.



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

ALTAMIRA