



PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020 - 2030

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA **RESERVA DE LA BIOSFERA TRANSFRONTERIZA TAJO – TEJO INTERNACIONAL**



OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



**DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN -
ALGUNOS ASPECTOS CLAVE**



ESTRATEGIAS DE MARKETING



PLAN DE ACCIÓN



¿POR DÓNDE EMPEZAMOS?



1

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

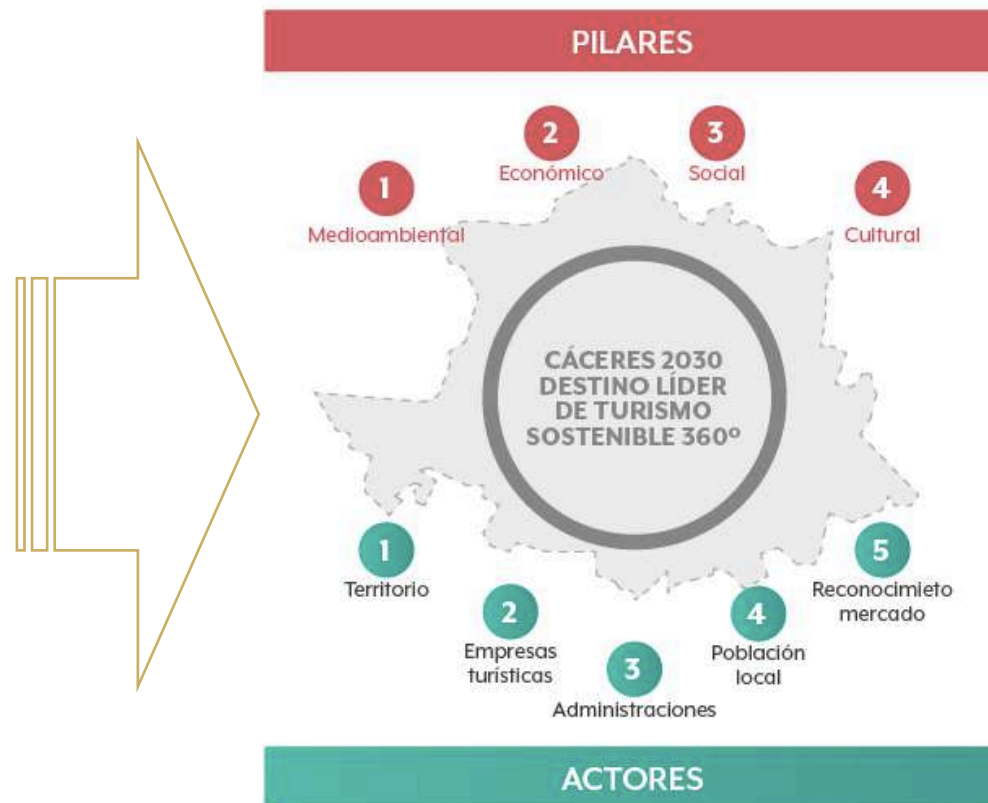
Objetivos y metodología



El objetivo prioritario:

Incrementar la competitividad del marketing y promoción turística del territorio de la Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo – Tejo Internacional y de sus empresas turísticas, teniendo en cuenta el concepto de sostenibilidad turística 360°.

Pilares y actores involucrados en el destino sostenible



Objetivos y metodología



¿DÓNDE ESTAMOS?
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD DEL MARKETING TURÍSTICO

INTERNO

EXTERNO



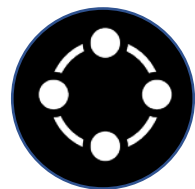
¿DÓNDE NOS GUSTARÍA ESTAR DENTRO DE 10 AÑOS?
ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE 2020 - 2030

POSICIONAMIENTO

PRODUCTO

MERCADO

CANAL



¿CÓMO LO VAMOS A CONSEGUIR?
PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE 2020-2022

HERRAMIENTAS Y SOPORTES
GENÉRICOS

MERCADOS, PRODUCTOS TURÍSTICOS
PRIORITARIOS Y CANALES DE PROMOCIÓN

CALENDARIO Y PRÓXIMOS
PASOS



¿QUIÉN LIDERARÁ EL TRABAJO Y QUIÉN PARTICIPARÁ?
MODELO DE GOBERNANZA TURÍSTICA



Objetivos y metodología

UN PLAN CON PARTICIPACIÓN DE TODOS Y PARA TODOS

01



635 ENCUESTAS
A LA
POBLACIÓN
LOCAL

02



140 ENTREVISTAS
EL SECTOR
TURÍSTICO EN
DESTINO – 10 EN
NUESTRO
TERRITORIO

03



170 ENCUESTAS
ONLINE AL
SECTOR
TURÍSTICO EN
DESTINO – 20
PARTICIPANTES
DEL
TERRITORIO

04



3 TALLERES DE
TRABAJO – 12,
14 Y 19
PARTICIPANTES

05



605
ENCUESTAS AL
PÚBLICO
OBJETIVO EN
ORIGEN

06



20 ENCUESTAS
AL TRADE

07



3
INVESTIGACIONES
CUALITATIVAS



2

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN – ALGUNOS ASPECTOS CLAVE



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

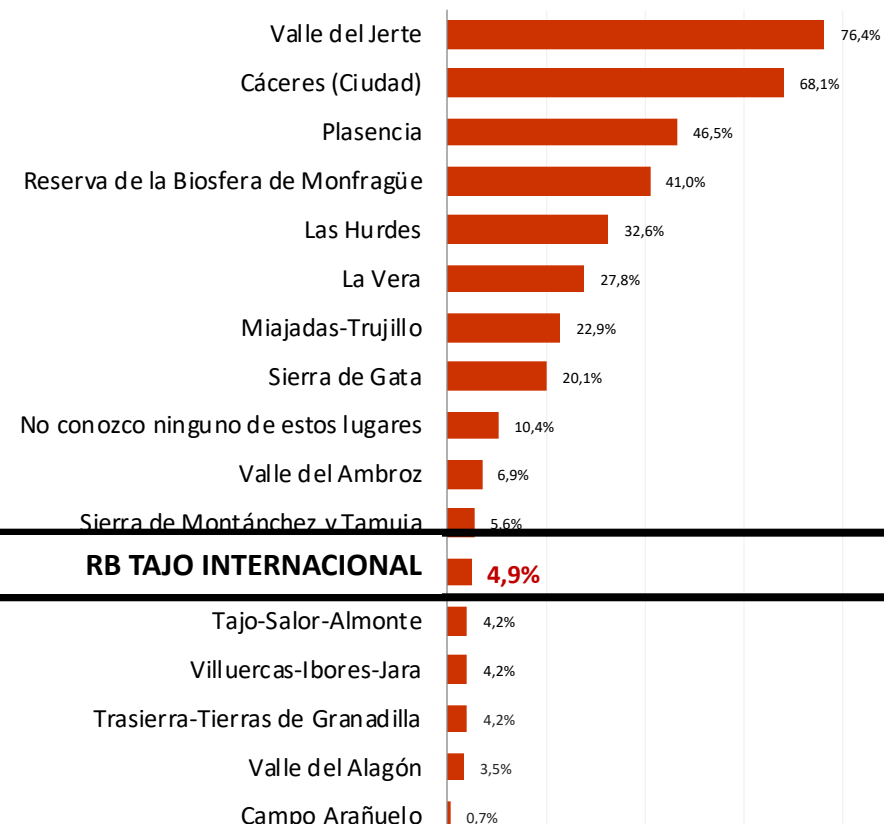


Un destino **prácticamente desconocido** a nivel nacional.



Grado de conocimiento sobre los principales destinos turísticos de la provincia de Cáceres entre la demanda turística nacional

¿Ha oído hablar o dispone de información sobre alguno de estos destinos turísticos de la provincia de Cáceres?



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional potencial, personas que no han viajado a la provincia de Cáceres en los últimos tres años, n = 166 personas, año 2019

Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

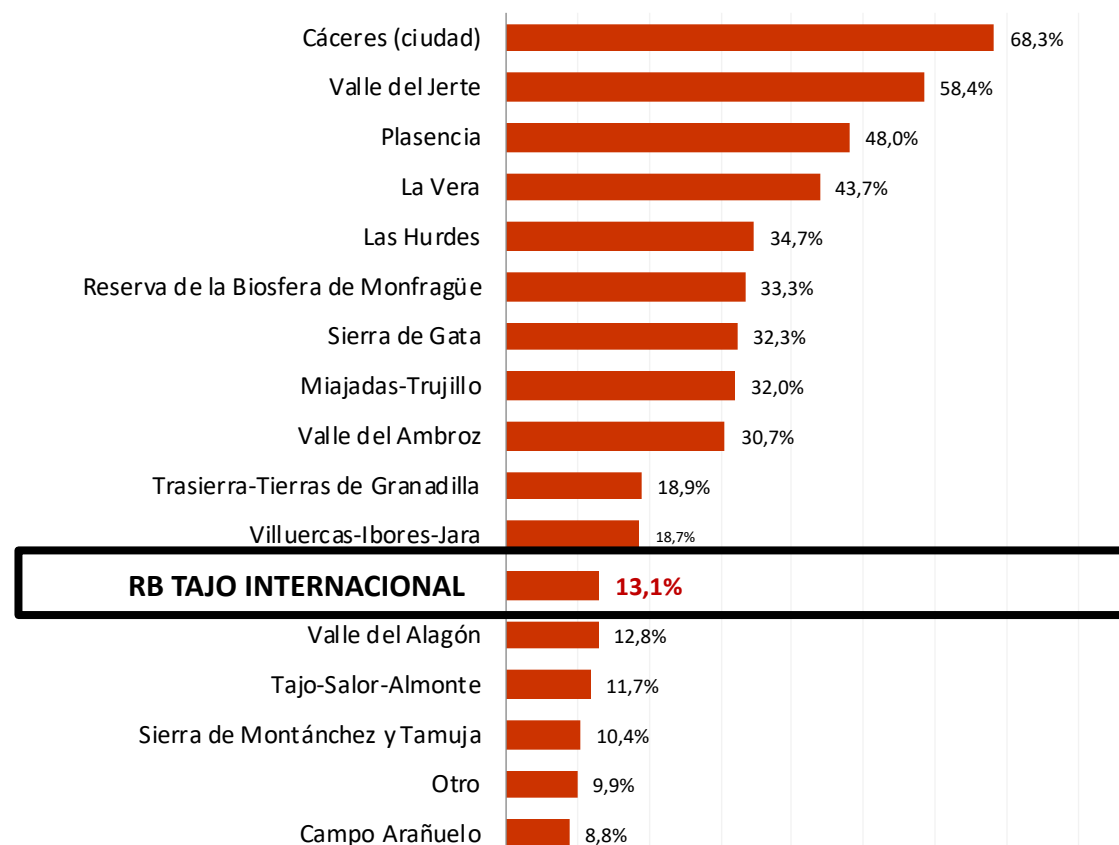


Un destino **poco visitado** por parte de la **demanda turística nacional actual**.



Destinos turísticos que ha visitado la demanda turística nacional en un viaje por la provincia de Cáceres

¿Podría indicar qué destinos de la provincia de Cáceres ha visitado?



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional real, personas que han viajado a la provincia de Cáceres en los últimos tres años, n = 438 personas, año 2019

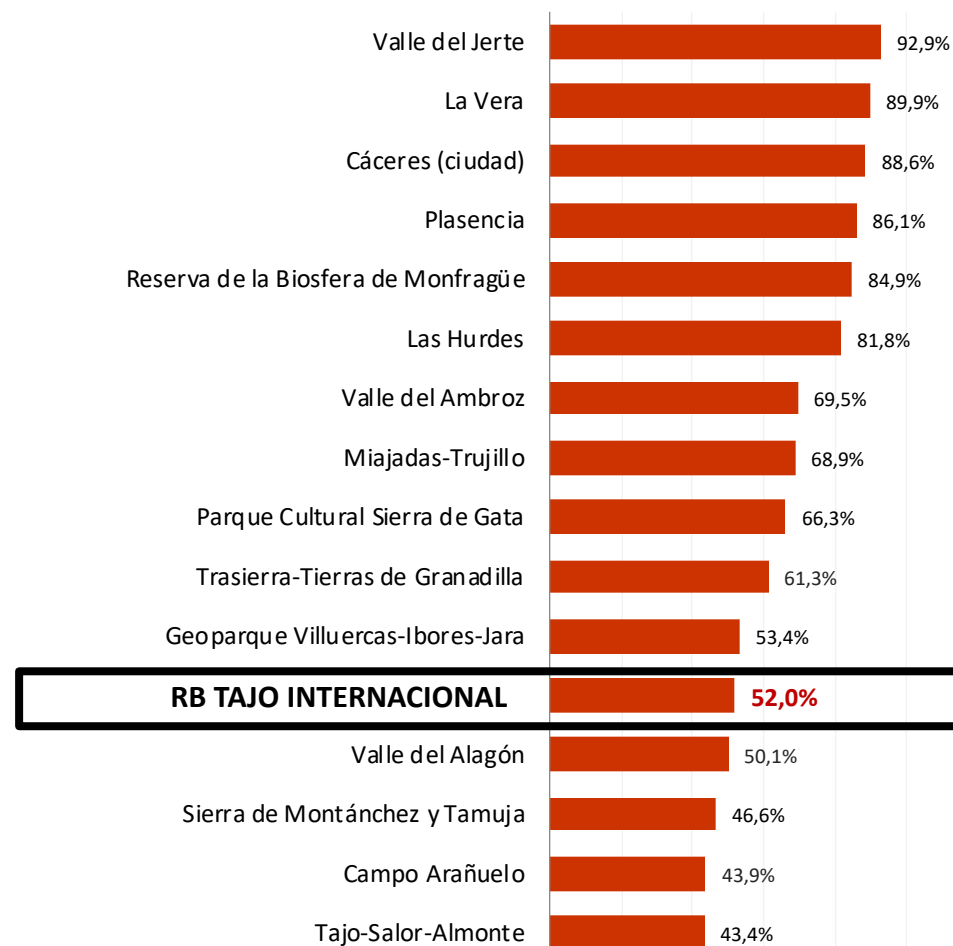
Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Un destino **supuestamente poco visitado** por parte de los **residentes** en la provincia de **Cáceres**.



Destinos turísticos que han visitado los residentes en la provincia de Cáceres en los últimos tres años

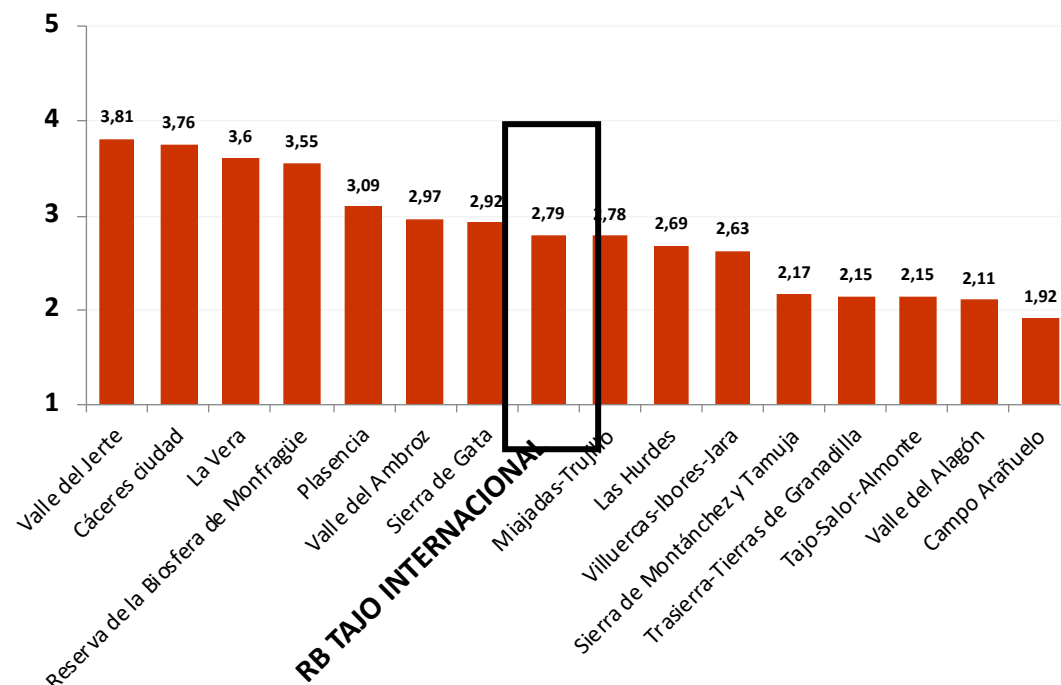


Fuente: Encuesta a residentes en la provincia de Cáceres,, n = 635 personas, año 2019

Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

Un destino aun necesitado de desarrollo turístico

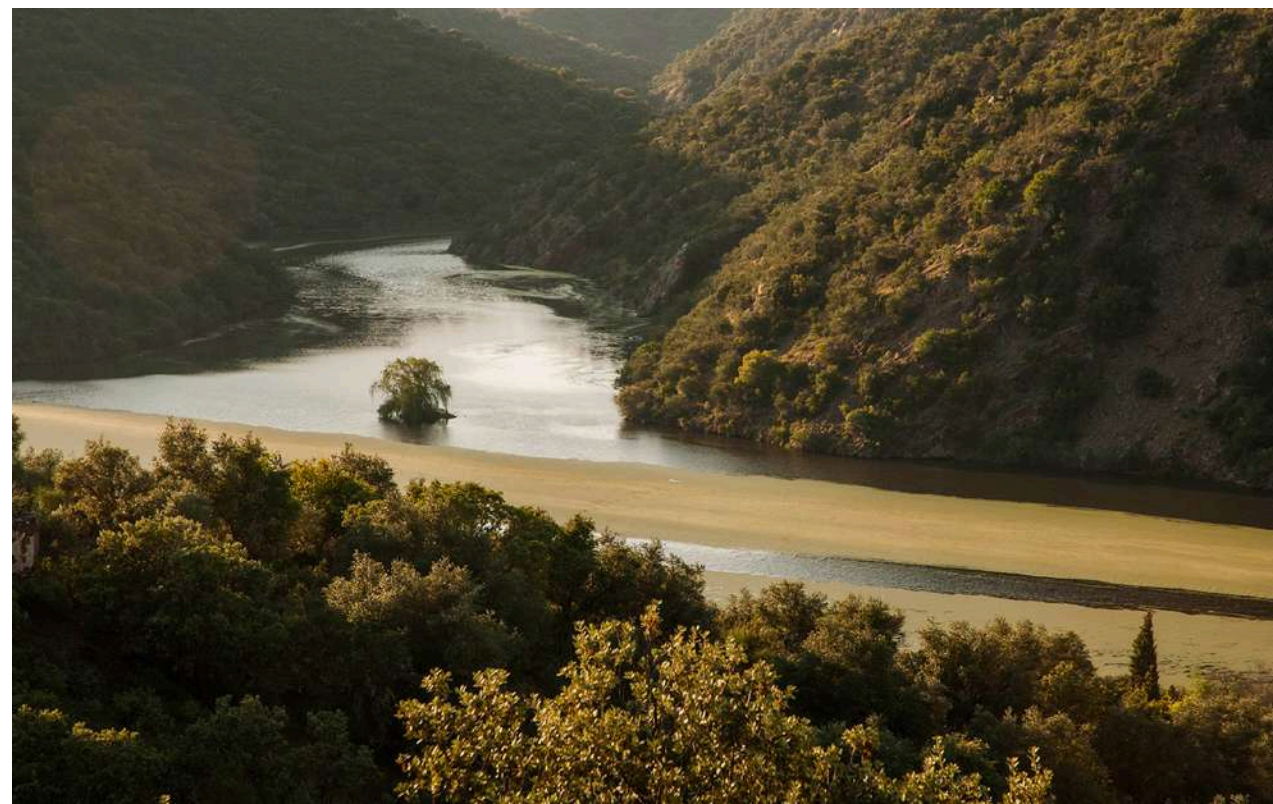
¿En qué nivel de desarrollo turístico considera que se encuentran actualmente los siguientes destinos turísticos de la provincia de Cáceres?



Fuente: Encuesta realizada al sector turístico de la provincia



Un destino que se considera todavía relativamente poco desarrollado.



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Un destino **bien valorado** por parte de los **residentes en la provincia de Cáceres**, aunque todavía por debajo de los destinos del norte de la provincia y de la otra Reserva de la Biosfera.



Valoración del grado de atractivo de los destinos turísticos de la provincia de Cáceres por parte de los residentes



Fuente: Encuesta a residentes en la provincia de Cáceres,, n = 635 personas, año 2019

Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

Actualmente, ¿qué imágenes le vienen a la mente cuando piensa en la Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo – Tejo Internacional como destino para realizar una escapada o pasar unas vacaciones?



Un destino con una **muy buena imagen** entre sus conocedores, **asociado** por encima de todo al turismo “**slow**” en la **naturaleza**, al **barco del Tajo / crucero / agua** y a las **aves / ornitología**.



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional, n = 605 personas, año 2019



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



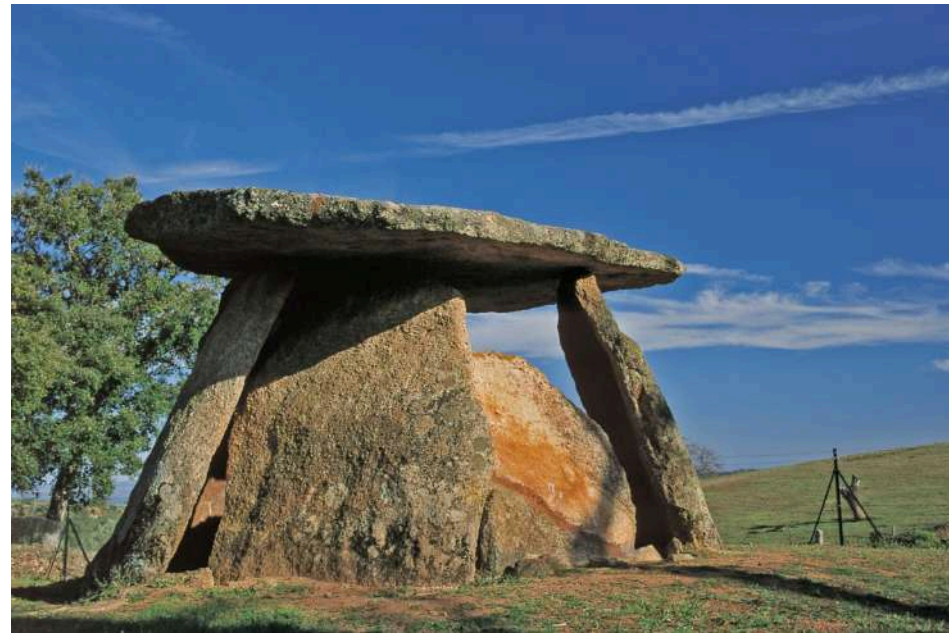
Gran diversidad y variedad de **recursos turísticos** de **altísima calidad** y **singularidad**, tanto **naturales** como **culturales** (materiales e inmateriales), aunque **no tanto** a nivel de **imagen** y **percepción** de los **consumidores potenciales** en origen.



Reconocimiento como **Reserva de la Biosfera Transfronteriza** por la **UNESCO**.



Cultura rayana - multiculturalidad.



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Reciente integración al destino de territorios con recursos (especialmente culturales) de altísimo valor y singularidad.



Destino todavía más tranquilo / “slow”, más auténtico, más rural y menos masificado que la gran mayoría de los destinos competidores en la zona centro-oeste de España.



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Todavía baja notoriedad del destino entre los segmentos de demanda prioritarios en origen.



Destino con una **demanda turística muy baja**, claramente **por debajo de la media** de los destinos de la provincia de Cáceres.



Relativa lejanía con respecto a la zona centro de España, especialmente Comunidad de Madrid.



Realidad turística mucho más diversa que su **imagen**. Imagen únicamente **asociada** al eje de la **naturaleza en un sentido amplio** y al **turismo “slow”**. **Inexistente asociación** a la **cultura material e inmaterial**.



Todavía poco aprovechamiento del **carácter transfronterizo** de la Reserva de la Biosfera.

Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Todavía bajo conocimiento sobre los límites territoriales del destino “Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo – Tejo Internacional.”



Alta dependencia de la planificación, organización y gestión del marketing y comercialización turística del territorio de entidades supra-territoriales.



Falta de Ente Gestor y/o de personal técnico de marketing turístico en el propio destino. Poca colaboración público-privada en destino.



3

ESTRATEGIAS DE MARKETING



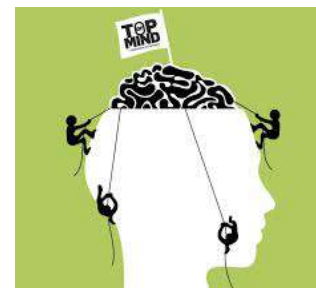
Estrategia de imagen y posicionamiento



La Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo – Tejo Internacional, uno de los territorios de la provincia de Cáceres con una **estrategia de imagen y posicionamiento más diferenciadora, basada en la apuesta por una Reserva de la Biosfera Transfronteriza, reconocida por la UNESCO.**

Con respecto a esta apuesta, no hay nada que objetar.

pero



Tiene la **necesidad de explicarse más, para incrementar su NOTORIEDAD.**



Tiene que **fortalecer** todavía más su **carácter transfronterizo**, para convertirse en un destino realmente internacional.



Tiene que **dar a conocer toda su amplia variedad y diversidad** para conseguir que los consumidores potenciales en origen vean en él algo más que naturaleza virgen, agua y aves!

Estrategia de imagen y posicionamiento

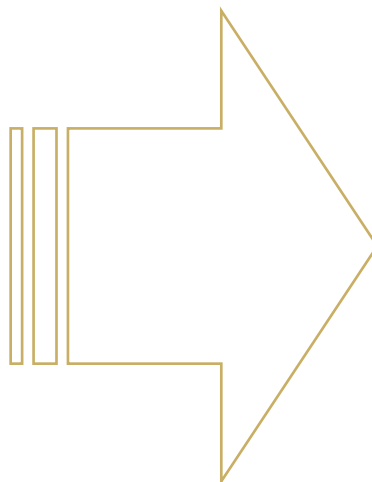


Estrategia de imagen y posicionamiento



¡Tiene un potencial increíble!

¡Solo tiene que creérselo!



La Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo - Tejo Internacional - un paraíso de verdad, para viajeros de verdad!

La Reserva de la Biosfera Tajo Internacional es un destino para viajeros de verdad. Es un destino para viajeros que saben apreciar las cosas verdaderas y auténticas, los pequeños placeres de la vida. Es un destino especialmente relajante y tranquilo, que permite reconectar contigo mismo, con tu cuerpo y alma. Pero también es un destino para aprender cosas nuevas, para disfrutarlo activamente, solo, con la pareja, en grupo o en familia.

No es un destino cualquiera.

Es un paraíso de verdad, un lugar remoto, en el que no ha pasado el tiempo. Es un lugar puro, de felicidad absoluta.

Al mismo tiempo, es un lugar de abundancia en el que no falta de nada para alcanzar la felicidad. En el paraíso, nos imaginamos una abundante flora y fauna y sus habitantes que viven y conviven con él en perfecta armonía.

Este paraíso de verdad - para viajeros de verdad - es...

¡la Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo - Tejo Internacional!

Estrategia de imagen y posicionamiento

TERRITORIOS UNESCO

Posicionamiento:

Un territorio preservado y protegido, relajado y tranquilo, en el eje central de la provincia de Cáceres

Un destino para los viajeros que quieren explorar ecosistemas únicos, y realizar un turismo responsable.

Ejes de comunicación:

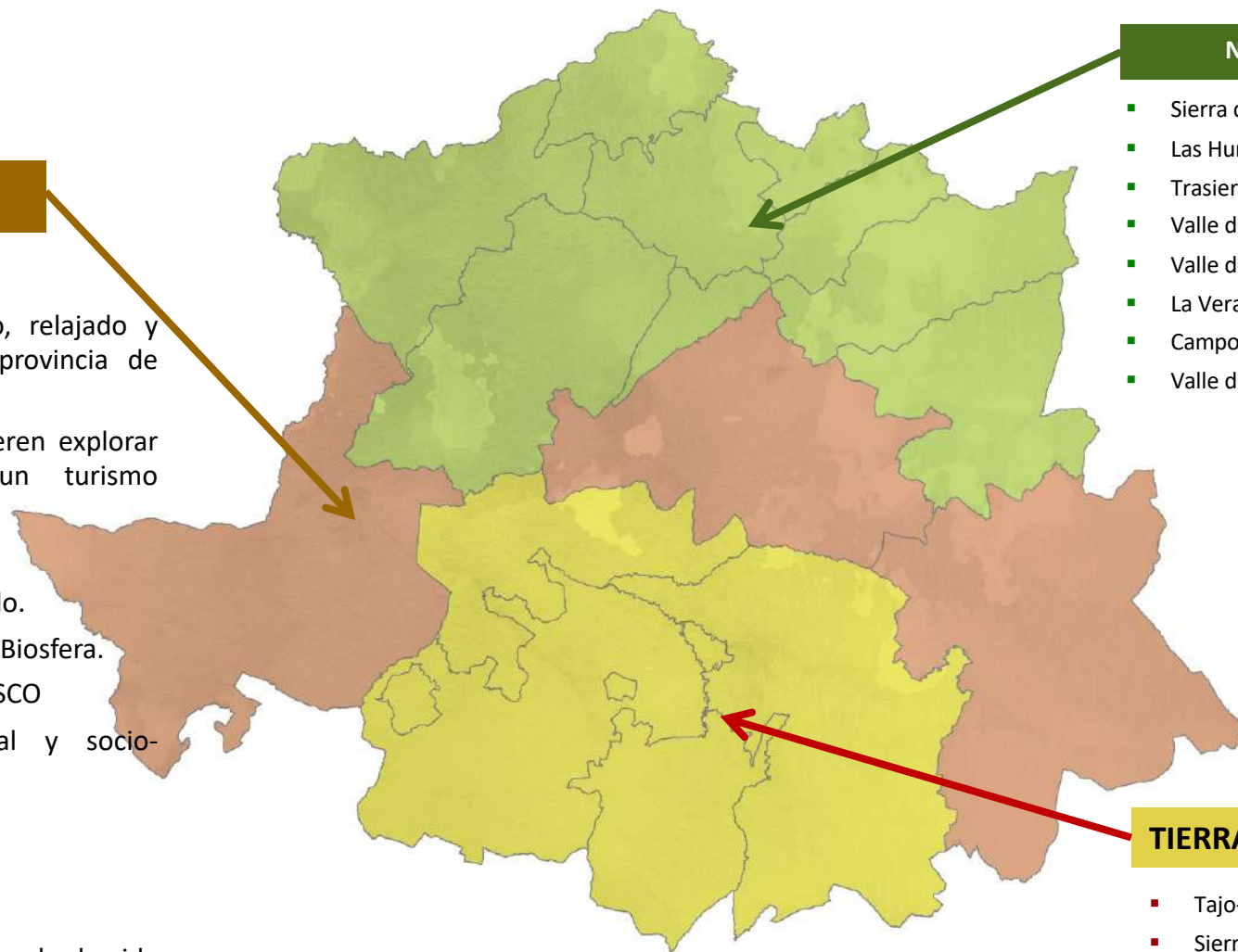
- Ecoturismo educativo y especializado.
- La convivencia entre el hombre y la Biosfera.
- Las figuras de protección de la UNESCO
- La sostenibilidad medioambiental y socio-cultural.
- Los ecosistemas, la flora y la fauna.
- Los paisajes.
- Los cielos.
- La gastronomía ligada al paisaje y modo de vida de los pueblos.

NORTE DE CÁCERES

- Sierra de Gata
- Las Hurdes
- Trasierra – Tierras de Granadilla
- Valle del Ambroz
- Valle del Jerte
- La Vera
- Campo Arañuelo
- Valle del Alagón

TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO

- Tajo-Salor
- Sierra de Montánchez y Tamuja
- Miajadas - Trujillo



EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA TRANSFRONTERIZA TAJO – TEJO INTERNACIONAL

Imagen de portafolio actual:
biodiversidad preservada,
agua y “slow”

EL OBJETIVO



La diversificación

**Los productos palanca de
una Reserva de la Biosfera
Transfronteriza**

**Ecoturismo en un
sentido amplio**

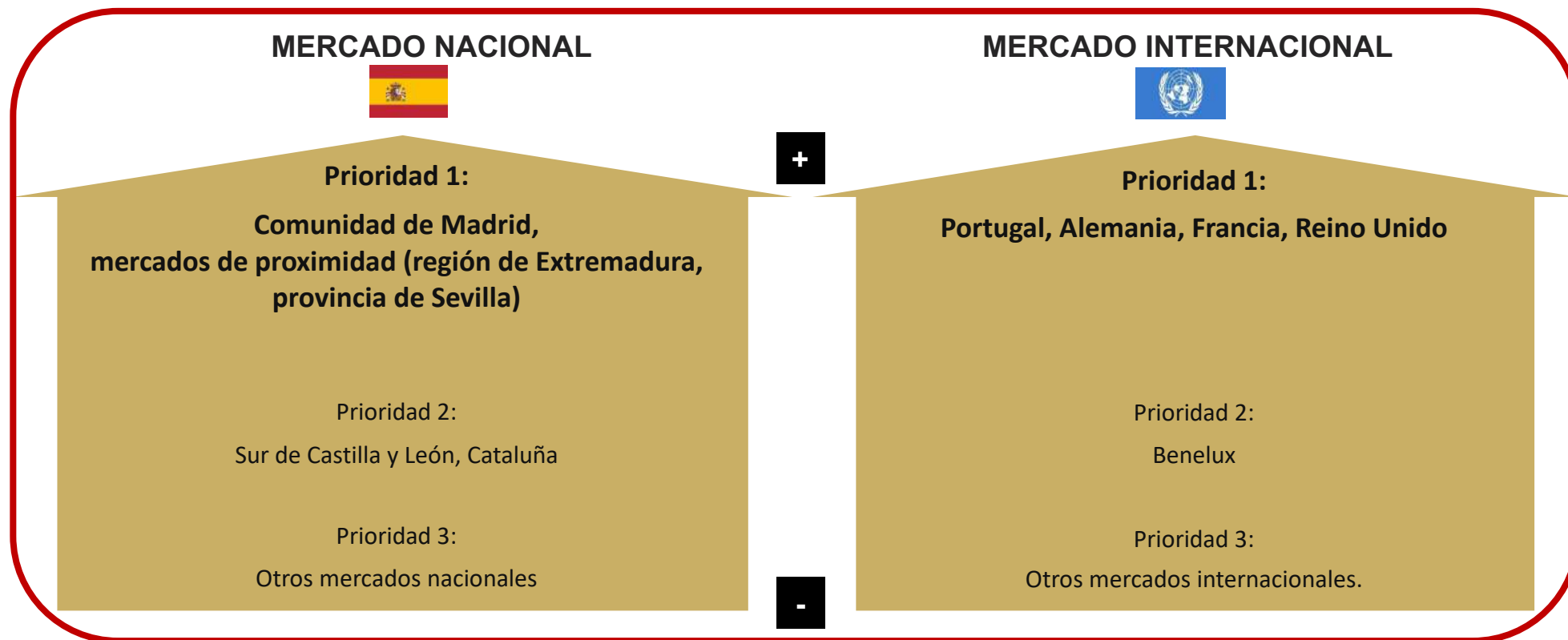
Turismo ornitológico, turismo de
agua, observación de flora y
fauna, fotografía de naturaleza,
senderismo, BTT, astroturismo,
agroturismo,...

&

**Patrimonio cultural
material e inmaterial**

Escapadas culturales, touring cultural,
Cáceres Patrimonio, 100% Cáceres –
cultura e identidad, cultura e identidad
rayana

Mercados emisores prioritarios del territorio Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo – Tejo Internacional



Estrategia de mercado

“Adults only”

...con un estilo de vida...

...que les gusta...

“Best-agers”



EMPTY-NESTERS



DINK's



LOHAS

Lifestyles of
Health and
Sustainability



Que les gusta conocer la cultura
(material e inmaterial) del territorio



Que les gusta explorar los sabores de
la gastronomía autóctona



Que les gusta descubrir una flora y
fauna única



Que les gusta realizar alguna
actividad ligera en un entorno
natural intacto



Que les gusta simplemente
desestresarse y renovarse

1

Estrategia de mercado

...con un estilo de vida...

2

Aficionados a la
ornitología



Que les gusta disfrutar de experiencias lúdicas, lúdico-educativas o educativas que permitan observar aves y disfrutar del mundo de la ornitología

3

Familias con hijos
pequeños



Familias con hijos
grandes



Que les gusta vivir una experiencia rural familiar



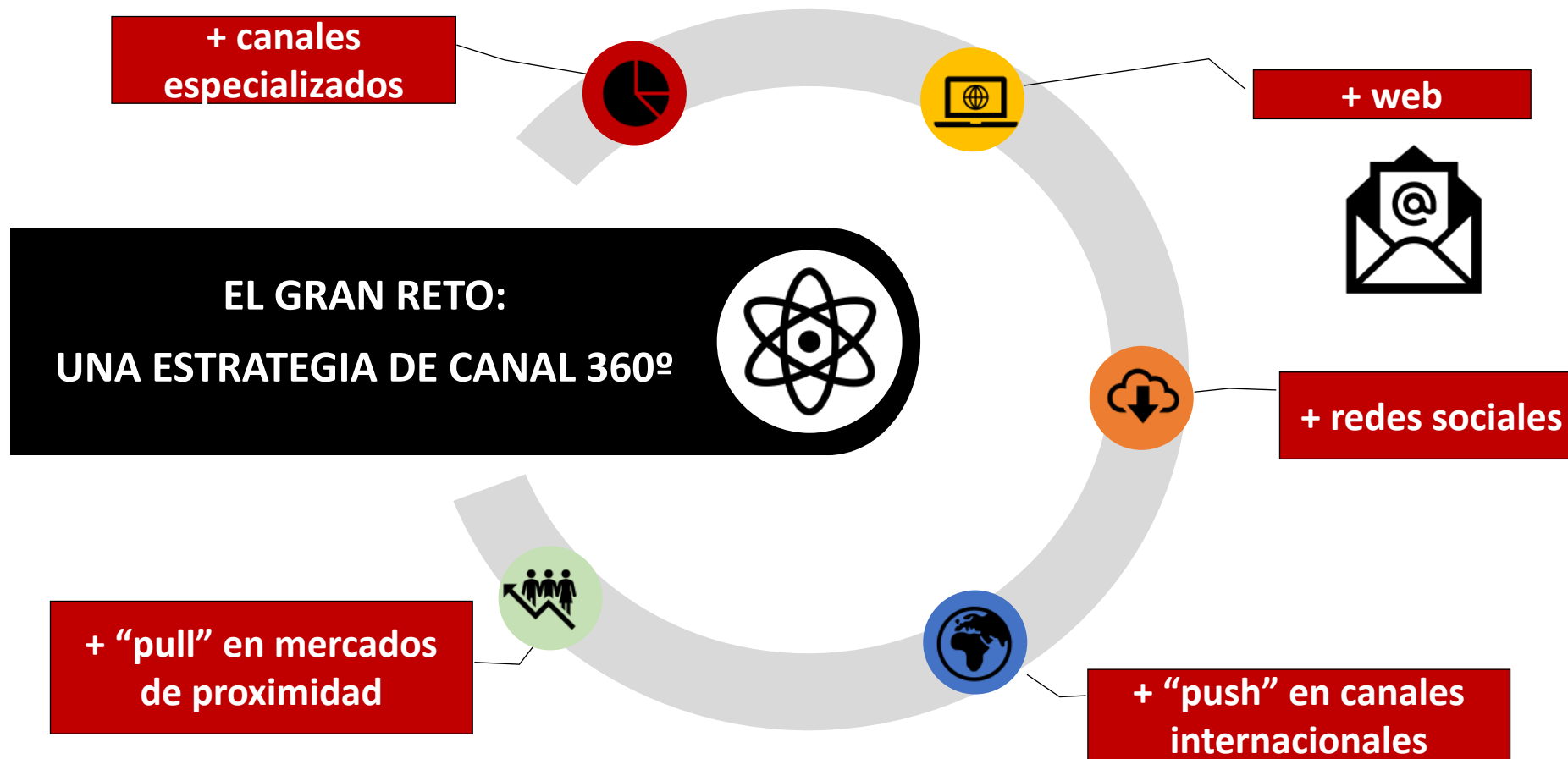
Que les gusta disfrutar de una gastronomía adaptada a sus necesidades



Que les gusta disfrutar de la naturaleza



Que les gusta realizar alguna actividad ligera en un entorno natural intacto



4

PLAN DE ACCIÓN



PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA TAJO – TEJO INTERNACIONAL

Gobernanza Turística

Optimizar la planificación, coordinación, gestión y ejecución del marketing turístico con todos los agentes públicos y privados en los territorios que componen el destino

Identidad Turística

Creación y fortalecimiento de la marca turística Reserva de la Biosfera Tajo Internacional, marca asociada a una historia bonita que resalte los atributos y valores diferenciales del territorio y que tenga concordancia con el resto de territorios pertenecientes a “Territorios UNESCO”

Tajo Internacional Sostenible

Convertir la sostenibilidad en el eje vertebrador del desarrollo y marketing turístico del territorio.

Propuesta de valor

Mejorar la competitividad y diferenciación de los productos turísticos para poner en valor todos los recursos del territorio y crear propuestas de alto valor añadido

Soportes promocionales

Mejora de los soportes promocionales de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional para facilitar el acceso del viajero a la información turística

Marketing digital

Optimización de los soportes digitales y desarrollo de acciones promocionales online.

Inteligencia de Marketing

Incrementar el conocimiento sobre mercados y segmentos prioritarios, las tendencias turísticas, la oferta y demanda turística actual en el territorio y potencial en origen, la competencia y sobre la eficacia de las propias acciones de marketing.



1

Gobernanza turística



A.1.1 Creación de un Ente
Gestor de turismo en el
destino

A .1.2 Asignación de un
equipo técnico de turismo en
destino



A .1.3 Participación en el
círculo de coordinación
territorial y multiproducto
promovido por Diputación.



A.1.4 Mejorar el conocimiento
del destino entre los agentes
privados y públicos del territorio

A .1.5 Mejora de la coordinación
y colaboración público-privada



2

Identidad turística



A.2.1 Creación de un relato o storytelling de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional

A .2.2 Definición de la marca turística territorial



A .2.3 Programa de implantación y visualización de la marca turística territorial

3

Reserva de la Biosfera Tajo Internacional Sostenible



A.3.1 Apoyo a la implantación de Buenas Prácticas de turismo sostenible en el sector empresarial del territorio



A.3.3 Plan de sensibilización de la población local sobre la importancia del turismo en el desarrollo económico territorial

A.3.2 Implantación de un Plan de Turismo Sostenible en la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional



A.3.5 Apoyo a la creación y desarrollo de eventos sostenibles en la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional



4

Propuesta de valor



A.4.1. Implantación de los productos turísticos provinciales

A.4.2 Fortalecimiento de los productos turísticos específicos de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional



A.4.3 Elaboración de planes de viaje (en función de la duración, y momento del año)



A .4.4 Creación de experiencias singulares asociadas a los valores, recursos y elementos diferenciales del destino

A.4.5 Elaboración de listas de imprescindibles de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional (Top10 y Top 20)



PRODUCTOS PROVINCIALES

Cáceres Natura-
Ecoturismo en
Cáceres

Bienestar en el
Medio Rural

100% Cáceres,
Cultura e
Identidad

Paisajes y
sabores
Gastronómicos

Cáceres
Patrimonio

PRODUCTOS ESPECÍFICOS RESERVA DE LA BIOSFERA TRANSFRONTERIZO TAJO - TEJO INTERNACIONAL

Turismo de Observación
de Flora y Fauna

Turismo
de Agua

Turismo
Ornitológico

Turismo
BTT

Cultura e identidad
Rayana

Astroturismo

Senderismo

Turismo
ecuestre

Cicloturismo

Agroturismo

5

Soportes promocionales



A.5.1 Selección de fotografías de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional del banco provincial de imágenes



A.5.4 Optimización, diseño y digitalización de folletos turísticos

A.5.2 Actualización y digitalización de los mapas turísticos de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional



A.5.5 Creación de photo calls sostenibles en puntos estratégicos de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional



A.5.3 Mejora de la señalización de los recursos turísticos



A.5.6 Mejora de la web turística de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional

6

Marketing digital



A.6.1 Programa de incorporación de las nuevas tecnologías y el marketing digital en las empresas turísticas

A.6.2 Creación de vídeos promocionales con los principales valores del destino



A.6.3 Gestión de los perfiles en redes sociales. Comunicación digital



A.6.4 Programa de generación de contenidos

A.6.5 Campañas de promoción en redes sociales en mercados objetivo



7

Promoción y apoyo a la comercialización



A.7.1 Publicity, Relaciones
Públicas y relación con los
medios

A.7.2 Creación de un Newsletter



A.7.3. Acciones de Marketing
Street en mercados objetivo

8

Inteligencia de marketing



A.8.1 Memoria anual

A. 8 .2 Desarrollo de una bases de
datos de marketing turístico



5

**¿POR DÓNDE
EMPEZAMOS?**



¿Por dónde empezamos?





PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020-2030

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA **RESERVA DE LA BIOSFERA TRANSFRONTERIZA TAJO – TEJO INTERNACIONAL**