

# II PAT 2020-2025

SANTANDER



# TURISMO

2019



01

Es una de las actividades económicas más importantes del mundo

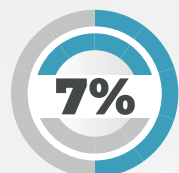
02

Representa la décima parte del PIB y del empleo en el mundo

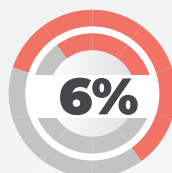
03

Industria con un ritmo estable de crecimiento en los últimos años

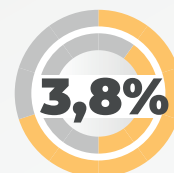
**1.500**  
**MILLONES**  
**DE VIAJEROS**  
**POR EL MUNDO**



2017



2018



2019

CRECIMIENTO DEL SECTOR RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

**10,4%**  
**DEL PIB MUNDIAL**  
**GENERA EL**  
**TURISMO**



# TURISMO

## INTRODUCCIÓN

Según la propia OMT (Organización Mundial del Turismo), cualquier programa para el turismo sostenible debe incorporar los siguientes objetivos: **viabilidad económica, prosperidad local, calidad de empleo, justicia social, satisfacción del visitante, control local, bienestar de la comunidad, riqueza cultural, integridad física, diversidad biológica, eficacia de recursos y pureza ambiental.**

Con sus impactos positivos y sus impactos negativos, **el turismo supone una oportunidad para las economías locales, como es el caso de Santander.** Sin embargo, esta actividad también puede generar problemas relacionados con el equilibrio de aspectos como la movilidad, la calidad del empleo o el medio ambiente. Por eso, para intentar atenuar esas disfunciones es necesario entender la actividad turística desde un enfoque integral que tenga en cuenta, e implique, a otros sectores que, de una u otra manera, están relacionados.



# SANTANDER

## EN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN

Una de las características que mejor definen en la actualidad a Santander como destino turístico es que se trata de un destino en plena transformación. Una transformación que no solo afecta a esta actividad, sino que se extiende, en mayor o menor medida, a toda la ciudad y a todas las actividades que en ella se desarrollan.

Es difícil identificar un solo factor como detonante del cambio, sin embargo, es indudable que el esfuerzo de planificación realizado en este periodo ha sido uno de los aspectos que mayor influencia han ejercido.

En estos diez últimos años, se ha logrado que Santander acumule la experiencia necesaria para disponer de una visión estratégica del medio y del largo plazo en la que la implicación y la participación activa de la sociedad local han jugado un papel determinante.

Por citar solo algunos de los planes más importantes que se han desarrollado, cabe destacar el propio Plan Estratégico 2010-2020, el Plan Director de Innovación del año 2012, el Plan Estratégico Santander Smart City del año 2015, el Plan Director de

---

**Santander acumula la experiencia necesaria para disponer de una visión estratégica a medio y largo plazo**

---

Cultura 2016-2020 o los tres Planes de Atención y Promoción de las Personas con Discapacidad de los años 2003, 2015 y 2019. En conjunto, todos esos planes han ido definiendo la hoja de ruta para una ciudad que, hoy en día, tiene un impacto y una presencia exterior mucho mayor de lo que podría esperarse de una ciudad de poco más de 170.000 habitantes.

# ACTIVIDAD

## BIEN PLANIFICADA

En cuanto a los antecedentes directos de este **PAT 2020-2025**, lo primero que se debe señalar es que, a pesar de la tradición histórica del turismo en nuestra ciudad, no fue hasta el año 2010 cuando se planteó por primera vez la necesidad de planificar dicha actividad con una visión estratégica, siendo esta una de las 30 medidas prioritarias incluidas en el Plan Estratégico de Santander 2010-2020.

De este modo, hoy podemos establecer 5 documentos o proyectos que suponen verdaderas referencias y antecedentes del presente plan en lo que se refiere a la planificación de la actividad turística.



**2015-2020**

I PLAN  
DE ACTUACIÓN  
TURÍSTICA  
DE SANTANDER



**2018-2020**

PLAN DE  
MARKETING  
TURÍSTICO



**2019 [Mayo]**

DIAGNÓSTICO Y PLAN  
DE ACCIÓN DEL DESTINO  
SANTANDER  
PARA SU POTENCIAL  
TRANSFORMACIÓN  
EN DESTINO TURÍSTICO  
INTELIGENTE



**2019 [Sep]**

PROPUESTA:  
PLAN DE  
SOSTENIBILIDAD  
TURÍSTICA  
“SANTANDER,  
DESTINO PIONERO”



**2019-2022**

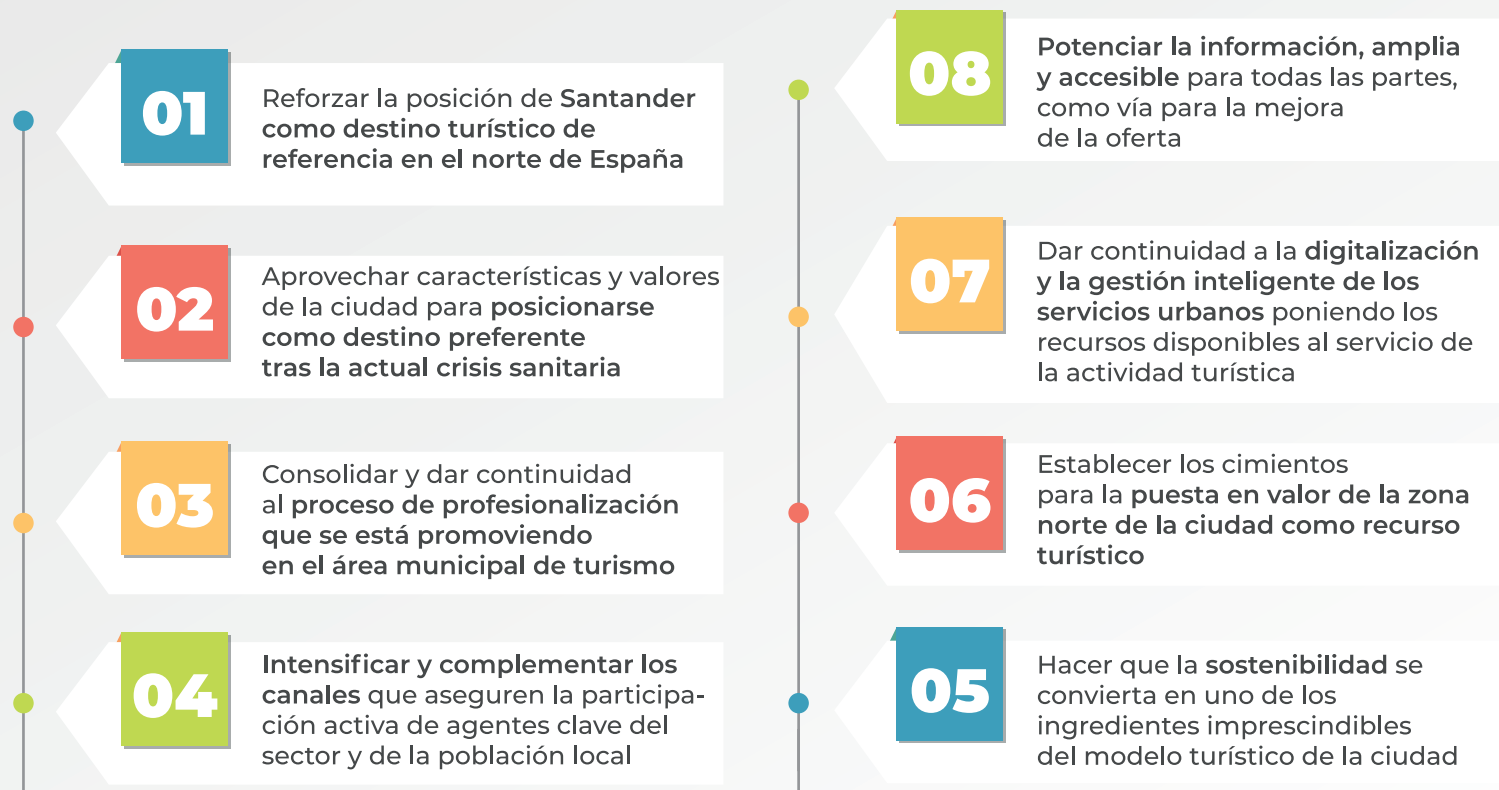
INICIATIVA  
SANTANDER  
SMART CITIZEN

# OBJETIVOS

## OBJETIVO GENERAL

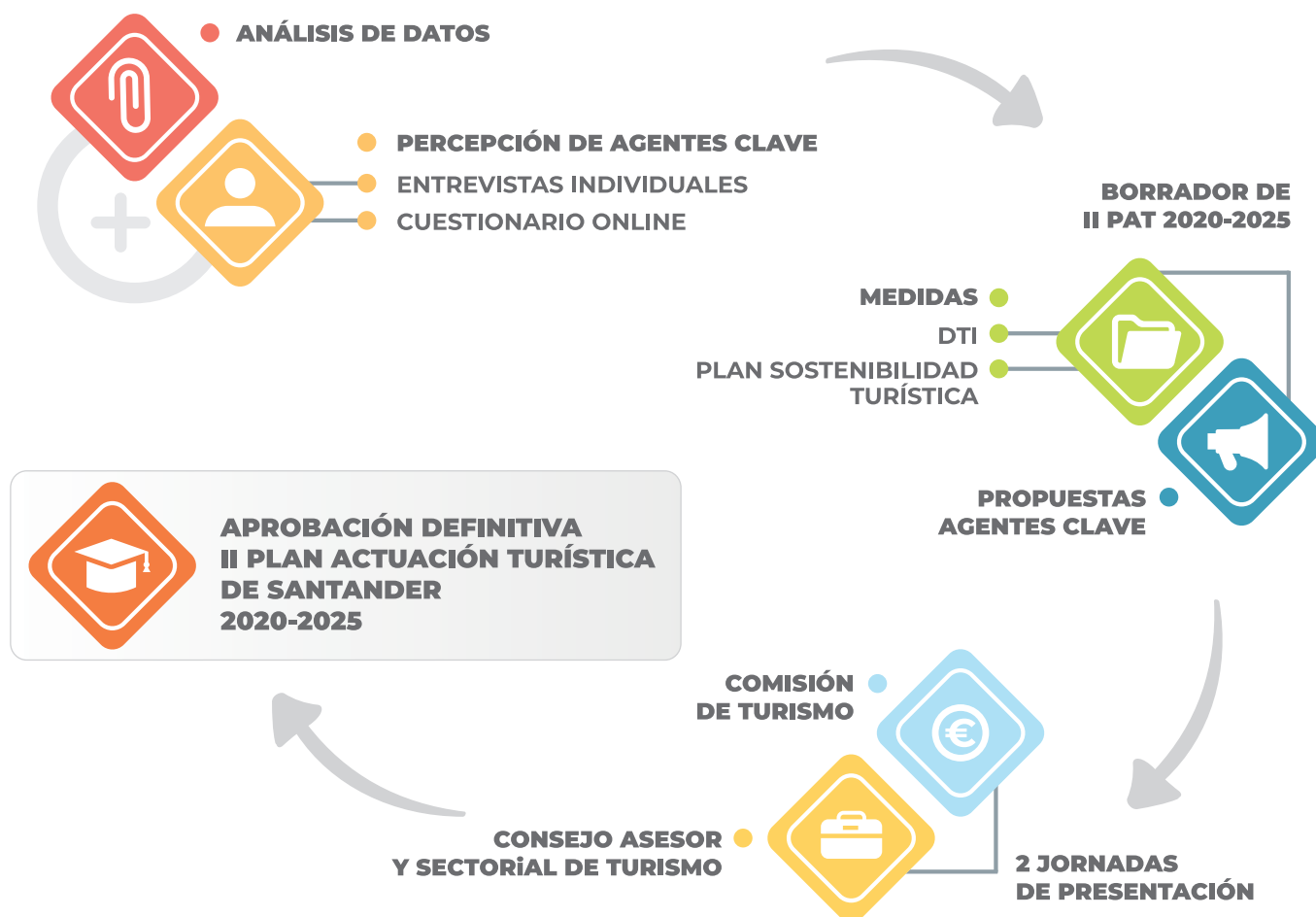
APORTAR UNA HOJA DE RUTA, ELABORADA DE MANERA PARTICIPATIVA, QUE ORIENTE LAS POLÍTICAS MUNICIPALES DE LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS EN MATERIA DE TURISMO DE MODO QUE SANTANDER CONVIERTA LA SOSTENIBILIDAD Y LA CULTURA EN LOS PILARES ESENCIALES DE SU MODELO COMO DESTINO

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS



# II PAT 2020-2025

## PROCESO DE ELABORACIÓN



La metodología utilizada para la elaboración de este plan ha tenido en cuenta tanto los **datos objetivos disponibles como la percepción y aportaciones de más de medio centenar de agentes clave de la ciudad**. Por tanto, se trata de un plan elaborado de manera participativa y basado en el conocimiento de las personas y entidades que componen el sector turístico pero que también ha dado cabida a la voz de otros agentes representativos de la ciudad.

# DIAGNÓSTICO



Ha aumentado el presupuesto de la Concejalía de Turismo en los últimos 5 años

Aumentó el número de turistas nacionales en julio y agosto respecto al año anterior

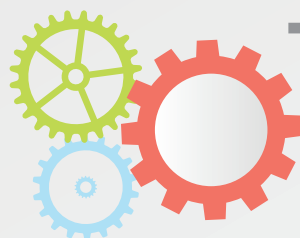
**El automóvil** continúa siendo el principal medio de transporte utilizado por los turistas nacionales e internacionales para llegar a Cantabria



**Fortalezas** El entorno natural y la cultura son las principales fortalezas de Santander según los entrevistados



**Tres ejes** Sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza fueron los ejes mejor valorados en el proceso de participación



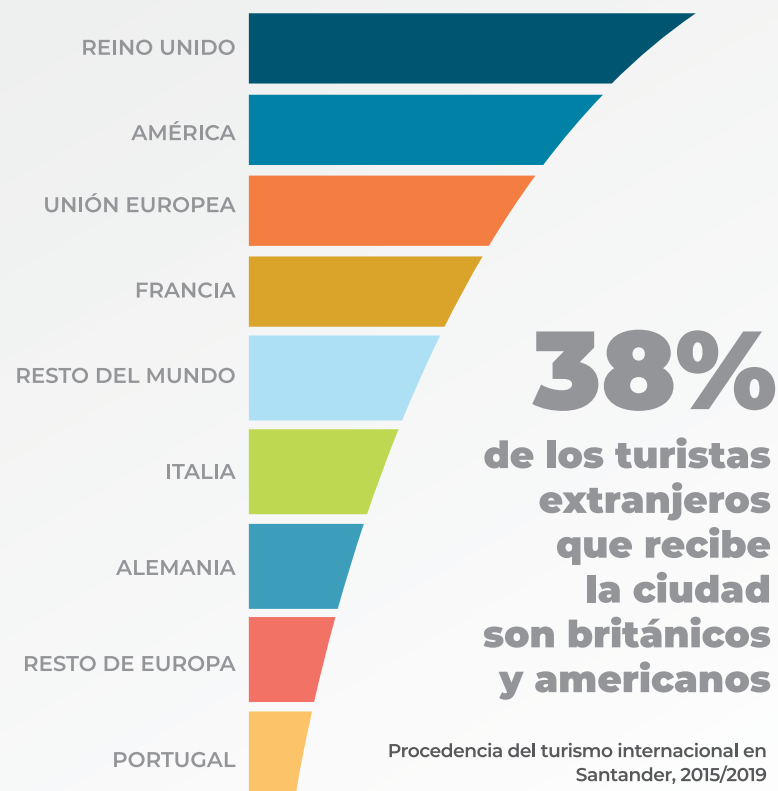
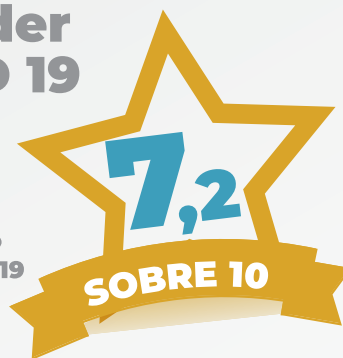
## Debilidades

Oferta hotelera, profesionalización y comunicaciones son percibidas como las principales debilidades del destino



## Santander y COVID 19

La adaptación de Santander como destino turístico frente al COVID-19 es valorada con un 7,2 sobre 10 por los agentes consultados



# DIAGNÓSTICO



**El 27% de los turistas que recibió Santander en los últimos 5 años fueron extranjeros**

Distribución de la afluencia turística en Santander según procedencia, 2015/2019 (%)

**Santander ha experimentado un aumento del 23,6% en el volumen de turistas recibidos en el periodo 2015-2019**

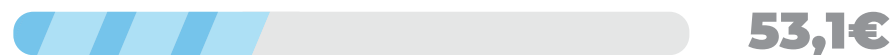
En el caso concreto de los extranjeros, el aumento ha sido del 43,4 % para el mismo periodo



**Gasto medio diario del turista extranjero y nacional**

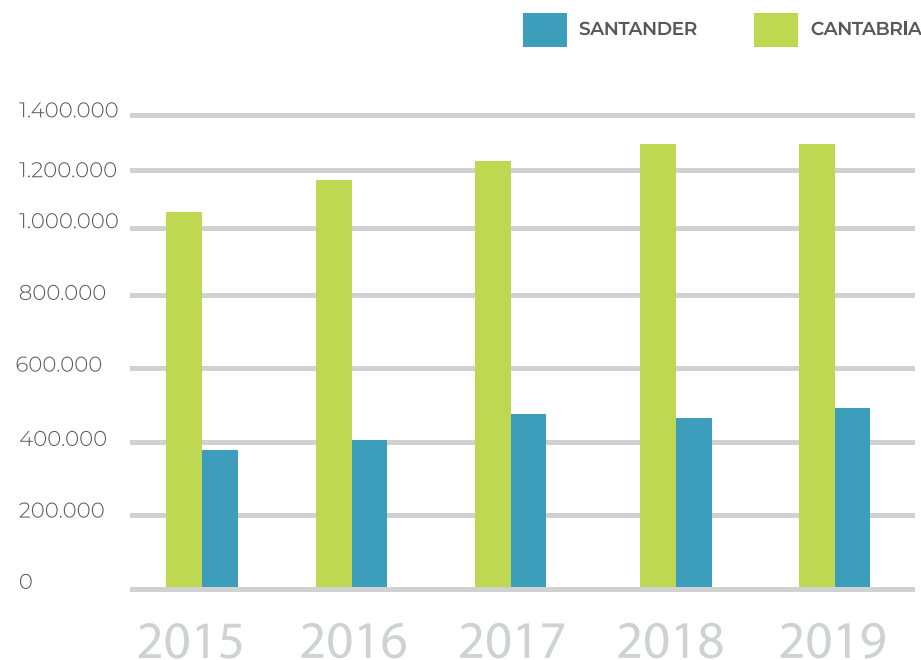


Turista extranjero



Turista nacional

**Santander ha incrementado en un 28,5% el número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros entre los años 2015 y 2019**



Evolución de viajeros en establecimientos hoteleros en Cantabria y Santander, 2015/2019

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### E J E 1 [ G O B E R N A N Z A ]

El primer eje de este **II Plan de Actuación Turística de Santander 2020-2025** viene a dar continuidad y a reforzar un estilo de gestión iniciado en 2015 con la creación del Consejo Asesor de Turismo y reflejado en el I PAT 2015-2020.

Esta línea de trabajo, hoy irrenunciable en cualquier nivel de la Administración Pública, tiene que ver con cuestiones como el acceso a la información, la promoción de la participación ciudadana o la transparencia.

La propia elaboración participativa de este plan es un pequeño ejemplo de ese compromiso, habiendo logrado implicar a más de medio centenar de agentes clave de la ciudad con destacada presencia de aquellos que pertenecen, específicamente, al sector turístico. Todo ello a pesar de las dificultades y limitaciones que han marcado el proceso de elaboración, impidiendo los espacios de reflexión y trabajo colectivo presenciales. En este sentido, el sector turístico de la ciudad, representado tanto en el Consejo Asesor de

Turismo como en la Mesa Sectorial de Turismo, es un ejemplo de disposición a la colaboración y un activo que se pretende aprovechar en este eje.

La gobernanza, tal y como se plantea en este plan, deberá ir un paso más allá, implicando además de a los agentes representativos, a toda la sociedad santanderina, entendiendo que la actividad turística es una actividad que debe tener en cuenta no solo al turista sino, sobre todo, a las personas que hacen y viven la ciudad día a día.

# LÍNEAS DE ACTUACIÓN

01

INFORMACIÓN



MEMORIA GRÁFICA ANUAL  
BOLETÍN ELECTRÓNICO  
APERTURA DEL SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA  
IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE CONTEO AUTOMÁTICO

02

PARTICIPACIÓN



SECRETARÍA TÉCNICA PARA EL CONSEJO ASESOR DE TURISMO  
HABILITACIÓN DE UN PRESUPUESTO PARTICIPATIVO  
AMPLIACIÓN DEL CONSEJO ASESOR DE TURISMO

03

TRANSPARENCIA



MONITORIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS PLANES VIGENTES  
MEMORIA ANUAL DE CONTRATACIÓN DE LA CONCEJALÍA DE TURISMO Y DE LA EMPRESA MUNICIPAL PALACIO DE LA MAGDALENA

04

COLABORACIÓN



INTEGRACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN SANTANDER CONVENTION BUREAU  
DESARROLLO DE UN MODELO DE PROMOCIÓN CONJUNTA  
COLABORACIÓN ENTRE CONCEJALÍAS  
COLABORACIÓN CON EL GOBIERNO DE CANTABRIA  
SOLICITUD DE CREACIÓN DE UN CONSEJO ASESOR DE TURISMO REGIONAL

ACCIONES

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### E J E 2 [ S O S T E N I B I L I D A D ]

La **sostenibilidad**, entendida al menos en sus tres dimensiones básicas (social, económica y ambiental), se ha convertido en un vector irrenunciable en cualquier política pública, más, si cabe, en la escala local. Esto significa que el análisis o impulso de cualquier acción vinculada con la actividad turística en Santander deberá tener en cuenta los impactos, positivos y negativos, derivados de ella.

En un contexto de crisis global del sector turístico en el que España, Cantabria y Santander están sufriendo las consecuencias de la pandemia, todo parece indicar que se ha producido un proceso de reflexión generalizada acerca de un

modelo de desarrollo que, a todas luces, hoy se puede considerar obsoleto. Esto también es de aplicación al modelo turístico dominante de los últimos años. Un modelo basado casi de manera exclusiva en el volumen (cuanto más mejor) y en la componente económica de la actividad.

Por desgracia, aspectos como el impacto social, la calidad del empleo, la preservación del patrimonio, el valor de las culturas locales o la conservación de los recursos naturales, entre otros, han quedado relegados a un segundo plano durante décadas. Sin embargo, al menos en el ámbito europeo (pero no exclusivamente), el criterio de la sostenibilidad parece estar cobrando peso en el diseño y

aplicación de los fondos que deben contribuir a la reactivación de la economía, de manera que los proyectos desarrollados con fondos públicos serán “sostenibles” o no serán.

En lo que se refiere a este plan, la sostenibilidad ya ocupaba un papel muy relevante tanto en el I PAT 2015-2020 como en los planes de referencia. Para este nuevo periodo y en este II Plan de Actuación Turística 2020-2025 esos antecedentes se han visto reforzados en el propio proceso de participación llevado a cabo de manera que, tanto en las entrevistas como en la encuesta online la sostenibilidad ha sido valorada como un eje prioritario para los agentes clave de la ciudad.

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### EJE 2 [SOSTENIBILIDAD]

# LÍNEAS DE ACTUACIÓN



## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### EJE 3 [ACCESIBILIDAD]

Las personas con discapacidad y necesidades especiales están cada vez más presentes en la actividad turística, demandando que no solo se eliminen barreras de todo tipo (físicas, de comunicación o sensoriales) sino que se generen productos concretos que sean accesibles para cualquier persona.

Tomar parte, como responsables en la gestión de la ciudad, de ese proceso de universalización de la actividad turística no solo beneficia a los turistas, con o sin discapacidad, sino que incide en la mejora de la calidad de vida de los propios residentes. Por eso Santander debe convertirse en un destino “para todos”.

Actualmente, nuestra ciudad tiene un amplio margen de mejora en este aspecto, algo que quedó patente en la auditoría realizada por Segittur para la certificación de Santander como Destino Turístico Inteligente. Dicho documento señala al eje de Accesibilidad como el segundo peor valorado de un total de cinco ejes, con un 73,1 % de cumplimiento de los requisitos establecidos en su metodología.

La envergadura de la tarea de hacer que Santander sea una ciudad en la que cualquier persona pueda gozar de su amplia oferta y atractivos hace necesario abordar simultánea-

mente diversas adaptaciones, cuya necesidad es evidente hoy en día, y un proceso de planificación específica para el turismo accesible.

Sin lugar a duda, lograr un objetivo tan ambicioso hará necesaria la colaboración entre el ente gestor del destino y todas las áreas de gestión municipal, con más intensidad si cabe en casos como Fomento, movilidad sostenible y vivienda; Familia, servicios sociales, autonomía personal e igualdad; Urbanismo, cultura y transparencia y, por supuesto, Turismo, comercio, mercados y relaciones institucionales.

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### EJE 3 [ACCESIBILIDAD]

# LÍNEAS DE ACTUACIÓN

01

## PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN PARA LA ACCESIBILIDAD



PLAN DE  
TURISMO  
ACCESIBLE

IMPLANTACIÓN  
DEL DISTINTIVO  
"TURISMO  
ACCESIBLE"

02

## ADAPTACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS



SUBVENCIONES  
PARA EL IMPULSO A  
LA ACCESIBILIDAD  
EN ESPACIOS  
Y SERVICIOS  
PRIVADOS

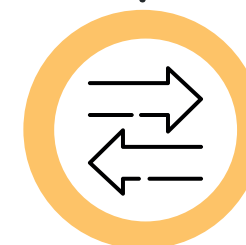
ADAPTACIÓN  
DE LAS  
OFICINAS DE  
INFORMACIÓN  
TURÍSTICA

ADAPTACIÓN  
DE ASEOS  
PÚBLICOS  
ACCESIBLES

MEJORA DE LA  
ACCESIBILIDAD  
EN PLAYAS

03

## ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN



CREACIÓN  
DE ESPACIO  
DESTACADO CON  
CONDICIONES DE  
ACCESIBILIDAD  
DEL DESTINO

CREACIÓN  
DE MATERIAL  
DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA  
EN FORMATOS  
ACCESIBLES

ACCESIBILIDAD  
TOTAL EN LAS  
4 PRINCIPALES  
INSTALACIONES  
TURÍSTICAS  
MUNICIPALES

DESARROLLO  
DE HERRAMIENTAS  
TECNOLÓGICAS  
DE ACCESIBILIDAD  
INTELIGENTE

# ACCIONES

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### EJE 4 [DIVERSIFICACIÓN Y DESESTACIONALIZACIÓN]

Uno de los puntos débiles más evidentes de Santander, diagnosticado tanto a través del análisis de los datos existentes como a través de la percepción de los agentes clave de la ciudad, es la excesiva estacionalización de la actividad turística en los meses de verano y la concentración desproporcionada en un modelo de sol y playa.

Aunque se trata de una debilidad que se está corrigiendo lentamente, es necesario establecer medidas que aceleren ese proceso, asegurando la sostenibilidad del sector en el medio y largo plazo y la competitividad de Santander frente a otros destinos.

El diagnóstico previo realizado pone de manifiesto dos cuestiones centrales para poder actuar y corregir esta realidad:

- **La estacionalidad** es un rasgo que se refiere de manera casi exclusiva al turismo nacio-

nal, por lo que los esfuerzos deben centrarse especialmente en ese colectivo. En este sentido, incrementar la proporción de turistas extranjeros contribuiría a atenuar esta debilidad.

- **Algunos sectores y productos concretos** como el MICE, el cultural, el gastronómico o el deportivo está demostrado que permiten distribuir la demanda de manera más homogénea a lo largo del año, por lo que cualquier esfuerzo por potenciarlos ayudará a disminuir la estacionalidad.

Dicho esto, el propio título del eje ya denota la directa relación que existe en Santander entre diversificación y desestacionalización. En la medida en que se desarrolle una oferta más amplia fuera de los meses de verano y que se logre consolidar y fortalecer nichos y sectores que aún no poseen el peso desea-

do, el proceso de desestacionalización se irá acelerando.

Por otra parte, lograr la desestacionalización de la demanda en Santander contribuirá a la resiliencia del sector. Una de las enseñanzas que nos está proporcionando la crisis sanitaria de la COVID-19, a pesar de haber dado muy pocas oportunidades a este sector, es que cuanto mayor flexibilidad y diversificación de la actividad mayor capacidad de adaptación tendrá el destino. Aunque en esta ocasión los datos del verano de 2020 no han sido tan malos como cabría esperar, habiéndose dado incluso un aumento de los turistas nacionales en los meses de julio y agosto, debemos estar preparados para poder aprovechar cada mes del año con una oferta diversificada.

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### EJE 4 [DIVERSIFICACIÓN...]

# LÍNEAS DE ACTUACIÓN

**01**

## FOMENTO SECTOR MICE



DIGITALIZACIÓN  
DE EVENTOS

ACTUALIZACIÓN  
DE LOS  
CONTENIDOS  
SOBRE  
SANTANDER EN  
SPAIN.INFO

**02**

## FOMENTO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS



COMERCIALIZACIÓN  
DE TARJETA  
TURÍSTICA

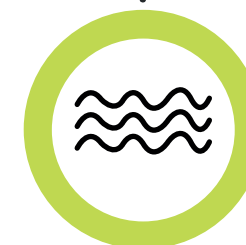
GUÍA DE MEJORES  
PRÁCTICAS  
Y REFERENCIAS  
EN CLUBES DE  
PRODUCTO

APOYO  
ECONÓMICO  
INICIAL A CLUBES  
DE PRODUCTO

FOMENTO  
DEL TURISMO DE  
AUTOCARAVANAS

**03**

## SANTANDER POR MAR



MEJORA DE  
INFORMACIÓN Y  
OFERTA AL FERRY

PROGRAMA  
COMERCIO Y  
CRUCEROS

# ACCIONES

## II PLAN DE ACTUACIÓN TURÍSTICA DE SANTANDER 2020-2025

### E J E 5 [ E X C E L E N C I A ]

**Santander ya es un destino de calidad reconocido tanto por turistas como por residentes.** Sin embargo, siguen existiendo ciertos ámbitos para la mejora que, de acometerse, producirán un evidente impacto positivo en el sector.

En una clara orientación a dicha excelencia, algunos equipamientos y recursos de la ciudad ya han recibido certificaciones. Ahora, es necesario que los conceptos de calidad y excelencia se apliquen de manera global a todo el destino, incidiendo en aspectos transversales a la oferta turística.

Por otra parte, siendo el turístico un mercado global en el que todos los destinos compiten entre sí, y siendo España uno de los principales destinos mundiales, es necesario diferenciarse y hacerlo a través de la calidad de los productos y servicios que ofrecemos. Además, disponemos de un entorno que acompaña en ese propósito siendo, junto con la cultura, la mayor fortaleza identificada por los agentes clave.

Que la oferta turística de Santander sea reconocida por su excelencia pasa, necesariamente, por:

- Ser un destino con amplia presencia en los medios digitales, incluyendo las redes sociales
- Seguir siendo un destino amable y seguro sin masificaciones
- Disponer de un personal cualificado que reciba una formación continua en ámbitos clave como los idiomas, la hospitalidad o la sostenibilidad
- Contar con una oferta de productos y servicios que cumplan unos parámetros mínimos de calidad
- Implantar un sistema de gestión integral de la calidad del destino

# LÍNEAS DE ACTUACIÓN

01

PROMOCIÓN  
DE DESTINO



PRESENCIA  
DE SANTANDER  
EN FERIAS  
NACIONALES  
E INTERNAC-  
IONALES

ORGANIZACIÓN  
ANUAL DE  
FAM/PRESS  
TRIPS

CONCURSO  
"HABLA DE  
SANTANDER"  
EN RRSS

FOMENTO DE  
ACCIONES DE  
CO-MARKETING

02

PROFESIONALIZACIÓN



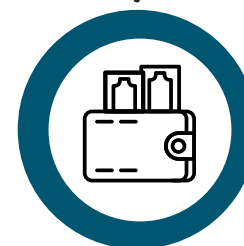
PLAN  
DE FORMACIÓN  
PARA EL SECTOR  
TURÍSTICO

PROGRAMA DE  
CONFERENCIAS  
INSPIRADORAS

DOTACIÓN DE  
PERSONAL EN EL  
ENTE GESTOR

03

TURISMO  
POST COVID-19



ESTUDIO  
DE IMPACTO  
DE LA PANDEMIA-  
REGULACIÓN

INFORMACIÓN  
ACTUALIZADA  
SOBRE  
REGULACIÓN

04

MÁS  
CALIDAD



IMPLANTACIÓN  
DE SISTEMA  
DE CALIDAD  
DEL DESTINO  
(SICTED)

EVALUACIÓN DE  
LA CAPACIDAD  
DE CARGA EN  
SANTANDER

PROGRAMA DE  
IMPLANTACIÓN  
DE SEÑALÉTICA

PROGRAMA  
DE APOYO A LA  
TRADUCCIÓN  
DE MATERIALES  
Y RECURSOS

A C C I O N E S

