

Plan Estratégico de Turismo Activo

Cantabria

2019 - 2021





Plan Estratégico de Turismo Activo

Cantabria

2019 / 2021

ÍNDICE

1 Introducción - Pág. 6

2 Objetivos del PETAC - Pág. 10

Anexo I Fichas proyecto PETAC - Pág. 46

3 Características del PETAC - Pág. 14

4 Principales agentes implicados:
Consultas realizadas - Pág. 20

Anexo II Fichas de seguimiento de los indicadores - Pág. 70

5 Estructuras del PETAC - Pág. 24

6 Plan de seguimiento y
evaluación - Pág. 36

Anexo III Cuestionario de participación - Pág. 76

- 1 Líneas Estratégicas
- 2 Programas
- 3 Proyectos / Actuaciones

- 1 Concepto del plan
- 2 Finalidad del plan
- 3 Objetivos del plan
- 4 Estructura del plan
- 5 Sistema de indicadores
- 6 Listado de indicadores de seguimiento



Introducción

Un Plan Estratégico de Turismo Activo es un instrumento de gestión cuya finalidad es impulsar y desarrollar la actividad del turismo activo en el ámbito social y económico de una comunidad. En el caso concreto que nos ocupa, hace referencia a todas las actividades de turismo activo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Nuestra región configura un entorno con potenciales singularidades para el desarrollo de este tipo de actividades debido a su singular orografía; montaña, mar, parques naturales, etc. de modo que un mismo día puedes practicar esquí en Alto Campo o espeleología por la mañana y por la tarde hacer surf en Somo en un intervalo de una hora de distancia.

Con el plan se pretende obtener una evaluación del potencial turístico del espacio en el que se va a desarrollar, así como el establecimiento de una serie de líneas estratégicas, programas de actuación y proyectos a desarrollar a corto, medio y largo plazo con las cuales alcanzar en un periodo de tiempo determinado los objetivos y fines recogidos en dicho Plan Estratégico.

El objetivo final de la aplicación y puesta en marcha de las líneas, programas y proyectos del Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria (PETAC), es potenciar el sector del turismo activo en Cantabria.

El Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria (en adelante PETAC), es por tanto, el instrumento mediante el cual se pretende impulsar y desarrollar ese sector concreto del turismo en nuestra región.

Para su elaboración, se ha realizado una evaluación con la cual se ha obtenido un diagnóstico del estado en el que se encuentra el sector de turismo activo en la actualidad a través de la cual se definen los objetivos del plan y las estrategias para alcanzar dichos objetivos, identificando a los agentes públicos y privados implicados en el desarrollo e implementación del PETAC.

Dado que el desarrollo del PETAC, afecta a un sector económico en concreto, en el desarrollo del mismo se deberán tener en cuenta otros planes de desarrollo económicos existentes tanto a nivel local como nacional.



Objetivos del PETAC

Objetivos generales

El Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria, nace con el objetivo principal de fomentar, dinamizar y vitalizar la actividad de turismo activo como un sector económico prioritario y de vital importancia en el tejido económico-social de Cantabria, mediante el desarrollo de un modelo sostenible de generación de empleo y competitivo respecto a otros sectores.

- Aumentar y diversificar la oferta de actividades y servicios de turismo activo en Cantabria.
- Desarrollar el turismo activo como un sector económico más, dentro de la economía regional.

Objetivos específicos

- Aumentar y diversificar la oferta de turismo activo de calidad en Cantabria.
- Mejora de la calidad, competitividad e innovación de las actividades ofertadas.
- Creación de una marca identificativa de Cantabria como destino para el desarrollo de actividades de turismo activo.
- Potenciar la promoción y demanda de Cantabria como destino de turismo activo.
- Establecer sinergias y colaboraciones con organismos públicos y privados destinadas a la mejora de la competitividad y comercialización

- de productos y actividades relacionadas con el turismo activo.
- Aumentar la eficacia y eficiencia de la gestión por parte de las instituciones implicadas.
- Aumentar la disponibilidad de información relacionada con el mercado turístico y el impacto económico del sector de turismo activo.
- Incrementar la inversión pública y privada en el sector de turismo activo.
- Crear el marco normativo y legislativo necesario para el correcto desarrollo del sector.
- Búsqueda de mercados emergentes así como fidelidad de mercados

- cercanos de provincias limítrofes, fomentando el desarrollo de acuerdos y convenios con otras comunidades que favorezcan y potencien el desarrollo del sector.
- Desarrollar la puesta en valor de los destinos de turismo activo que promuevan el desarrollo y crecimiento económico en las distintas comarcas de la región.
- Aumentar la presencia de los productos de turismo activo de Cantabria en ferias y exposiciones a nivel nacional e internacional.
- Aprovechar destinos y /o productos ampliamente establecidos y conocidos para promocionar otros con

- menos demanda o menos conocidos existentes en la región.
- Desestacionalizar la demanda mediante la creación de nuevos productos y la oferta de nuevas actividades.



El Plan Estratégico de Turismo de Cantabria (PETAC) debe ser:

- Público
- Participativo
- Flexible
- Desarrollado por todos los agentes públicos y privados implicados en el sector
- Debe responder a los problemas de sector y plantear medidas con las cuales abordar la solución de los mismos
- Comunicativo

Requisitos del plan

- El PETAC debe ser un instrumento en el cual participen todos los agentes implicados en el sector del turismo activo de Cantabria.
- Debe tener capacidad de decisión sobre las medidas a adoptar.
- Las líneas, programas y proyectos que se recojan en el PETAC deben establecerse teniendo en cuenta criterios de viabilidad técnica y económica.

Plan participativo

El PETAC debe contemplar un proceso participativo, producto de la planificación local formado por diferentes instrumentos y agentes y dividido en distintas etapas. Para lo cual, se ha creado un grupo de trabajo formado por técnicos de desarrollo local de los territorios de Cantabria, agentes con competencias en formación y desarrollo empresarial del turismo activo en Cantabria. Con este proceso participativo se ha alcanzado la implicación de todos los agentes y actores implicados, haciendo de este modo el PETAC un instrumento más eficaz y eficiente, basado en la realidad del sector.

Temporalidad del plan estratégico

El periodo que se defina para el PETAC debe tener en cuenta criterios prácticos y objetivos, con los cuales establecer la temporalidad de los programas a desarrollar dentro del Plan, en función de la prioridad que se establezca para los mismos:

- A corto plazo
- A medio plazo
- A largo plazo

Fines del plan estratégico

- Provocar cambios en las actitudes a nivel político y técnico, así como de los agentes privados implicados en el sector en cuanto a la forma de planificar y desarrollar actividades dentro del sector del turismo activo de Cantabria.
- Disponer de un instrumento de gestión eficaz y realista, mediante el cual se puedan desarrollar acciones a corto, medio y largo plazo para impulsar el sector de turismo activo.
- Disponer de una localización eficiente de todos los recursos del sector.
- Promover el desarrollo del sector del turismo activo en concreto, tanto a nivel económico como social.
- Implicar a todos los agentes públicos y privados del sector en la propuesta, desarrollo, implantación y seguimientos de los proyectos contemplados en el PETAC.
- Orientar y ordenar el desarrollo del sector del turismo activo bajo unas premisas de calidad y sostenibilidad.
- Garantizar con el desarrollo de los proyectos contemplados en el plan, paliar las debilidades y amenazas del sector.

Implementación y desarrollo del plan estratégico

Áreas de intervención:

El plan contempla las áreas de intervención del mismo, que son tanto espacios físicos rurales como urbanos, así como destinos turísticos definidos como tales.

Ámbito de aplicación:

El ámbito de aplicación del plan debe ser: municipal, comarcal y/o regional en función de las áreas que abarquen las líneas, programas y proyectos definidos en el mismo.

Participación de los agentes implicados:

Se ha establecido el modo de actuación de los agentes implicados en el sector para así obtener un plan participativo, ordenado y coherente según las necesidades reales del sector, en el que la toma de decisiones sea

operativa y en el que se creen vínculos y sinergias entre el sector público y el privado. Para lo cual se han creado mesas de trabajo sectoriales. Se ha creado un grupo de trabajo que se ha reunido el 16 de noviembre de 2018. En el grupo de trabajo han participado 5 Agentes de Desarrollo Local, 3 Téc-

nicos de Grupos de Desarrollo Rural, un Concejal, 5 Técnicos Comarcales y Municipales de Turismo Activo, 2 representantes de la Asociación Cantabria de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) y 2 representantes de la Dirección General de Turismo del Gobierno de Cantabria.

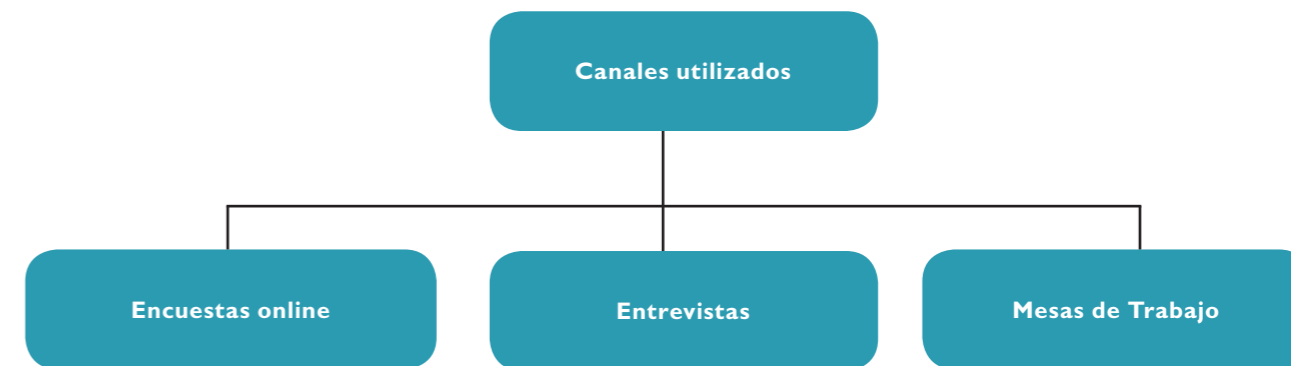
Los agentes públicos y privados han creado un grupo de debate con propuestas para colaborar en el desarrollo e implementación del plan, el objeto ha sido crear un espacio de trabajo y debate y fomentar un desarrollo sostenible y viable del sector del turismo activo en Cantabria.



Principales agentes implicados:
Consultas realizadas



Para la realización del Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria, como parte de la metodología de elaboración del mismo, se han realizado toda una serie de acciones encaminadas a obtener la participación de los principales agentes públicos y privados implicados en el sector.



AGENTES CONSULTADOS: empresas y técnicos de turismo activo, responsables técnicos y políticos del Gobierno de Cantabria, agentes de desarrollo local, asociaciones, etc.

Así mismo, se han utilizado todos los datos recogidos en el Informe de Situación y Diagnóstico de Empresas de Turismo Activo de Cantabria, elaborado por la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria en 2017.



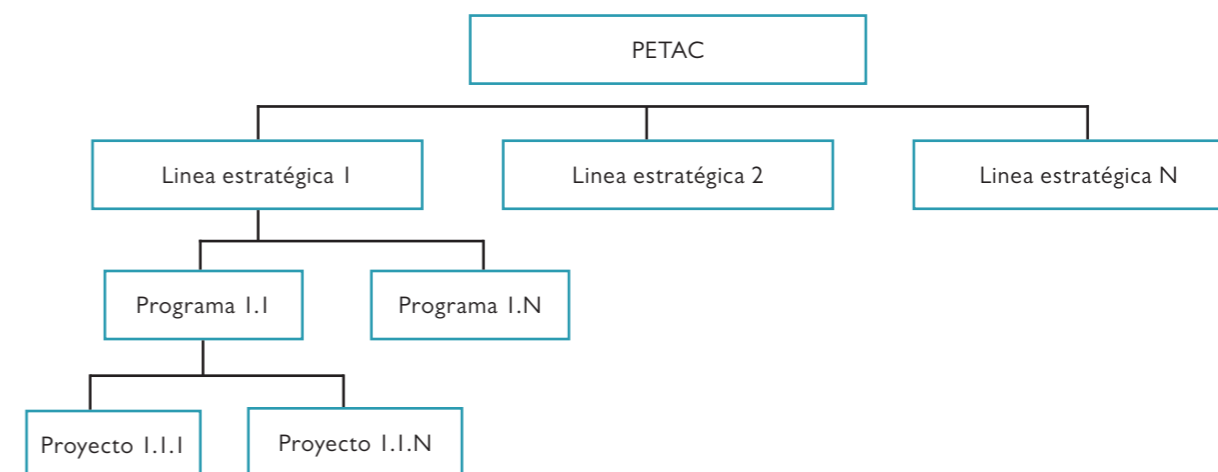
Estructuras del PETAC

- 1 Líneas Estratégicas
- 2 Programas
- 3 Proyectos / Actuaciones

El Plan Estratégico del Turismo Activo de Cantabria, se estructura en una serie de líneas estratégicas, cada una se denomina con el objetivo fundamental que persiguen los proyectos que recoge. Cada línea está integrada por varios programas y éstos a su vez por distintos proyectos o actuaciones.

- **Líneas estratégicas:** constituyen las directrices esenciales del Plan y se basan en los objetivos fundamentales.
- **Programas:** son la base de los proyectos a realizar y recogen objetivos específicos.
- **Proyectos:** actuaciones concretas a realizar para conseguir los objetivos propuestos.

Organigrama de estructura del PETAC



1. Líneas Estratégicas

- **Línea 1.** Fomento, impulso y regulación del sector.
- **Línea 2.** Comunicación y promoción.
- **Línea 3.** Formación y apoyo empresarial.

2. Programas

- **Programa 1.1.** Creación de una marca identificativa del turismo activo en Cantabria.
- **Programa 1.2.** Creación de nuevos productos e impulso de los ya existentes.
- **Programa 1.3.** Actualización de la normativa y regulación de turismo activo.
- **Programa 2.1.** Publicidad e interrelaciones.
- **Programa 2.2.** Promoción, difusión y comunicación on line.
- **Programa 3.1.** Plan de Formación Profesional del turismo activo.
- **Programa 3.2.** Apoyo al tejido empresarial del turismo activo.



3. Proyectos

- **Proyecto 1.1.1** Fomentar la creación Marca Turismo Activo.
- **Proyecto 1.2.1** Actualizar el catálogo de actividades y/o productos en Cantabria.
- **Proyecto 1.2.2** Apoyar la creación en el ámbito local de espacios adaptados al turismo autocaravanas (furgonetas, camper, caravanas, etc.).
- **Proyecto 1.3.1** Aprobar del Decreto de Turismo Activo en Cantabria, estableciendo un plazo de adaptación a las empresas de 9 meses.
- **Proyecto 1.3.2** Distinción entre la figura del responsable técnico de la actividad y los monitores/guías
- **Proyecto 1.3.3** Consensuar y regular las condiciones de homologación del material, titulaciones, seguros, etc.
- **Proyecto 2.1.1** Elaborar guías, folletos y campañas de promoción del sector.
- **Proyecto 2.1.2** Participar en ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales.
- **Proyecto 2.1.3** Crear Red de contactos con comercializadoras y demandantes de este tipo de turismo.
- **Proyecto 2.2.1** Elaboración de una Web propia del sector.
- **Proyecto 2.2.2** Elaboración de una App propia del sector.
- **Proyecto 2.2.3** Presencia del sector en las principales redes sociales.
- **Proyecto 2.2.4** Elaboración de folletos interactivos.
- **Proyecto 2.2.5** Elaboración de un catálogo virtual de productos del sector.

- **Proyecto 3.1.1** Elaborar acciones formativas destinadas a los profesionales del sector.
- **Proyecto 3.1.2** Crear Plan de reconocimiento de méritos.
- **Proyecto 3.1.3** Coordinar con el Servicio Cántabro de Empleo y las Consejerías correspondientes para impulsar un plan formativo.
- **Proyecto 3.1.4** Establecer una línea de subvenciones con el objeto de fomentar los planes formativos. Los certificados de profesionalidad que se establecen corresponden a la familia profesional Actividades Físicas y Deportivas, Real Decreto 982/2013:
 - Familia profesional: Actividades físicas y deportivas.
 - Guía por barrancos secos o acuáticos. Nivel 2.
 - Guía de espeleología. Nivel 2.
- **Proyecto 3.2.1** Crear la Red de Empresas y Profesionales del turismo activo.
- **Proyecto 3.2.2** Establecer y poner en marcha un Sello de Calidad de Turismo Activo en Cantabria.

Real Decreto 982/2013, de 13 de diciembre, por el que se establecen dos certificados de profesionalidad de la familia profesional Actividades físicas y deportivas que se incluyen en el Repertorio Nacional de certificados de profesionalidad y se actualiza un certificado de profesionalidad de la familia profesional de Comercio y marketing establecido en el Real Decreto 614/2013, de 2 de agosto. BOE 10 de enero 2014.

LÍNEA I. FOMENTO, IMPULSO Y REGULACIÓN DEL SECTOR

Programa I.1 Creación de una marca identificativa del turismo activo en Cantabria

Objetivos

- Potenciar y vincular la imagen de Cantabria como destino de este tipo de actividades y experiencias.
- Crear una imagen unificada e identificativa de este tipo de actividades para cualquier comarca de la región.

Proyecto I.1.1 Fomentar Creación Marca Turismo Activo

Programa I.2. Creación de nuevos productos e impulso de los ya existentes

Objetivos

- Diversificar la oferta de actividades con la incorporación de nuevos productos y actividades.
- Mejorar y consolidar la oferta de productos y actividades ya existentes.

Proyecto I.2.1 Actualizar del catálogo de actividades/productos

Proyecto I.2.2 Apoyar la creación en el ámbito local de espacios adaptados al Turismo Autocaravanas (autocaravanas, furgonetas, camper, caravanas, etc ...)

Programa I.3. Actualización de la normativa y regulación de turismo activo

Objetivos

- Regular el sector a través de la aprobación del nuevo Decreto de turismo activo.
- Coordinar la relación entre consejerías para regular todos los ámbitos y competencias del sector.

Proyecto I.3.1 Aprobar del Decreto de Turismo Activo en Cantabria

Proyecto I.3.2 Distinción entre la figura del responsable técnico de la actividad y los monitores/guías.

Proyecto I.3.3 Consensuar y regular las condiciones de homologación del material, titulaciones, seguros, etc.



LÍNEA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Programa 2.1 Publicidad e interrelaciones

Objetivos

- Contribuir a la mejora de la promoción, visibilidad y efectividad de las actividades y productos del sector.
- Establecer nuevas relaciones con otros mercados y canales de distribución.

Proyecto 2.1.1 Elaborar guías, folletos y campañas de promoción del sector.

Proyecto 2.1.2 Participar en ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales.

Proyecto 2.1.3 Crear Red de contactos con comercializadoras y demandantes de este tipo de turismo.

Programa 2.2. Promoción, difusión y comunicación on line

Objetivos

- Mejora de la comercialización on line.
- Mejorar y aumentar la interacción con los usuarios de las actividades del sector.
- Alcanzar un mayor grado de expansión y promoción de las actividades y productos del sector mediante el uso de las nuevas tecnologías.

Proyecto 2.2.1 Elaboración de una Web propia del sector.

Proyecto 2.2.2 Elaboración de una App propia del sector.

Proyecto 2.2.3 Presencia del sector en las principales redes sociales.

Proyecto 2.2.4 Elaboración de folletos interactivos.

Proyecto 2.2.5 Elaboración de un catálogo virtual de productos del sector.

LÍNEA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL

Programa 3.1 Plan de Formación Profesional del Turismo Activo

Objetivos

- Mejorar la formación y estabilidad de los empleados del sector para alcanzar un alto grado de competitividad y un óptimo crecimiento.
- Ampliar la oferta de actividades de formación turística.

Proyecto 3.1.1 Elaborar acciones formativas destinadas a los profesionales del sector

Proyecto 3.1.2 Crear Plan de reconocimiento de méritos.

Proyecto 3.1.3 Coordinación con el Servicio Cántabro de Empleo y las Consejerías correspondientes para impulsar un plan formativo

Proyecto 3.1.4 Establecer una línea de subvenciones con el objeto de fomentar los planes formativos. Los certificados de profesionalidad que se establecen corresponden a la familia profesional Actividades Físicas y Deportivas:

Familia profesional: Actividades físicas y deportivas.

- Guía por barrancos secos o acuáticos. Nivel 2.
- Guía de espeleología. Nivel 2.

Programa 3.2 Apoyo al tejido empresarial del turismo activo

Objetivos

- Información, asesoramiento y orientación a empresarios del sector.
- Fomento del asociacionismo entre las empresas del sector.
- Disponer de un marco legal bajo el cual poder desarrollar el sector.

Proyecto 3.2.1 Creación de una Red de Empresas y Profesionales del turismo activo

Proyecto 3.2.2 Establecer y poner en marcha un Sello de Calidad de Turismo Activo en Cantabria

Plan de seguimiento y evaluación

- 1 Concepto del plan
- 2 Finalidad del plan
- 3 Objetivos del plan
- 4 Estructura del plan
- 5 Sistema de indicadores
- 6 Listado de indicadores de seguimiento



1. Concepto del Plan de Seguimiento

El Plan de Seguimiento es la planificación constituida como sistema de medición del avance de las líneas estratégicas hacia la optimización del sector del turismo activo de Cantabria, los programas y proyectos de actuaciones a lo largo de un determinado periodo de tiempo.

2. Finalidad del Plan de Seguimiento

Lo que se pretende con el establecimiento de un Plan de Seguimiento determinado para el PETAC, es llevar a cabo la comprobación de la eficacia y eficiencia del resultado de la aplicación del Plan Estratégico hacia el correcto y óptimo desarrollo del sector del turismo activo en Cantabria a corto, medio y largo plazo.

3. Objetivos del Plan de Seguimiento

El principal objetivo del Plan de Seguimiento, es llevar a cabo el control respecto al cumplimiento de los objetivos recogidos en el Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria (PETAC), cuantificando el grado de consecución de los mismos y por lo tanto la eficacia de las Líneas Estratégicas, Programas y Proyectos adoptados para alcanzar el desarrollo del sector.

4. Estructura organizativa del Plan de Seguimiento

En el seguimiento del Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria, deben estar implicados distintos órganos, tanto internos (administración pública) como externos (agentes representativos del sector).

- **Órganos de seguimiento internos**
Representantes de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, a través de la Dirección General de Turismo.
- **Órganos de seguimiento externos**
Representantes de los principales agentes privados del sector: miembros de ACANTA (Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues), empresarios del sector, profesionales, etc.

5. Sistema de Indicadores

Para medir el estado y el nivel de desarrollo del PETAC, es necesario disponer de una herramienta que sea capaz de reflejar el avance del Plan de la forma más objetiva posible.

Por ello, es necesario establecer un sistema de indicadores, que permita sintetizar la información para poder interpretarla de una forma más simplificada.

El Sistema de Indicadores tiene que representar los ámbitos social, económico y ambiental y las relaciones existentes entre ellos.

Los indicadores deben cumplir una serie de características como:

- **Mesurables:** deben ser capaces de medir el objeto de estudio, captando aspectos cuantitativos y cualitativos del mismo.
- **Fiables:** deben estar basados en una recogida y tratamiento metódico de la información, que garantice que cada indicador sea un fiel reflejo de lo que se pretende estudiar.
- **Comprensibles:** su definición debe ser clara y concisa, de tal forma que su interpretación sea sencilla.
- **Actualizables:** deben poder actualizarse con una cierta periodicidad para de ese modo poder realizar un seguimiento temporal.
- **Comparables:** su metodología debe ser reproducible de tal modo que se puedan realizar comparaciones tanto temporales como geográficas.



6. Listado de Indicadores de Seguimiento

LÍNEA 1. REGULACIÓN, FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR

PROGRAMAS	INDICADORES DE SEGUIMIENTO	
I.1 Creación de una marca identificativa del turismo activo en Cantabria	1	Marca creada y registrada
	2	Nº de empresas del sector que utiliza la marca
	3	Superficie (m2) creados y destinados al turismo de autocaravanas
I.2 Creación de nuevos productos basados en los recursos por descubrir y explotar en Cantabria, e impulso de los ya existente	4	Distribución de áreas de autocaravanas por municipios en Cantabria
	5	Nº de áreas de servicio y pernocta para auto caravanas en Cantabria
	6	Nº de nuevas actividades/productos creados y puestos en marcha
	7	Nº de empresas de turismo activo creadas con el objeto de explotar nuevos recursos
I.3 Actualización de la normativa y regulación de turismo activo	8	Nº de usuarios e las nuevas actividades/productos
	9	Publicación en el BOC de la aprobación del Decreto de Turismo Activo en Cantabria
	10	Publicación en el BOC del documento que recoja la definición y distinción de las diversas figuras
	11	Documento con las Normas de Homologación aprobado y publicado

LÍNEA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

PROGRAMAS	INDICADORES DE SEGUIMIENTO	
2.1 Publicidad e interrelaciones	12	Nº de guías y/o folletos editados
	13	Nº de campañas de promoción realizadas
	14	Nº de ferias y/o eventos a los que se ha acudido
	15	Red creada y contactos existentes
2.2. Promoción, difusión y comunicación on line	16	Web creada y puesta en funcionamiento
	17	App creada y puesta en funcionamiento
	18	Redes sociales en las que está presente el sector
	19	Nº de usuarios/seguidores
	20	Diseño y publicación del boletín
	21	Nº de boletines publicados
	22	Folletos diseñados y publicados
	23	Catálogo diseñado y publicado
	24	Consultas y/o visitas al catálogo

LÍNEA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL

PROGRAMAS	INDICADORES DE SEGUIMIENTO	
3.1. Plan de Formación y Apoyo Empresarial	25	Nº de acciones formativas programadas y ofertadas
	26	Nº de participantes en las actividades formativas
	27	Plan de reconocimiento de méritos establecido y en funcionamiento
	28	Planes formativos diseñados y publicados
	29	Publicación en el BOC de las subvenciones destinadas a los Planes Formativos de Turismo Activo
3.2. Apoyo al tejido empresarial del turismo activo	30	Red de empresas y profesionales creada
	31	Nº de participantes en la red
	32	Sello de calidad diseñado
	33	Nº de empresas que cuentan con la distinción del Sello de Calidad





Anexo I

Fichas proyecto PETAC

PROYECTO I.1.1 Creación Marca Turismo Activo

PROYECTO I.2.1 Actualizar el catálogo de actividades y/o productos

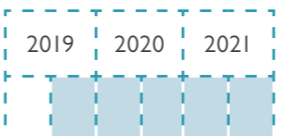
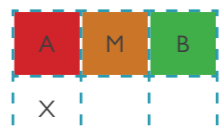
PROGRAMA I.1 Creación de una marca identificativa del turismo activo en Cantabria		
LÍNEA ESTRATÉGICA I. FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Se trata de crear una marca identificativa del turismo activo de Cantabria, interpretando ésta como una expresión gráfica del sector que permita establecer la diferencia, aportando valor al mismo y contribuyendo a alcanzar los objetivos planteados para dicho sector.</p> <p>La importancia de la creación de esta marca radica en que ayuda al sector a posicionarse respecto a otros. Para ello se convocará un concurso público de creación de esta marca.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Dirección General de Turismo
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca creada y registrada • N° de empresas del sector que utiliza la marca 		

PROGRAMA I.2 Creación de nuevos productos e impulso de los ya existentes		
LÍNEA ESTRATÉGICA I. FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Dado el enorme potencial de la región para la práctica de actividades de turismo activo, es conveniente buscar nuevas actividades y productos para ofrecer a los demandantes de este tipo de turismo, de tal modo, que con ello se pueda establecer un elemento diferenciador de comunidades vecinas que actúan como competencia. Así aprovechando el impulso de productos y actividades ya consolidados, debemos buscar la creación de nuevos productos que independientes o asociados a los anteriores complementen el catálogo de productos existentes.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Dirección General de Turismo
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N° de nuevas actividades/productos creados y puestos en marcha • N° de usuarios de las nuevas actividades/productos 		

PROYECTO I.2.2 Creación de espacios adaptados al turismo de autocaravanas

PROGRAMA I.1 Creación de una marca identificativa del turismo activo en Cantabria		
LÍNEA ESTRATÉGICA I. FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Consiste en apoyar la creación en el ámbito local de espacios destinados y adaptados, al cada vez más creciente turismo de autocaravanas: autocaravanas, furgonetas, camper, caravanas, etc. Actualmente existen las denominadas “áreas camper” que son zonas privadas destinadas al estacionamiento de este tipo de vehículos; existen también en algunos municipios áreas municipales destinadas al estacionamiento general de autocaravanas. La normativa aplicable es la general de estacionamiento por lo que existe un vacío legal en cuanto al control de las pernoctas realizadas por los usuarios de este tipo de turismo.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p> 	<p>Prioridad:</p> 	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Dirección General de Turismo
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Superficie (m2) creados y destinados al turismo de autocaravanas. • Distribución de áreas de autocaravanas por municipios en Cantabria. 		

PROYECTO I.3.1 Aprobar el Decreto de Turismo Activo de Cantabria

PROGRAMA I.3. Actualización de la normativa y regulación del Turismo Activo		
LÍNEA ESTRATÉGICA I. FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Aprobación y puesta en marcha un decreto regulador específico en materia de Turismo Activo, cuyo responsable será el Gobierno de Cantabria, y por el cual todas las empresas a las que sea aplicable el mismo, deberán cumplir con las obligaciones recogidas en el mismo. Establecer un plazo de adaptación a las empresas de 9 meses. Uno de los objetivos del decreto, es el de disponer de un instrumento mediante el cual, llevar un exhaustivo control e inspección de las empresas del sector, con la finalidad de acabar con la competencia desleal ejercida por aquellas empresas que desarrollan la actividad de forma encubierta.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p> 	<p>Prioridad:</p> 	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicación en el BOC de la aprobación del Decreto de Turismo Activo en Cantabria 		

PROYECTO I.3.2. Distinción entre la figura del responsable técnico de la actividad y los monitores/guías

PROGRAMA I.3. Actualización de la normativa y regulación del Turismo Activo		
LÍNEA ESTRATÉGICA I. FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Dentro del personal técnico necesario para llevar a cabo actividades de turismo activo, hay que diferenciar entre el Responsable Técnico de la Actividad, al cual corresponde la planificación, control, seguimiento y evaluación de la misma sin necesidad de estar presente en el desarrollo de dicha actividad. Y, el monitor/guía al que corresponde la ejecución de la actividad.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicación en el BOC del documento que recoja la definición y distinción de las diversas figuras. 		

PROYECTO I.3.3. Consensuar y regular las condiciones de homologación de materiales, titulaciones, seguros, etc.

PROGRAMA I.3. Actualización de la normativa y regulación del Turismo Activo		
LÍNEA ESTRATÉGICA I. FOMENTO E IMPULSO DEL SECTOR		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Se debe establecer un reglamento que recoja las condiciones de homologación para que todas las empresas de turismo activo de la región, cuenten con los mismos parámetros en cuanto a materiales necesarios para la realización de las distintas actividades y la seguridad de los mismo, las titulaciones necesarias para la planificación, control, seguimiento y ejecución de las diversas actividades que engloba el sector; la necesidad de contar con seguros de responsabilidad, accidentes o asistencias con unas cuantías mínimas determinadas en función de la actividad.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA)
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento con las Normas de Homologación aprobado y publicado. 		

PROYECTO 2.1.1 Elaboración de guías, folletos y campañas de promoción del sector

PROGRAMA 2.1 Publicidad e interrelaciones		
LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Con la finalidad de publicitar y fomentar el conocimiento del sector se prevé el diseño, elaboración y publicación de diverso material tales como guías y folletos relacionados con el sector: actividades y productos ofertados, etc. Así mismo se contempla el desarrollo de campañas de promoción del turismo activo de la región.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección General de Turismo • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA)
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N° de guías y/o folletos editados. • N° de campañas de promoción realizadas. 		

PROYECTO 2.1.2 Participación en ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales

PROGRAMA 2.1 Publicidad e interrelaciones		
LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Se plantea la participación en distintas ferias y eventos de distinto ámbito: regional, nacional e internacional, mediante la instalación de stands específicos con información sobre las actividades y productos que el sector ofrece. En caso de que no fuera posible la instalación de un stand concreto del sector, se participaría igualmente en los stand propios de la región.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Dirección General de Turismo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Dirección General de Turismo • Empresas del sector
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N° de ferias y/o eventos a los que se ha acudido. 		

PROYECTO 2.1.3 Red de contactos con comercializadoras y demandantes de este tipo de turismo

PROGRAMA 2.1 Publicidad e interrelaciones

LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Descripción y actuaciones:

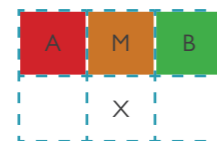
Desde la Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA), se impulsará la creación de una red de contactos con comercializadoras y demandantes de turismo activo, a través de la cual hacer llegar a estos agentes todas las actividades y productos que oferta el sector.

Para ello se llevará a cabo una búsqueda de los principales agentes participantes en dicha red, con los que posteriormente se contactara (vía mail, contacto telefónico, etc.) para invitarles a participar y formar parte de la misma. Se creará por tanto una base de datos con todos ellos que deberá estar permanentemente actualizada.

Periodo de ejecución:



Prioridad:



Estimación económica:

Sin estimación económica

Financiación:

- Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria

Responsable ejecución:

- Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA)

Agentes implicados:

- Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA)
- Empresas del sector

Indicadores:

- Red creada y contactos existentes..



PROYECTO 2.2.1 Elaboración de un visor web propio del sector

Programa 2.2. Promoción, difusión y comunicación on line		
LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN		
Descripción y actuaciones:		
Se propone el diseño, elaboración y puesta en marcha de un visor web del Turismo Activo de Cantabria, en la que se recojan las principales características del sector, productos y actividades, recursos, empresas, alojamientos y todo aquello relacionado con el mismo con la finalidad de que a un click, un visitante pueda obtener una visión de todo lo que oferta el sector.		
Periodo de ejecución:	Prioridad:	Estimación económica:
		Sin estimación económica
Financiación:	Responsable ejecución:	Agentes implicados:
<ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Empresas del sector
Indicadores:		
<ul style="list-style-type: none"> • Visor web creado y puesto en funcionamiento. 		

PROYECTO 2.2.2 Elaboración de una App propia del sector

Programa 2.2. Promoción, difusión y comunicación on line		
LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN		
Descripción y actuaciones:		
Dado el impulso de las nuevas tecnologías y de las nuevas formas de demanda de los visitantes, es necesario disponer de un APP específica del sector, que recoja la información de la página web, pero en un formato adecuado a dispositivos móviles.		
Periodo de ejecución:	Prioridad:	Estimación económica:
		Sin estimación económica
Financiación:	Responsable ejecución:	Agentes implicados:
<ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) 	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Empresas del sector
Indicadores:		
<ul style="list-style-type: none"> • App creada y puesta en funcionamiento. 		

PROYECTO 2.2.3 Presencia del sector en las principales redes sociales

Programa 2.2. Promoción, difusión y comunicación on line		
LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Se plantea que el sector a través por ejemplo de la Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA), esté presente en las distintas redes sociales, como consecuencia de la importancia que tienen estas en la sociedad actual. Para ello se prevé la creación de cuentas específicas del sector en las principales redes como por ejemplo: facebook y twitter.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Empresas del sector
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales en las que está presente el sector • N° de usuarios/seguidores 		

PROYECTO 2.2.4. Elaboración de folletos interactivos

Programa 2.2. Promoción, difusión y comunicación on line		
LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Dentro del programa comunicación y difusión y siendo conscientes de la importancia de las nuevas tecnologías, se plantea este proyecto como complementario al Proyecto 2.1.1., para de este modo que los folletos creados en el mismo, tengan su versión on line. El objetivo es disponer de esos folletos en formato electrónico interactivo accesibles desde un ordenador.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Empresas del sector
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Folletos diseñados y publicados. 		

PROYECTO 2.2.5. Elaboración de un catálogo virtual de productos del sector

Programa 2.2. Promoción, difusión y comunicación on line

LÍNEA ESTRATÉGICA 2. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

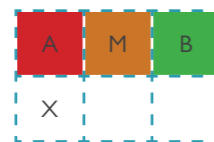
Descripción y actuaciones:

Una herramienta fundamental de difusión del sector es disponer de un catálogo virtual del mismo, mediante el cual los visitantes y usuarios dispongan de todos los productos ofertados con las características principales de cada uno de ellos. Este catálogo debe estar visible y accesible tanto desde la página web como desde la app del sector.

Periodo de ejecución:



Prioridad:



Estimación económica:

Sin estimación económica

Financiación:

- Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria

Responsable ejecución:

- Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA)

Agentes implicados:

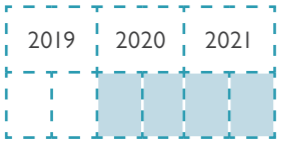
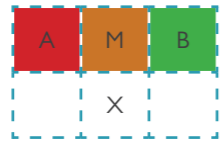
- Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA)
- Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria.

Indicadores:

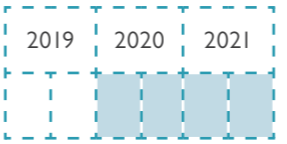
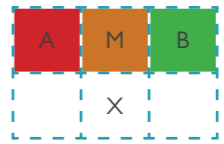
- Catálogo diseñado y editado.
- Consultas y/o visitas al catálogo.



PROYECTO 3.1.1 Elaboración de acciones formativas destinadas a profesionales del sector.

Programa 3.1. Plan de Formación y Apoyo Empresarial		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Diseño y desarrollo de un programa de actividades formativas para los profesionales del sector, de tal modo que estos puedan alcanzar el nivel de cualificación profesional adecuado para el desarrollo de las actividades propias del turismo activo. Para ello se llevaran a cabo las reuniones necesarias entre los responsables de la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio, de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte y de la Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA), para el diseño de las acciones formativas a desarrollar, lugar y fechas de desarrollo, etc.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p> 	<p>Prioridad:</p> 	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Educación, Cultura y Deporte • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) • Consejería de Educación, Cultura y Deporte • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria.
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N° de acciones formativas programadas y ofertadas. • N° de participantes en las actividades formativas. 		

PROYECTO 3.1.2 Plan de reconocimiento de méritos

Programa 3.1. Plan de Formación y Apoyo Empresarial		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Relacionado con el proyecto anterior, se debe establecer un Plan de Reconocimiento de Méritos, de tal modo que los profesionales del sector puedan acreditar mediante un sistema homogéneo y consensado por la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, los conocimientos y nivel de formación adquiridos.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p> 	<p>Prioridad:</p> 	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Educación, Cultura y Deporte.
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de reconocimientos de méritos establecido y en funcionamiento. 		

PROYECTO 3.1.3. Coordinar con el SCE y las Consejerías correspondientes para impulsar un Plan Formativo

Programa 3.1. Plan de Formación y Apoyo Empresarial		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>A través de los planes formativos del SCE (Servicio Cántabro de Empleo) y con la colaboración de las Consejerías de Educación, Cultura y Deporte y la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio, se debe establecer un Plan Formativo que dote de los conocimientos y acreditaciones necesarios a los distintos profesionales que ejerzan los diversos tipos de actividades que engloba el turismo activo en Cantabria.</p>		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio Cántabro de Empleo 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. • Servicio Cántabro de Empleo.
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planes formativos diseñados y publicados. 		

PROYECTO 3.1.4. Establecer una línea de subvenciones destinadas al fomento de los Planes Formativos

Programa 3.1. Plan de Formación y Apoyo Empresarial		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL		
<p>Descripción y actuaciones:</p> <p>Con el objetivo principal de fomentar el desarrollo de los diversas actividades de formación necesarias y recogidas en distintos Planes de Formación, es necesario establecer una línea de subvenciones que faciliten el desarrollo de las mismas así como la participación en estas actividades de los distintos profesionales del sector.</p> <p>Los certificados de profesionalidad que se establecen corresponden a la familia profesional Actividades Físicas y Deportivas:</p> <p>Familia profesional: Actividades físicas y deportivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía por barrancos secos o acuáticos. Nivel 2. • Guía de espeleología. Nivel 2. 		
<p>Periodo de ejecución:</p>	<p>Prioridad:</p>	<p>Estimación económica:</p> <p>Sin estimación económica</p>
<p>Financiación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. 	<p>Responsable ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	<p>Agentes implicados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consejería de Educación, Cultura y Deporte. • Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. • Servicio Cántabro de Empleo.
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicación en el BOC de las subvenciones destinadas a los Planes Formativos de Turismo Activo. 		

PROYECTO 3.2.1 Creación de una Red de Empresas y Profesionales del Turismo Activo

Programa 3.2. Apoyo al tejido empresarial del turismo activo		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL		
Descripción y actuaciones: Con el objetivo de apoyar al tejido empresarial del sector, se plantea la creación de una Red de Empresas y Profesionales del Turismo Activo. Para ello, aprovechando la existencia de la Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA), se iniciará un proceso de contactos para desarrollar esta red en la cual participen tanto miembros de la asociación como otros profesionales y empresas ajenos a la misma. A través de la red se tratará de canalizar todas las acciones, actividades y aspectos relacionados con el turismo activo.		
Periodo de ejecución: 	Prioridad: 	Estimación económica: Sin estimación económica
Financiación: <ul style="list-style-type: none"> Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. 	Responsable ejecución: <ul style="list-style-type: none"> Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) 	Agentes implicados: <ul style="list-style-type: none"> Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) Empresas del sector
Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> Red de empresas y profesionales creada. Nº de participantes en la red. 		

PROYECTO 3.2.2. Establecimiento y puesta en marcha de un Sello de Calidad de Turismo Activo en Cantabria

Programa 3.2. Apoyo al tejido empresarial del turismo activo		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. FORMACIÓN Y APOYO EMPRESARIAL		
Descripción y actuaciones: Disponer de un Sello de Calidad supone para el sector del turismo activo una serie de beneficios que se transmiten al demandante de este tipo de turismo como son: <ul style="list-style-type: none"> Confianza. Seguridad. Transparencia. Satisfacción. Por ello, es necesario establecer unos criterios y herramientas comunes con los cuales realizar un control de calidad de las actividades ofertadas dentro del sector del Turismo Activo de la región; la calidad se alcanza cuando se logra la plena satisfacción de los clientes, cuando se cumplen sus expectativas, cuando el producto turístico que se ofrece es veraz y se corresponde con el precio e interés de los demandantes.		
Periodo de ejecución: 	Prioridad: 	Estimación económica: Sin estimación económica
Financiación: <ul style="list-style-type: none"> Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria. 	Responsable ejecución: <ul style="list-style-type: none"> Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria 	Agentes implicados: <ul style="list-style-type: none"> Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues (ACANTA) Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio. Gobierno de Cantabria
Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> Sello de calidad diseñado Nº de empresas que cuentan con la distinción del sello de calidad 		



Anexo II

Fichas de seguimiento
de los indicadores



A continuación, se presenta un modelo de ficha que servirá para realizar el análisis individualizado de cada uno de los indicadores que se han propuesto anteriormente.

La información recogida en cada una de estas fichas nos permitirá obtener información de valor, referente a la adecuada evolución de los proyectos propuestos en el Plan Estratégico de Turismo Activo de Cantabria.

Nº de indicador:	PROYECTO:	
	PROGRAMA:	
	LINEA ESTRATÉGICA:	
Descripción:		
Modo de cálculo:		Unidades:
Periodo de ejecución:	Prioridad:	Responsable del indicador:
Financiación:	Tendencia	Administración competente
Cuantía estimada:	Deseable:	
Cuantía real:	Real:	
Estado:	Valoración:	
Finalizado		
En proceso		
Pendiente		
Desestimado		
Periodicidad del cálculo:	Fecha elaboración:	Fechas de actualización:
Observaciones:		
Tabla de datos y representaciones gráficas:		

Para rellenar la ficha de cada indicador, a continuación se detalla cual es el significado de cada apartado:

-
- **Nº de indicador:** número con el que se ha identificado el indicador en el Plan de Seguimiento.
 - **Proyecto:** nombre del proyecto al que pertenece el indicador.
 - **Programa:** programa al que pertenece el proyecto.
 - **Línea:** línea estratégica al cual hace referencia el proyecto.
 - **Objetivo:** se refiere al objetivo general que se pretende conseguir con el desarrollo del indicador.
 - **Descripción:** detalla en nombre del indicador, define el objetivo del mismo y aporta más información sobre el mismo.
 - **Modo de cálculo:** descripción de las operaciones que se han de realizar para hallar el índice, de manera que resulte uniforme a efectos comparativos.
 - **Unidades:** está asociada a la definición del indicador y su modo de cálculo.
 - **Periodo de ejecución:** tiempo estimado para realizar las actuaciones y/o proyectos que analiza el indicador.
 - **Prioridad:** grado de importancia que el Plan Estratégico concede al proyecto.
 - **Responsable del indicador:** agente responsable de actualizar y evaluar el indicador.
 - **Financiación:** cuantía estimada para la ejecución del proyecto y cuantía del coste real de la ejecución del mismo.
 - **Tendencia deseable:** se indicará siempre que sea posible con los datos que se dispongan. Se valorará su inclusión en los casos en los que se traten medidas absolutas que no permitan valorar una tendencia.
 - **Administración competente:** origen de los datos para el cálculo del indicador
 - **Estado:** grado de ejecución del proyecto
 - **Valoración:** resultado/valor del indicador y análisis del mismo
 - **Periodicidad del cálculo:** intervalo de tiempo en el que se analiza el indicador. Vendrá dada por sus características propias.
 - **Fecha de elaboración:** fecha en la que se ha calculado el Indicador por primera vez.
 - **Fechas de actualización:** fecha en la que se ha actualizado por última vez el indicador, o también periodo en el cual finaliza el periodo de estudio considerado en los datos expuestos.
 - **Observaciones:** cualquier consideración que sea necesario realizar y no encaje en alguno de los apartados anteriores.
 - **Tabla de datos y Representación gráfica:** plasma los datos calculados según el modelo de cálculo. Se representará de la mejor manera posible que defina el indicador.



Anexo III

Cuestionario de participación

Cuestionario Empresas

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

Herramienta de valoración empresas. Plan Estratégico Turismo Activo Cantabria PETAC 2019-20. Dirección General de Turismo del Gobierno de Cantabria.

* Required

Datos de la empresa de turismo activo

- Nombre

- Domicilio social de la empresa *

- Forma jurídica de la empresa *
Mark only one oval.
 Unipersonal/Autonomo
 Sociedad Limitada Unipersonal
 Sociedad Limitada
 Sociedad Civil
 Sociedad Anónima
 Other: _____
- Año de constitución de la empresa

- Participa en asociación empresarial o grupo de empresas de turismo activo
Mark only one oval.
 Sí
 No
- Señale la entidad en la que participa

https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VnePTnANtCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qjedit

1/13

pág. 1

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

7. Comarca en la que desarrolla la actividad principal *

Mark only one oval.

Asón-Agüera
 Besaya
 Campoo-Los Valles
 Costa Central
 Liébana
 Saja-Nansa
 Santander
 Trasmiera
 Valles Pasiegos

- Dispone de local de atención al público
Mark only one oval.
 Sí
 No
- Dispone de almacén *
Mark only one oval.
 Sí
 No
- Expone en un lugar visible las actividades que oferta y las tarifas
Mark only one oval.
 Sí
 No
- Dispone de Página Web
Mark only one oval.
 Sí
 No

https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VnePTnANtCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qjedit

2/13

pág. 2

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

12. Dispone de redes sociales

Check all that apply.

Facebook
 Instagram
 Twitter
 Youtube
 Google+
 Other: _____

- Tipo de actividad que oferta
Mark only one oval.
 Actividades acuáticas Skip to question 14.
 Actividades aéreas
 Actividades terrestres

Clasificación de actividades acuáticas

https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VnePTnANtCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qjedit

3/13

pág. 3

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

14. Actividades principales que desarrolla la empresa

Check all that apply.

Body Board
 Esquí acuático
 Fly surf
 Hidropedales
 Hidrospeed
 Moto acuática
 Pesca
 Pesca submarina
 piragüismo: canoa, kayak
 Rafting
 Remo
 Rutas en barco
 Ski en barco
 Ski bus
 Submarinismo
 Surf
 Navegación a Vela
 Windsurf
 Escafandrismo
 Stand Up Paddle (SUP)
 Paseos y excursiones en embarcaciones a motor
 Other: _____

Clasificación de actividades terrestres

https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VnePTnANtCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qjedit

4/13

pág. 4

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

15. Actividades principales que desarrolla la empresa
Check all that apply.

- Agroturismo
- Bicicleta, BTT
- Rutas, paseos a caballo
- Descenso de barrancos
- Escalada
- Espeleología y cuevas
- Golf
- Karts
- Montañismo y ascensiones
- Trail
- Observación astronómica
- Observación de aves, fauna
- Senderismo
- Rutas culturales
- Flora
- Paintball
- Puenting
- Quads
- Rapel
- Rocódromos
- Motos de nieve
- Raquetas de nieve
- Escalada en hielo
- Snowboarding
- Esquí y esquí de fondo
- Esquí fuera de pistas
- Esquí de montaña
- Esquí alpino/Estación de esquí
- Heliesquí
- Rutas en vehículos 4x4
- Talleres de naturaleza
- Tiro al plato
- Tiro con arco
- Trineo de perros

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy25YvnePTnANtCNVQ4RSWIRjUuR59j56@yn0-g/edit> 5/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

- Vías Ferratas
- Zorbing
- Mushing
- Heliesquí
- Circuito multiactividad (puentes colgantes, tirolinas, pasamanos, puentes tibetanos, etc...)
- Actividades de orientación
- Other: _____

Clasificación de actividades aéreas

16. Actividades principales que desarrolla la empresa
Check all that apply.

- Ala delta
- Globo
- Paracaidismo
- Parapente
- Ultraligero
- Vuelo sin motor/a vela
- Other: _____

Análisis del mercado

17. Origen de los clientes *
Mark only one oval.

- Cantabria
- Nacional
- Internacional

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy25YvnePTnANtCNVQ4RSWIRjUuR59j56@yn0-g/edit> 6/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

18. Principal origen de los clientes de Cantabria
Mark only one oval.

- Asón-Agüera
- Besaya
- Campoo-Los Valles
- Costa Central
- Liebana
- Saja-Nansa
- Santander
- Trasmiera
- Valles Pasiegos
- Other: _____

19. Principal origen de los clientes de Nacionales
Mark only one oval.

- Castilla León
- Madrid
- Asturias
- País Vasco
- Other: _____

20. Principal origen de los clientes Internacionales

21. Canales comerciales mediante los que sus clientes contactan con su empresa
Mark only one oval.

- Web propia
- Ferias, congresos
- Agencias de viajes
- Anuncios publicitarios en publicaciones (prensa, revistas, etc)
- Posicionamiento en buscadores
- Redes sociales (facebook, twitter)
- Folletos publicitarios en establecimientos turísticos (alojamientos, restaurantes, etc.)
- Oferta en cupones descuento (groupon, etc.)
- Other: _____

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy25YvnePTnANtCNVQ4RSWIRjUuR59j56@yn0-g/edit> 7/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

22. Opciones propuestas para la promoción del turismo activo

Desarrollo empresarial
 En este apartado las preguntas se refieren a la situación y necesidades de las empresas de turismo activo en Cantabria

Principales carencias para el desarrollo de su empresa

23. Dificultades de financiación
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

24. Fuerte competencia
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

25. Competencia informal
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

26. Falta de personal capacitado
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

27. Falta de certificaciones
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy25YvnePTnANtCNVQ4RSWIRjUuR59j56@yn0-g/edit> 8/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

28. Dificultades en la gestión de habilitaciones necesarias
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

29. Superposición de legislaciones
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

30. Alto costo de los seguros
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

31. Falta de infraestructura local
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

Recursos Humanos
En este apartado las preguntas se refieren a los recursos humanos de las empresas de turismo activo en Cantabria

32. Número de empleados/trabajadores fijos de la empresa *
Mark only one oval.

0
 1
 2-5
 6-10
 > 10

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VwPTnNTcCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qj/edit>

9/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

33. Número de empleados/trabajadores temporales de la empresa *
Mark only one oval.

0
 1
 2-5
 6-10
 > 10

34. Perfil de trabajador que demanda
Check all that apply.

Guía de trekking
 Guía de kayak
 Guía de rafting
 Guía bilingüe
 Guía de montañismo
 Vendedores
 Vendedores bilingües
 Administrativos
 Informático reservas
 Guía de Vías Ferratas
 Other: _____

35. Principales debilidades de los colaboradores/trabajadores
Check all that apply.

Idioma
 Habilidades técnicas
 Atención en primeros auxilios
 Interpretación ambiental
 Interpretación patrimonial, histórica y cultural
 Liderazgo y manejo de grupos
 Gestión de logística
 Atención al cliente
 Habilidades administrativas
 Other: _____

Necesidades de formación

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VwPTnNTcCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qj/edit>

10/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

36. Turismo de aventura *
Check all that apply.

Auxiliar de travesías en ambientes naturales
 Gestión de riesgos
 Socorrismo y primeros auxilios
 Búsqueda y rescate
 Interpretación ambiental
 Interpretación del patrimonio histórico y cultural
 Other: _____

37. Especialización *
Check all that apply.

Guía de cicloturismo
 Guía de Kayak
 Guía de espeleología
 Auxiliar de Guías de Kayak
 Rescate en río de montaña
 Vías Ferratas
 Other: _____

38. Gestión
Check all that apply.

Administración de empresa
 Amadeus
 Marketing digital y estrategia en redes sociales para turismo
 Comercialización de servicios turísticos
 Prestación de servicios turísticos de aventura para personas con discapacidades
 Legislación de la actividad turística
 Other: _____

Análisis situación de Cantabria
Valore las potencialidades y debilidades del turismo activo en Cantabria

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VwPTnNTcCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qj/edit>

11/13

Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

39. Señala las debilidades principales del sector
Check all that apply.

Inexistencia de una Marca del producto de turismo activo en Cantabria
 Falta de identificación de iconos y simbología común en la región
 Recursos infrautilizados por distintos motivos
 Estacionalidad
 Escaso desarrollo de determinados productos frente a la masificación de otros
 Grado de cualificación del personal
 Inexistencia de normativa regulada de este tipo de turismo
 Intrusismo empresarial y competencia desleal
 Other: _____

40. Señala las amenazas principales del sector
Check all that apply.

Destinos localizados en comunidades limítrofes más identificables por tener una marca definida y por estar sujetos a normativa específica
 Destinos mejor posicionados en cuanto al turismo rural
 Destinos de competencia muy directa con mayores presupuestos dedicados a sus estrategias turísticas
 Other: _____

41. Señala las Fortalezas principales del sector
Check all that apply.

Zonas de la región con un amplio potencial relacionado con la naturaleza y con el desarrollo sostenible
 Destinos con un enorme potencia para el turismo activo y deportivo, enfocado al turismo de experiencias
 Agentes locales especializados en el desarrollo de diversos productos turísticos
 Amplia oferta de alojamientos de todo tipo: desde hoteles rurales a albergues, campings, casas de alquiler completo, etc.
 Ofertas y paquetes de turismo rural orientadas al turismo familiar y de fin de semana
 Variedad de recursos turísticos en distancias reducidas: en menos de media hora puedes estar realizando surf en las playas de la costa occidental y una visita de espeleología en la Cueva del Sotiso.
 Red de oficinas y puntos de información turística
 Santander como ciudad atractiva para los visitantes y turistas
 Other: _____

<https://docs.google.com/forms/d/1HFy2Z5VwPTnNTcCNVQR5W1RjUuR59j56@yn0-qj/edit>


12/13



Cuestionario análisis de la empresa de turismo activo

42. Señala las Oportunidades principales del sector
Check all that apply.

- Coordinación entre los agentes privados y las administraciones públicas
- Fidelidad de mercados cercanos: País Vasco, Castilla León, etc
- Utilizar el factor humano como elemento diferenciador
- Potenciar la relación con otras administraciones pertenecientes a otros ámbitos como por ejemplo el educativo.: UC, UIMP, etc.
- Establecer un plan de coordinación para toda la red de oficinas de turismo
- Elaboración de productos que impliquen en su desarrollo a los habitantes del lugar
- Desarrollo nuevos productos con el objetivo de desestacionalizar la demanda
- Creación de un sello de calidad para las empresas del sector
- Participación en campañas, ferias y otro tipo de eventos de promoción del turismo activo
- Búsqueda de mercados emergentes
- Other: _____

Powered by  Google Forms

<https://docs.google.com/forms/d/1HfyZ51WwPTtANtCnVQeRSW1R1uR3B564ymD-g/edit> 13/13

Cuestionario Técnicos

Cuestionario análisis de turismo activo

Cuestionario análisis de turismo activo

Herramienta de valoración Técnicos. Plan Estratégico Turismo Activo Cantabria PETAC 2019-20.
Dirección General de Turismo del Gobierno de Cantabria.

* Required

Datos de entidad vinculada a turismo activo

1. Nombre

2. Domicilio social de la entidad

3. Tipo de la entidad *

Mark only one oval.

ADL

ADT

Grupo de Acción Local

Entidad Local

Federación

Other: _____

4. Existe en su territorio asociación empresarial o grupo de empresas de turismo activo

Mark only one oval.

Sí

No

5. Señale el nombre de la entidad asociativa

https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP47Dqwedf 1/14

pág. 1

Cuestionario análisis de turismo activo

6. Comarca en la que se encuentra

Mark only one oval.

Asón-Agüera

Besaya

Campoo-Los Valles

Costa Central

Liébana

Saja-Nansa

Santander

Trasmiera

Valles Pasiegos

7. Dispone de Página Web

Mark only one oval.

Sí

No

8. Dispone de redes sociales

Check all that apply.

Facebook

Instagram

Twitter

Youtube

Google+

Other: _____

9. Tipo de actividad con más representación en su territorio

Mark only one oval.

Actividades acuáticas Skip to question 10.

Actividades aéreas

Actividades terrestres

Clasificación de actividades acuáticas

https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP47Dqwedf 2/14

pág. 2

Cuestionario análisis de turismo activo

10. Actividades principales que desarrollan

Check all that apply.

Body Board

Esquí acuático

Fly surf

Hidropedales

Hidrospeed

Moto acuática

Pesca

Pesca submarina

piragüismo: canoa, kayak

Rafting

Remo

Rutas en barco

Ski en barco

Ski bus

Submarinismo

Surf

Vela

Windsurf

Escalandrismo

Stand Up Paddle (SUP)

Paseos y excursiones en embarcaciones a motor

Other: _____

Clasificación de actividades terrestres

https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP47Dqwedf 3/14

pág. 3

Cuestionario análisis de turismo activo

11. Actividades principales que desarrollan

Check all that apply.

Agroturismo

Bicicleta, BTT

Rutas, paseos a caballo

Descenso de cañones

Escalada

Espeleología y cuevas

Esquí y esquí de fondo

Golf

Karts

Montañismo y ascensiones

Motos de nieve

Trail

Observación astronómica

Observación de aves, fauna

Flora

Paintball

Puenting

Quads

Rapel

Raquetas de nieve

Rocódromos

Rutas culturales

Rutas en vehículos 4x4

Senderismo

Snowboard

Talleres de naturaleza

Tiro al plato

Tiro con arco

Trineo de pernos

Vías Ferratas

Zorbing

Mushing

Heliesquí

Circuito multiactividad (puentes colgantes, trolinas, pasamanos, puentes)

https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP47Dqwedf 4/14

pág. 4

Cuestionario análisis de turismo activo

libetanos, etc...)

Esquí fuera de pistas

Esquí de montaña

Esquí alpino/Estación de esquí

Actividades de Orientación

Other: _____

Clasificación de actividades aéreas

12. **Actividades principales que se desarrollan**
Check all that apply.

Ala delta

Globo

Paracaidismo

Parapente

Ultraligero

Vuelo sin motor/a vela

Other: _____

Análisis del mercado

13. **Origen de los visitantes**
Mark only one oval.

Cantabria

Nacional

Internacional

<https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqPw7Dqwedt> 6/14

Cuestionario análisis de turismo activo

14. **Principal origen de los visitantes de Cantabria**
Mark only one oval.

Asón-Agüera

Besaya

Campoo-Los Valles

Costa Central

Liebana

Saja-Nansa

Santander

Trasmiera

Valles Pasiegos

Other: _____

15. **Principal origen de los visitantes Nacionales**
Mark only one oval.

Castilla León

Madrid

Asturias

País Vasco

Other: _____

16. **Principal origen de los visitantes Internacionales**

17. **Canales comerciales mediante los que los visitantes contactan con las entidades**
Mark only one oval.

Web propia

Ferias, congresos

Agencias de viajes

Anuncios publicitarios en publicaciones (prensa, revistas, etc.)

Posicionamiento en buscadores

Redes sociales (facebook, twitter)

Folletos publicitarios en establecimientos turísticos (alojamientos, restaurantes, etc.)

Oferta en cupones descuento (groupon, etc.)

Other: _____

<https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqPw7Dqwedt> 6/14

Cuestionario análisis de turismo activo

Valore las acciones de promoción

18. **Campañas online (redes sociales, concursos, etc.)**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

19. **Viaje de prensa, programas de televisión, medios publicitarios**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

20. **Viajes de familiarización (agencia de viajes)**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

21. **Publicidad en los medios tradicionales (prensa, radio, etc)**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

22. **Inclusión en catálogo nacional de turismo activo**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

lo más importante menos importante

23. **Web nacional especializada de empresas de turismo activo**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

<https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqPw7Dqwedt> 7/14

Cuestionario análisis de turismo activo

24. **Web regional especializada en turismo**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

25. **Ofertas en cupones de descuento (groupon, etc)**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

26. **Opciones propuestas la promoción**

Desarrollo empresarial
En este apartado las preguntas se refieren a la situación y necesidades de las empresas de turismo activo en Cantabria

Principales carencias para el desarrollo del sector

27. **Equipo antiguo o insuficiente**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

28. **Dificultades de financiación**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

29. **Ventas insuficientes**
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

<https://docs.google.com/forms/d/1B05QXWkqEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqPw7Dqwedt> 8/14

Cuestionario análisis de turismo activo

30. Desconocimiento de otros mercados
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

31. Fuerte competencia
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

32. Competencia informal
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

33. Falta de personal capacitado
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

34. Falta de certificaciones
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

35. Dificultades en la gestión de habilitaciones necesarias
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

https://docs.google.com/forms/d/1B05QWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP4e7Dqwedt 9/14

Cuestionario análisis de turismo activo

36. Obstáculos administrativos para poder operar
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

37. Superposición de legislaciones
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

38. Alto costo de los seguros
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

39. Dificultades de gestión en las empresas
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

40. Falta de infraestructura local
Mark only one oval.

1 2 3 4 5

menos importante lo más importante

Recursos Humanos
En este apartado las preguntas se refieren a los recursos humanos de las empresas de turismo activo en Cantabria

https://docs.google.com/forms/d/1B05QWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP4e7Dqwedt 10/14

Cuestionario análisis de turismo activo

41. Perfil de trabajador que demanda el sector
Check all that apply.

- Guía de trekking
- Guía de kayak
- Guía de rafting
- Guía bilingüe
- Guía de montañismo
- Vendedores
- Vendedores bilingües
- Administrativos
- Informático reservas
- Guía de Vías Ferratas
- Other: _____

42. Principales debilidades de los colaboradores/trabajadores
Check all that apply.

- Idioma
- Habilidades técnicas
- Atención en primeros auxilios
- Interpretación ambiental
- Interpretación patrimonial, histórica y cultural
- Liderazgo y manejo de grupos
- Gestión de logística
- Atención al cliente
- Habilidades administrativas
- Other: _____

Necesidades de formación

https://docs.google.com/forms/d/1B05QWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP4e7Dqwedt 11/14

Cuestionario análisis de turismo activo

43. Turismo de aventura
Check all that apply.

- Auxiliar de travesías en ambientes naturales
- Gestión de riesgos
- Socorismo y primeros auxilios
- Búsqueda y rescate
- Interpretación ambiental
- Interpretación del patrimonio histórico y cultural
- Other: _____

44. Especialización
Check all that apply.

- Guía de cicloturismo
- Guía de Kayak
- Guía de espeleología
- Auxiliar de Guías de Kayak
- Rescate en río de montaña
- Guía surf , etc
- Other: _____

45. Gestión
Check all that apply.

- Administración de empresa
- Amadeus
- Marketing digital y estrategia en redes sociales para turismo
- Comercialización de servicios turísticos
- Prestación de servicios turísticos de aventura para personas con discapacidades
- Legislación de la actividad turística
- Other: _____

Análisis situación de Cantabria
Valore las potencialidades y debilidades del turismo activo en Cantabria

https://docs.google.com/forms/d/1B05QWkqpeEj2jpu3QL4zLFmejqcQKqP4e7Dqwedt 12/14

Cuestionario análisis de turismo activo

46. Señala las debilidades principales del sector
Check all that apply.

- Inexistencia de una Marca del producto de turismo activo en Cantabria
- Falta de identificación de iconos y simbología común en la región
- Recursos infrautilizados por distintos motivos
- Estacionalidad
- Escaso desarrollo de determinados productos frente a la masificación de otros
- Grado de cualificación del personal
- Inexistencia de normativa regulada de este tipo de turismo
- Intrusismo empresarial y competencia desleal
- Other: _____

47. Señala las amenazas principales del sector
Check all that apply.

- Destinos localizados en comunidades limítrofes más identificables por tener una marca definida y por estar sujetos a normativa específica
- Destinos mejor posicionados en cuanto al turismo rural
- Destinos de competencia muy directa con mayores presupuestos dedicados a sus estrategias turísticas
- Other: _____

48. Señala las Fortalezas principales del sector
Check all that apply.


- Zonas de la región con un amplio potencial relacionado con la naturaleza y con el desarrollo sostenible
- Destinos con un enorme potencia para el turismo activo y deportivo, enfocado al turismo de experiencias
- Agentes locales especializados en el desarrollo de diversos productos turísticos
- Amplia oferta de alojamientos de todo tipo: desde hoteles rurales a albergues, campings, casas de alquiler completo, etc.
- Oleras y paquetes de turismo rural orientadas al turismo familiar y de fin de semana
- Variedad de recursos turísticos en distancias reducidas: en menos de media hora puedes estar realizando surf en las playas de la costa occidental y una visita de espeleología en la Cueva del Sogiao.
- Red de oficinas y puntos de información turística
- Santander como ciudad atractiva para los visitantes y turistas
- Other: _____

<https://docs.google.com/forms/d/1B05QWkqpcEj2jpu3QL4zLF7mejcgQKqPw7Dqwedt> 13/14

Cuestionario análisis de turismo activo

49. Señala las Oportunidades principales del sector
Check all that apply.

- Coordinación entre los agentes privados y las administraciones públicas
- Fidelidad de mercados cercanos: País Vasco, Castilla León, etc
- Utilizar el factor humano como elemento diferenciador
- Potenciar la relación con otras administraciones pertenecientes a otros ámbitos como por ejemplo el educativo.: UC, UIMP, etc.
- Establecer un plan de coordinación para toda la red de oficinas de turismo
- Elaboración de productos que impliquen en su desarrollo a los habitantes del lugar
- Desarrollo nuevos productos con el objetivo de desestacionalizar la demanda
- Creación de un sello de calidad para las empresas del sector
- Participación en campañas, ferias y otro tipo de eventos de promoción del turismo activo
- Búsqueda de mercados emergentes
- Other: _____

Powered by


<https://docs.google.com/forms/d/1B05QWkqpcEj2jpu3QL4zLF7mejcgQKqPw7Dqwedt> 14/14



Edita:

Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio
del Gobierno de Cantabria

Albert Einstein, 2. 39011 Santander



Colabora:

Asociación Cántabra de Turismo Activo y Albergues



Diciembre 2018



