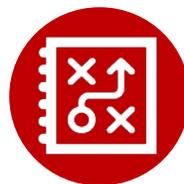




PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020 - 2030

# 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?**

A person wearing a brown cap is looking through a green telescope mounted on a tripod. The background is a natural, outdoor setting with trees and foliage. The image is partially obscured by a black overlay on the left side, which contains a red circle with the number 1 and the text 'OBJETIVOS Y METODOLOGÍA'.

1

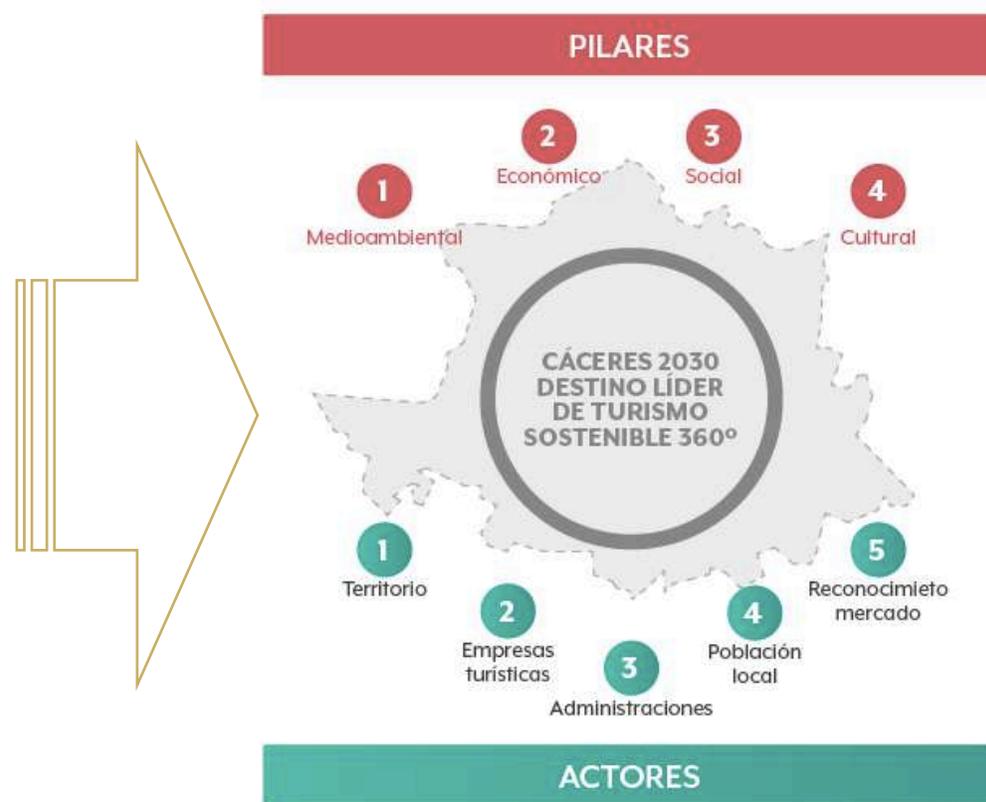
# OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



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



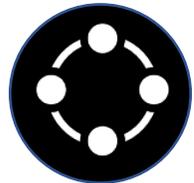
**¿DÓNDE NOS GUSTARÍA ESTAR DENTRO DE 10 AÑOS?**  
**ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE 2020 - 2030**

POSICIONAMIENTO

PRODUCTO

MERCADO

CANAL



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

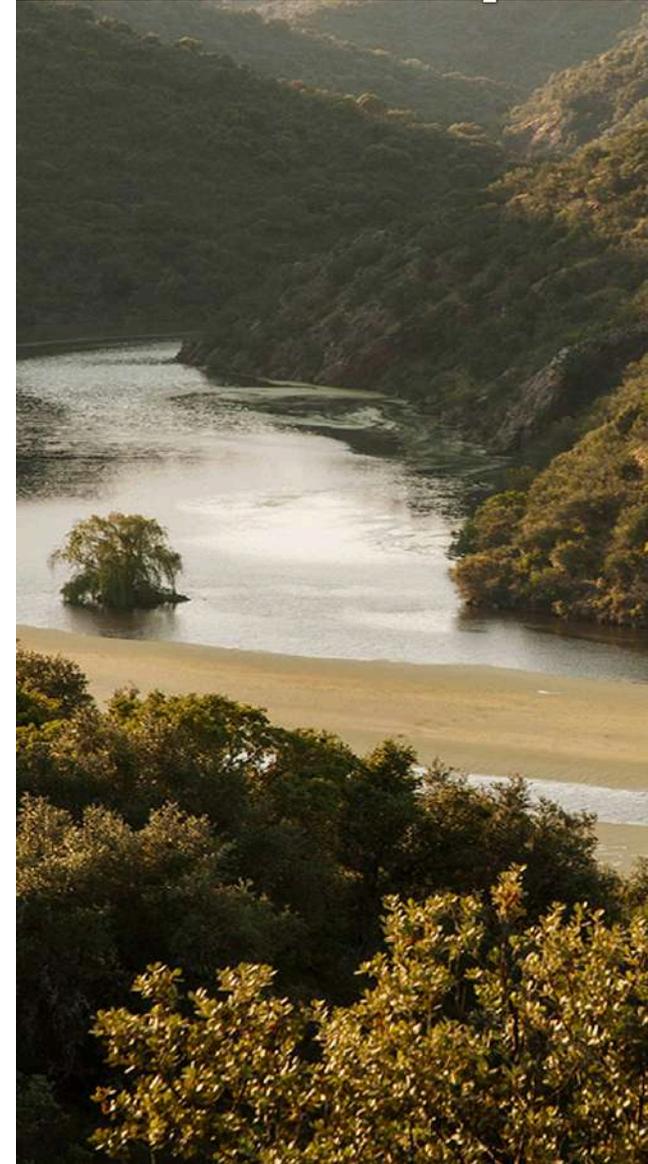
HERRAMIENTAS Y SOPORTES  
GENÉRICOS

MERCADOS, PRODUCTOS TURÍSTICOS  
PRIORITARIOS Y CANALES DE PROMOCIÓN

CALENDARIO Y PRÓXIMOS  
PASOS



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



## 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



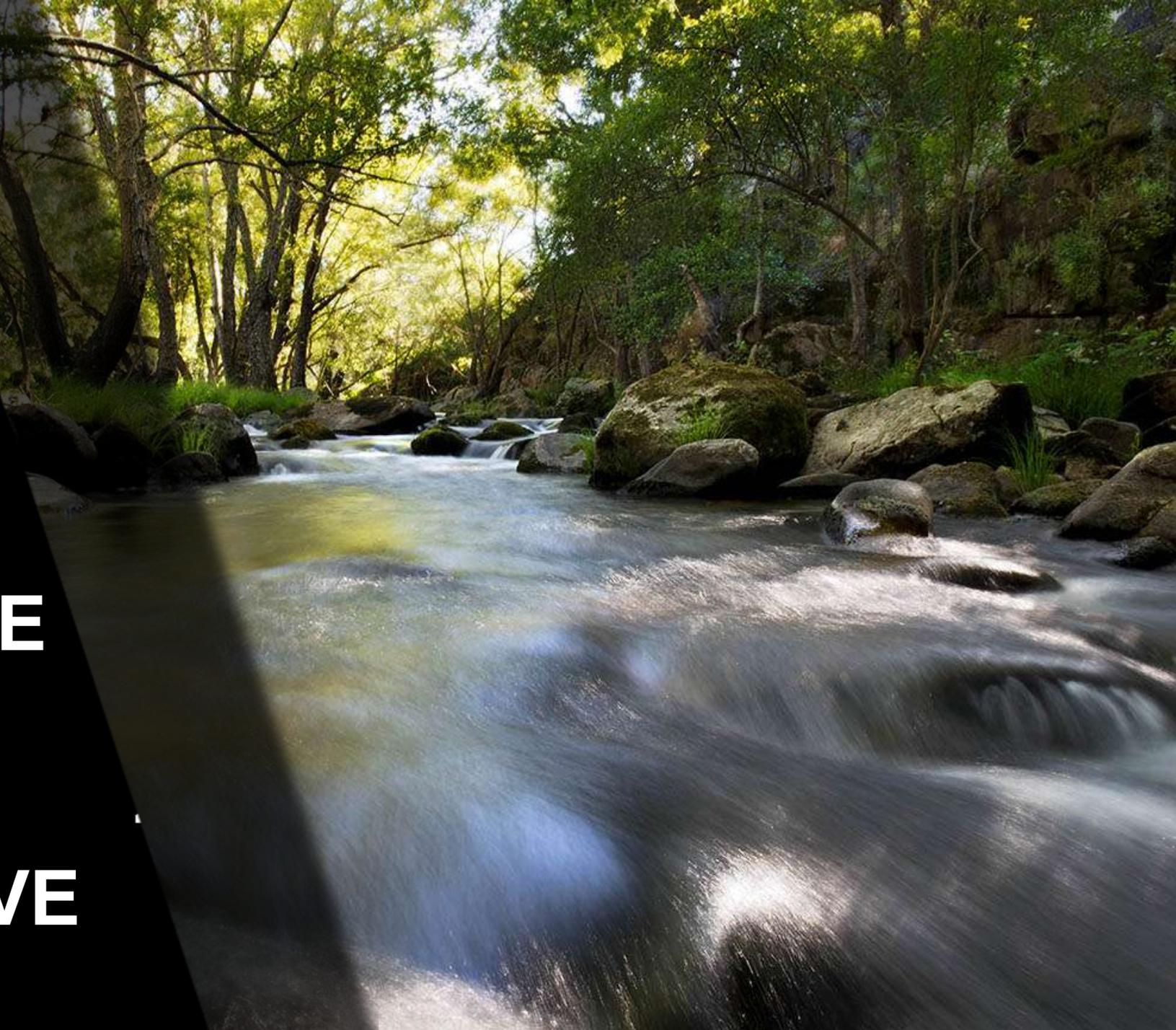
3  
INVESTIGACIONES  
CUALITATIVAS





2

**DIAGNÓSTICO DE  
SITUACIÓN –  
ALGUNOS  
ASPECTOS CLAVE**



# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

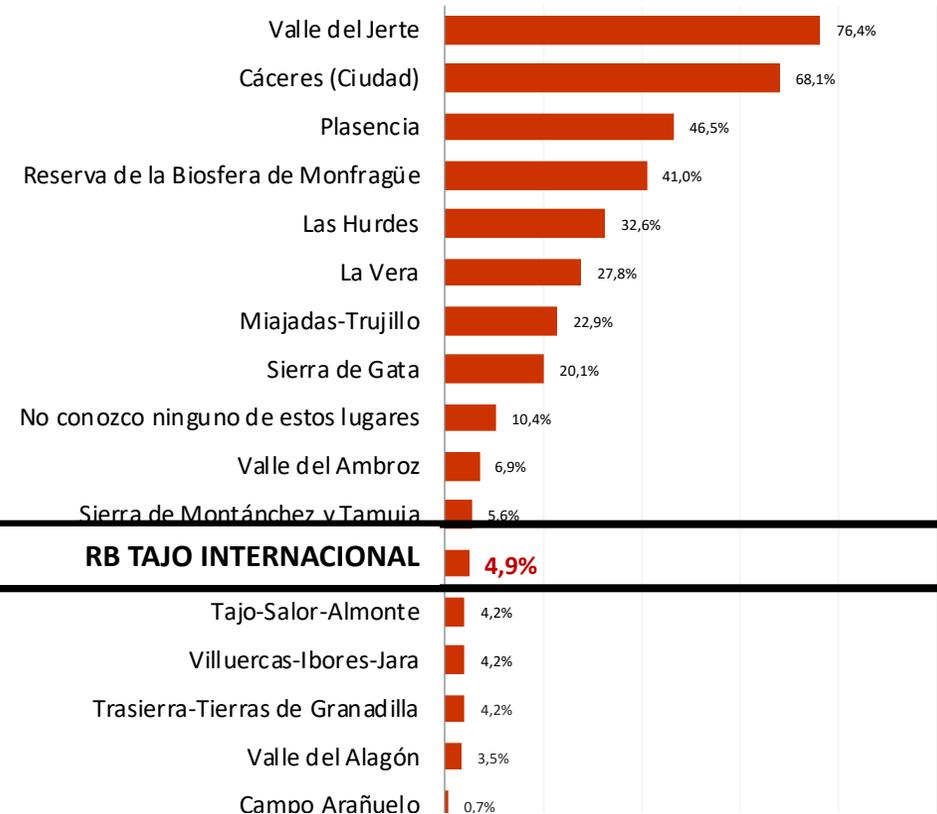


Un destino prácticamente desconocido a nivel nacional.



## 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

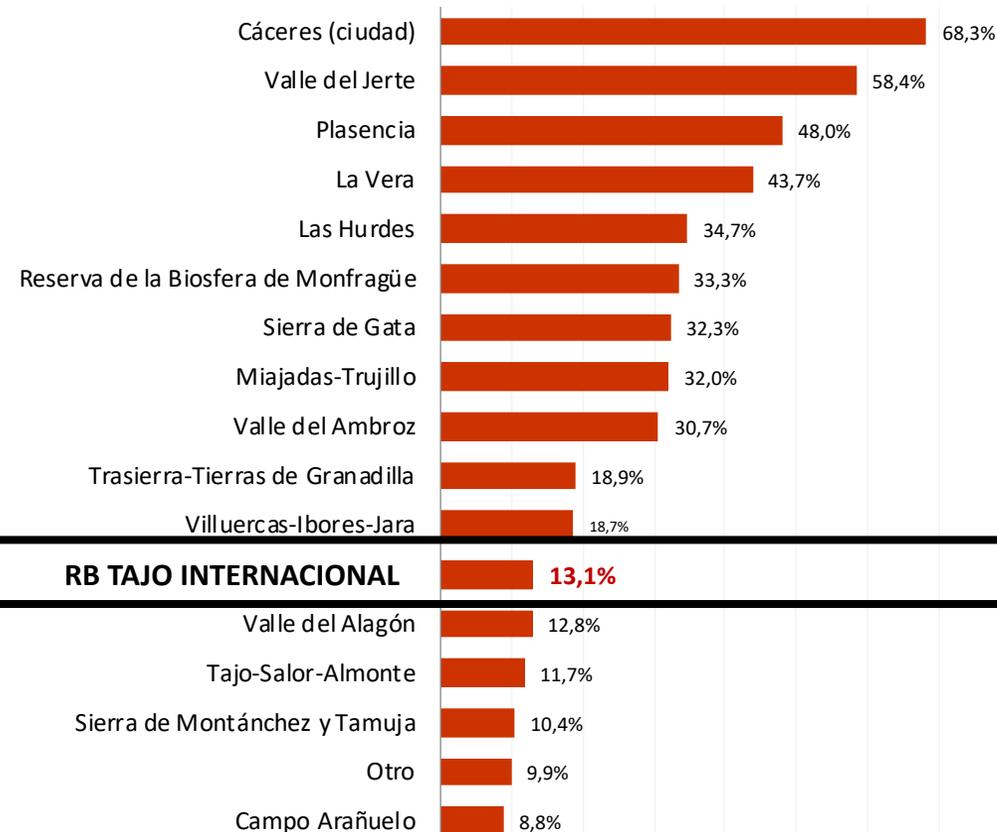


Un destino **poco visitado** por parte de la **demanda turística nacional actual**.



## 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

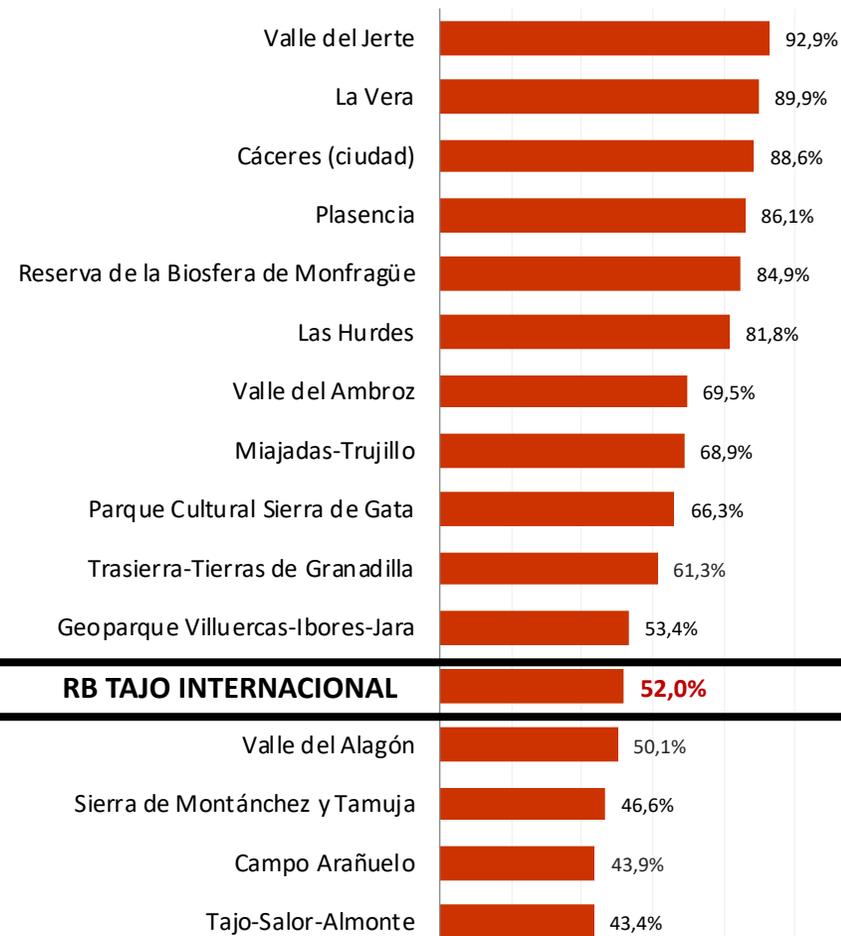
# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



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

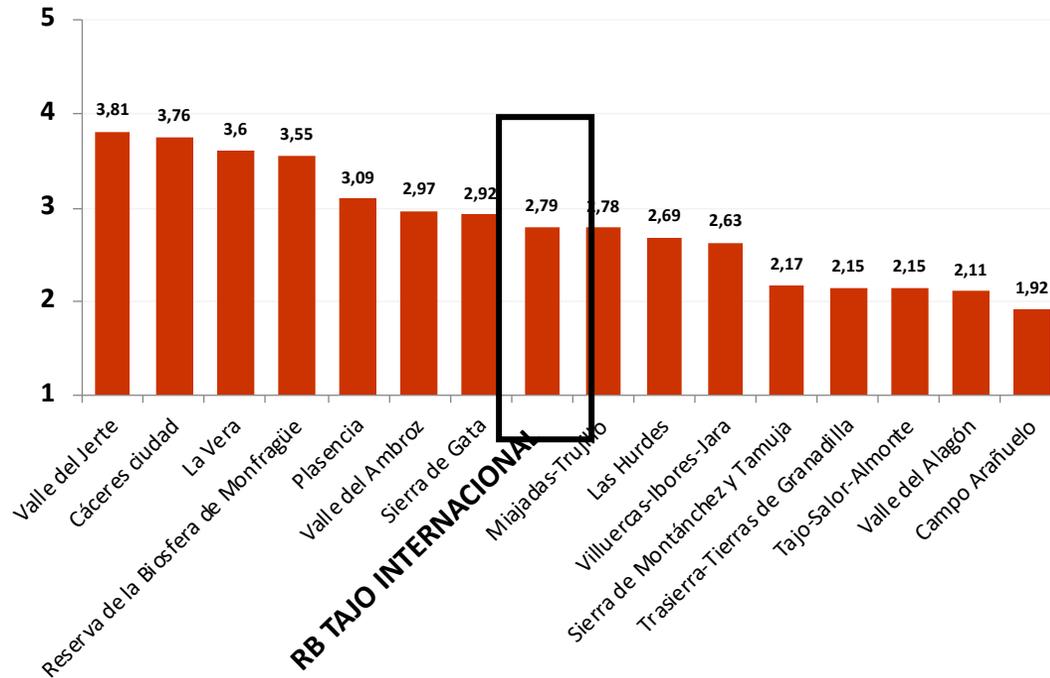
# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

## Un destino aun necesitado de desarrollo turístico

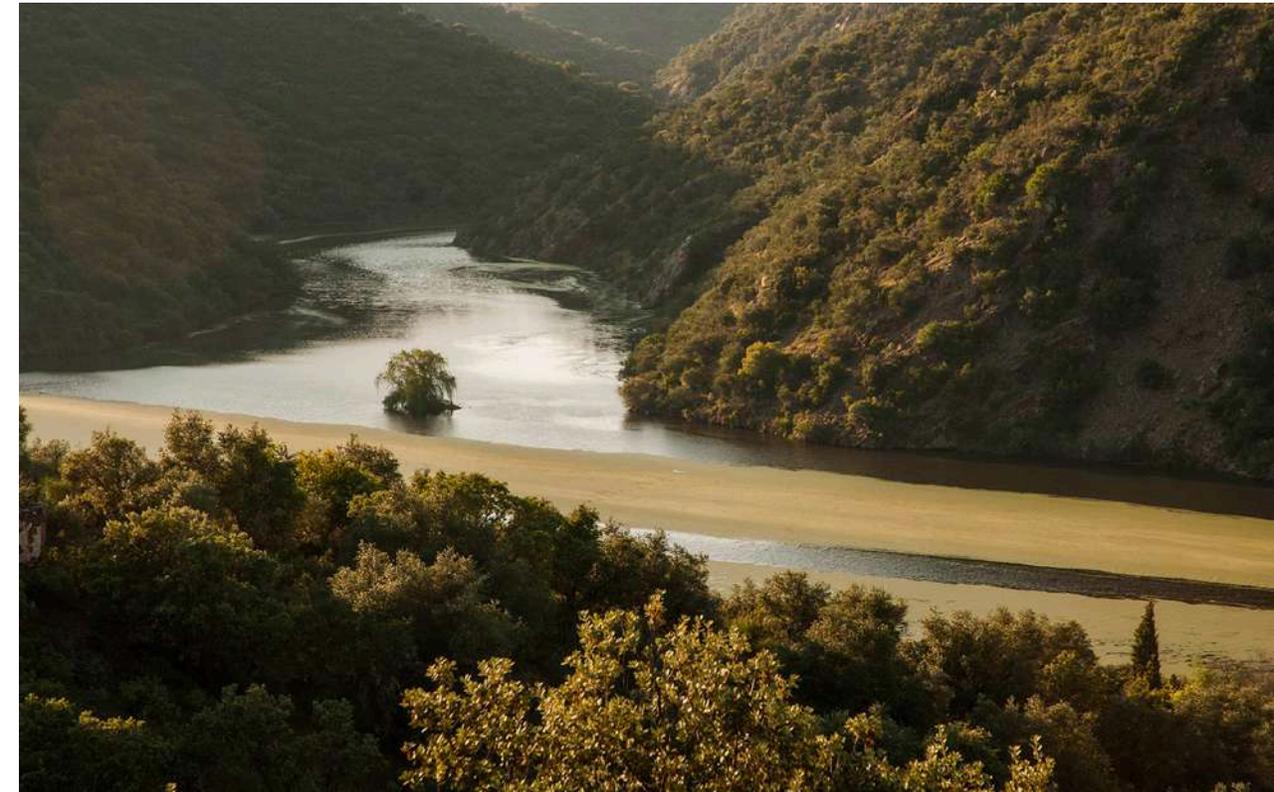


Un destino que se considera todavía relativamente poco desarrollado.

¿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



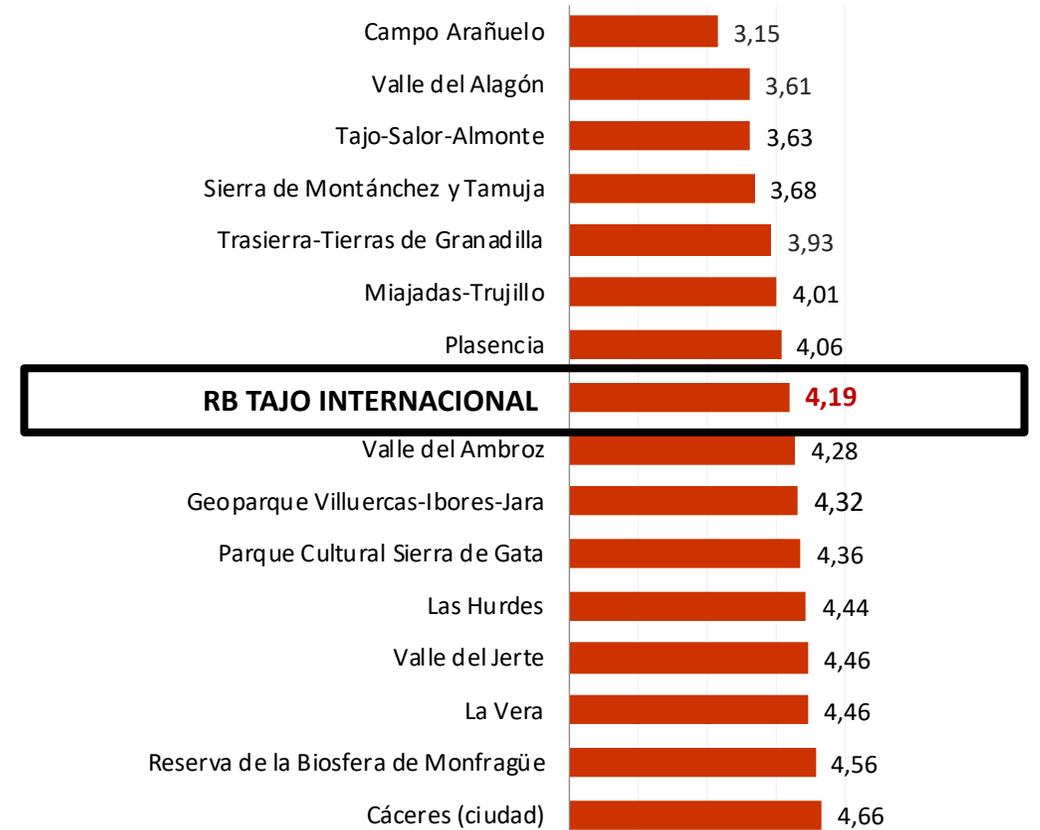
# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



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



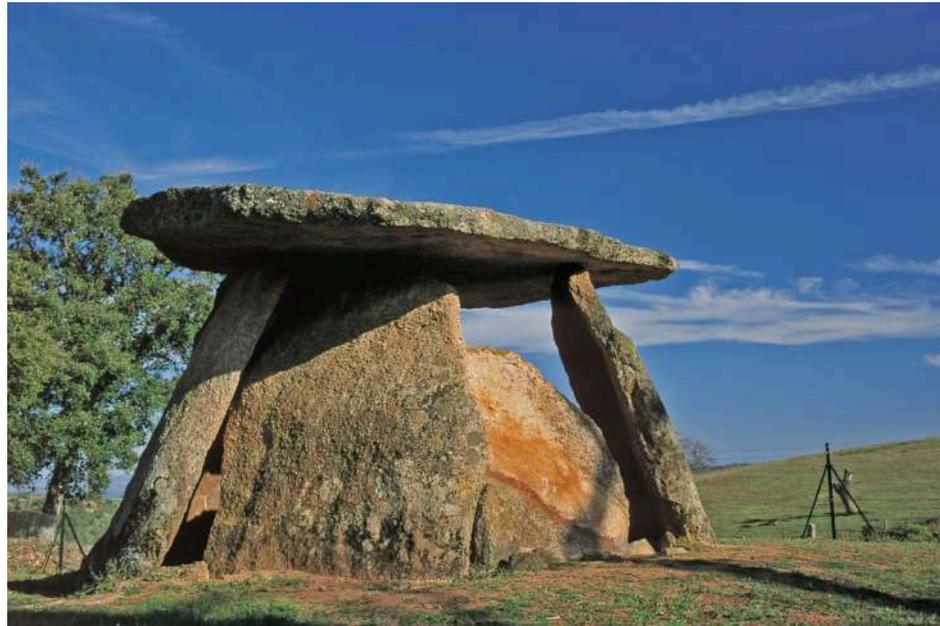
Gran diversidad y variedad de **recursos turísticos** de **altísima calidad** y **singularidad**, tanto **naturales** como **culturales** (materiales e inmateriales), aunque **no tanto** a nivel de **imagen** y **percepción** de los **consumidores potenciales** en origen.



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.*



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

POSICIONAMIENTO MOTIVACIONAL

Especialización

Diversificación



Observación y contemplación

ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

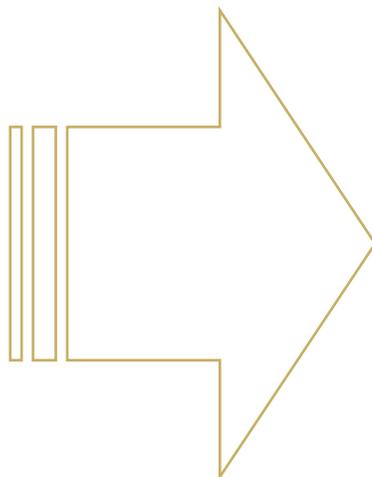
Aprendizaje, emociones y disfrute  
activo

# 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

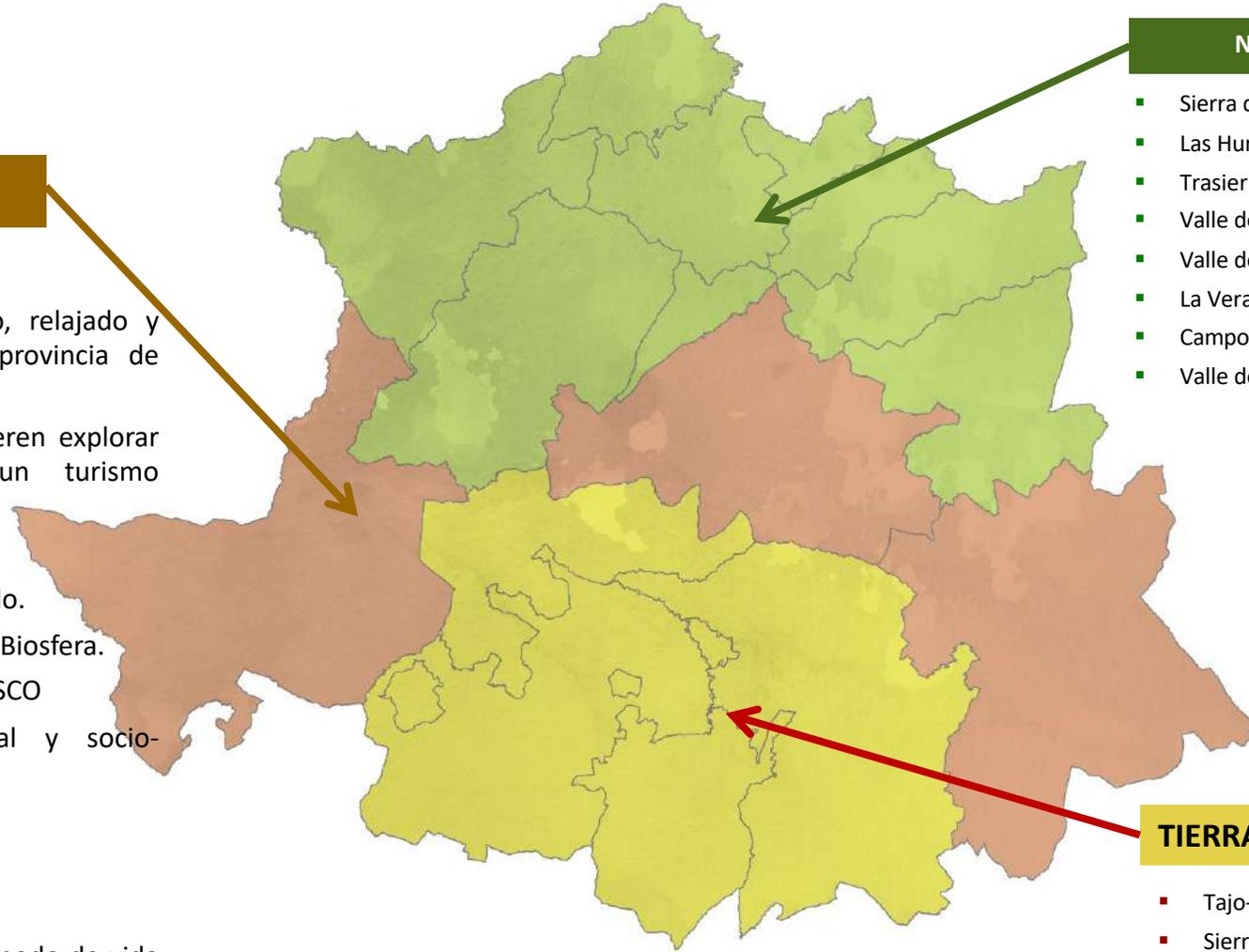
### Posicionamiento:

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



“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

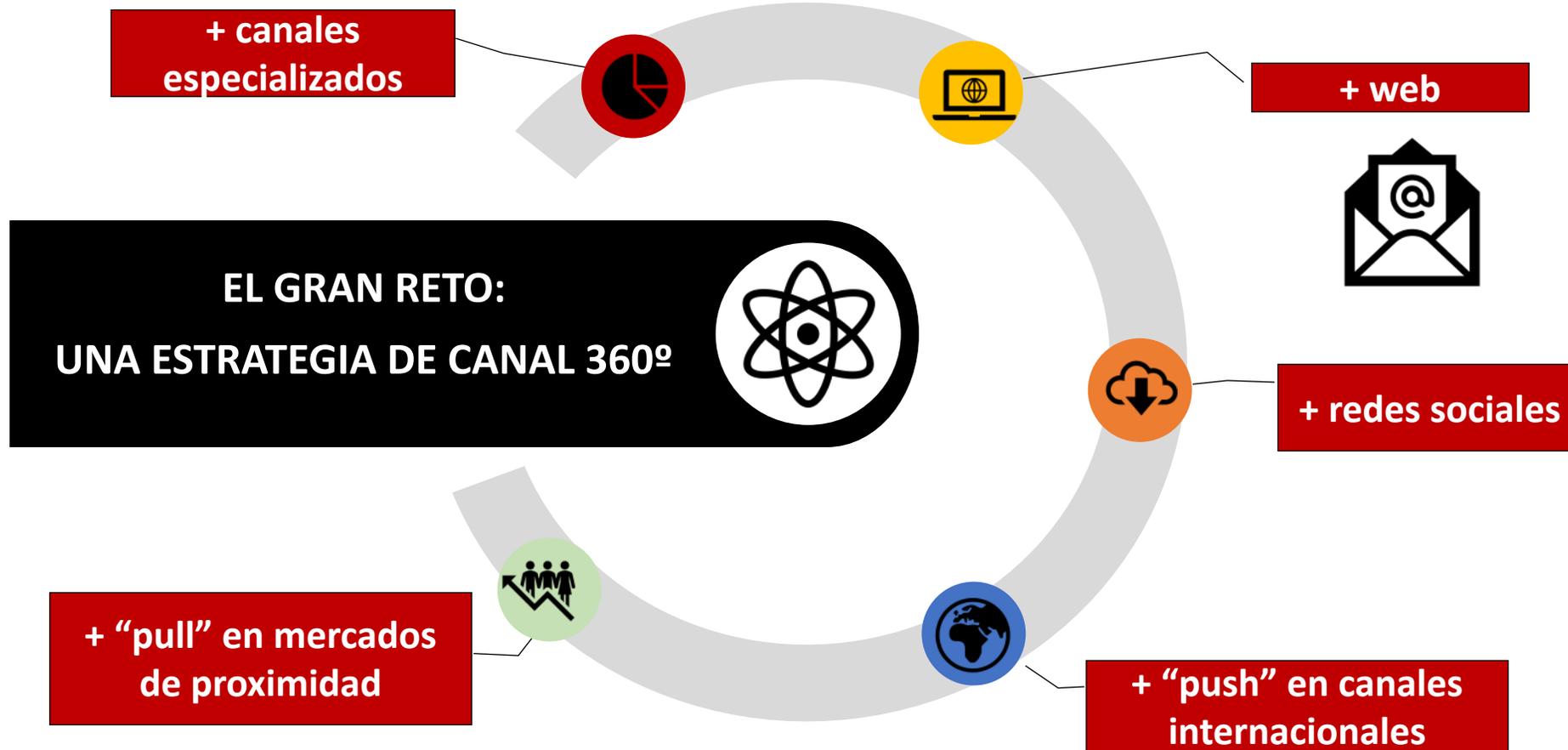


Que les gusta simplemente  
desestresarse y renovarse

1

...con un estilo de vida...







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.

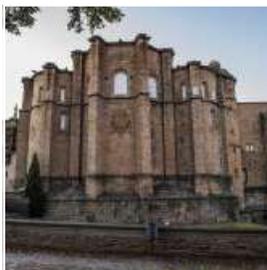
### Inteligencia de Marketing

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



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

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

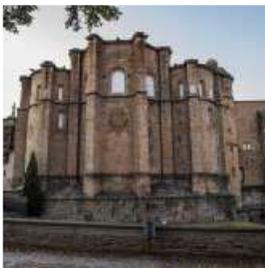


A.3.5 Apoyo a la creación y desarrollo de eventos sostenibles en la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional



## 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.6.4 Programa de generación de contenidos

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



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



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

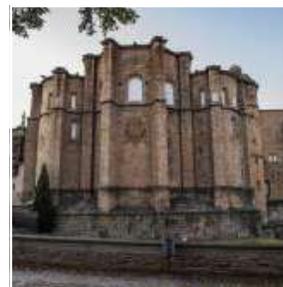
7

## 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**

