



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

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE





OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



**DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN -
ALGUNOS ASPECTOS CLAVE**



ESTRATEGIAS DE MARKETING



PLAN DE ACCIÓN



¿POR DÓNDE EMPEZAMOS?



OBJETIVOS Y METODOLOGÍA





El objetivo prioritario:

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

Pilares y actores involucrados en el destino sostenible





¿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



ENCUESTAS
ONLINE AL
SECTOR
TURÍSTICO EN
DESTINO – 17
PARTICIPANTES
DEL
TERRITORIO

04



3 TALLERES DE
TRABAJO – 22,
14 y 13
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

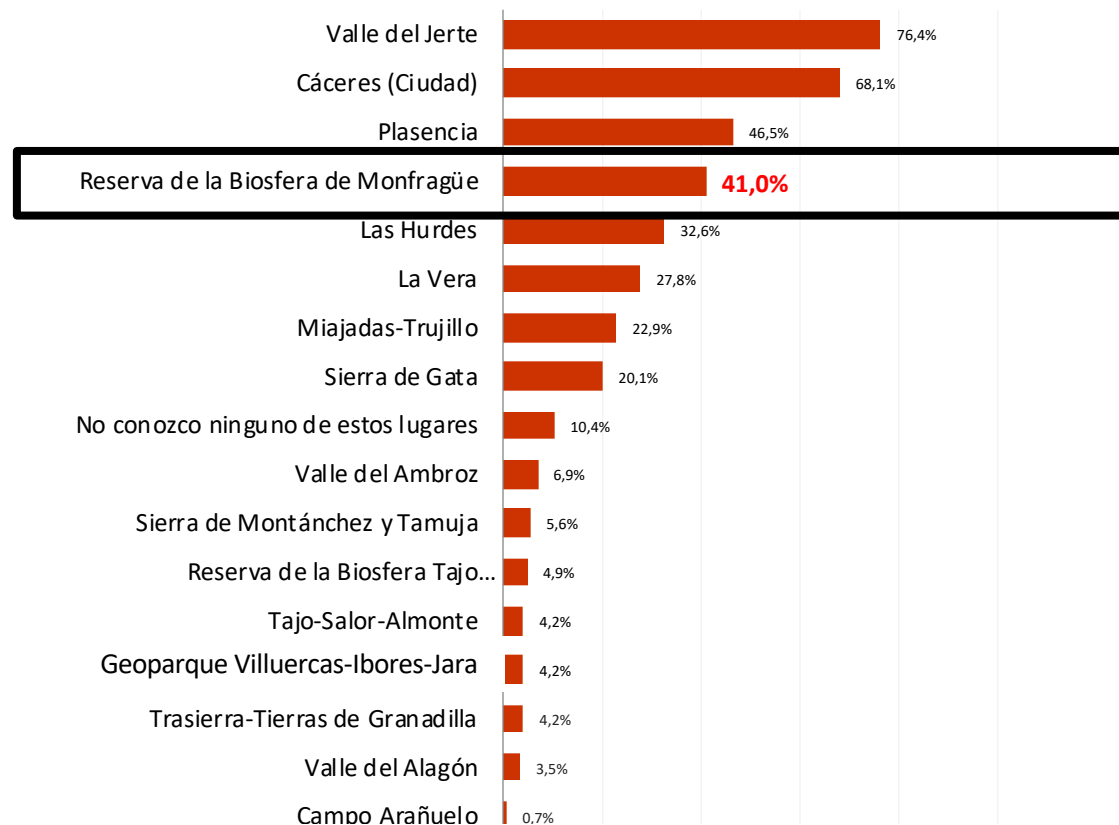


Un destino bastante conocido a nivel nacional.



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

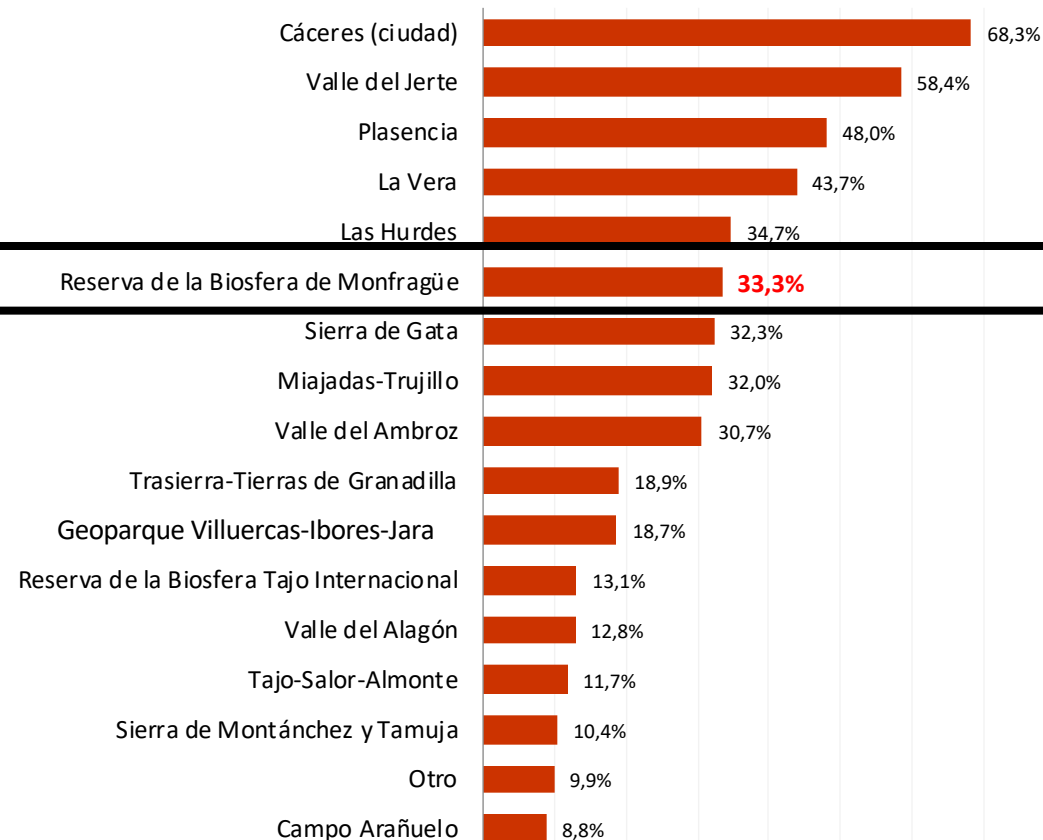


Un destino bastante visitado por parte de la demanda turística nacional actual...aunque más conocido que visitado!



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

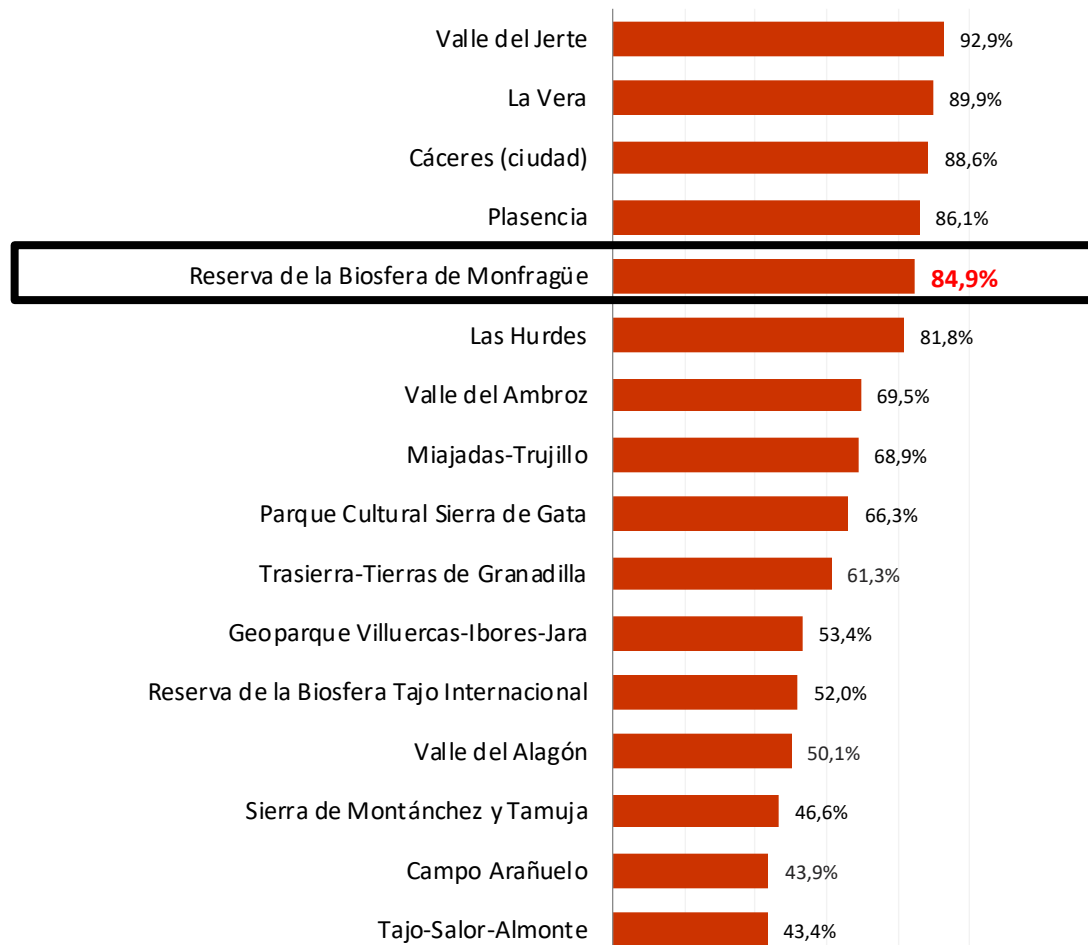
Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Un destino muy 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

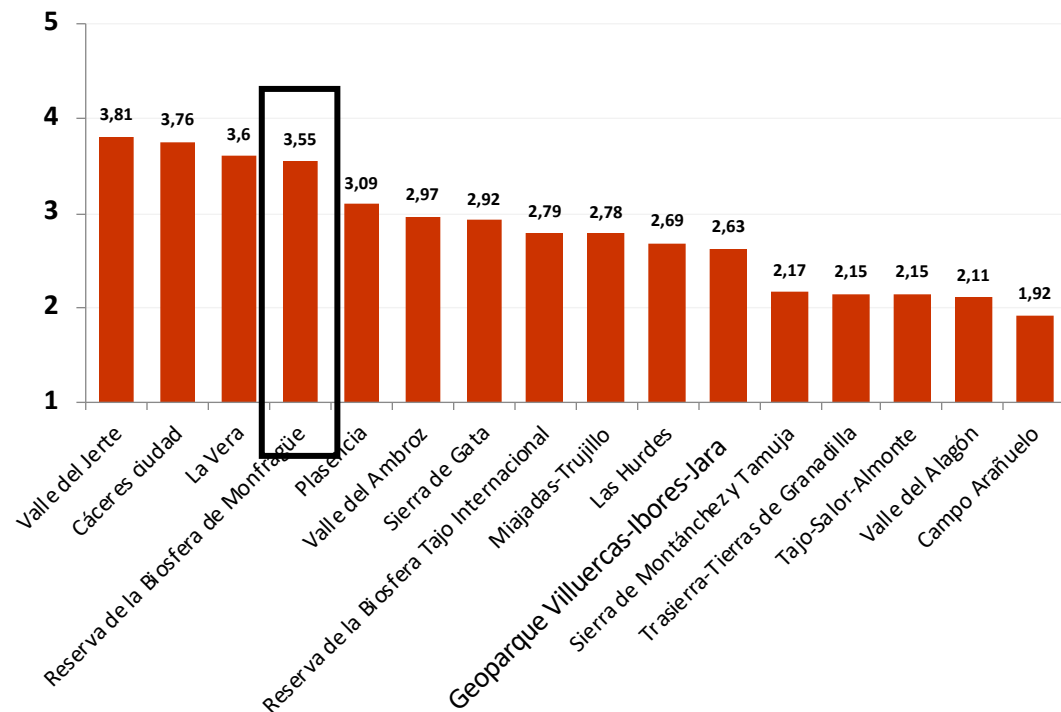


Fuente: Encuesta a residentes en la provincia de Cáceres,, n = 635 personas, año 2019

Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

Percepción de elevado grado 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 con una percepción de desarrollo turístico relativamente alto.



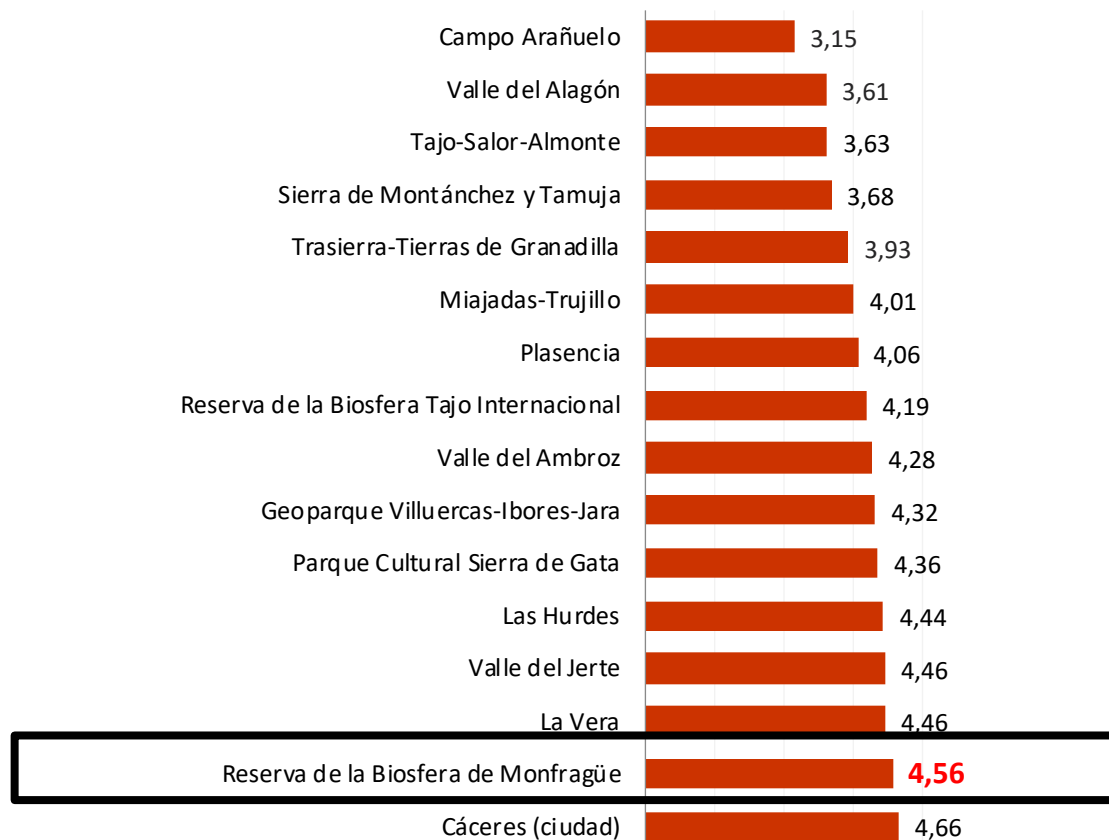
Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



El destino rural mejor valorado de los 14 territorios de la provincia de Cáceres por parte de sus residentes.



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 de Monfragüe como destino para realizar una escapada o pasar unas vacaciones?



Un destino con una buena imagen, aunque asociada exclusivamente a la naturaleza, sobre todo a la biodiversidad preservada y protegida, con una clara asociación al turismo ornitológico.



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



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Recurso de referencia del **Parque Nacional de Monfragüe**.



Paz y tranquilidad, baja densidad poblacional, ambiente muy favorable para el **turismo de naturaleza y turismo “slow”**.



Recursos naturales en muy buen estado de conservación. Nivel alto de biodiversidad; flora y fauna.



Excelente localización en referencia a **Cáceres, Plasencia, Trujillo, Madrid** y el **corredor Norte-Sur** (Vía de la Plata).



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Los recursos turísticos más valorados en las redes sociales son vinculados al Parque Nacional de Monfragüe.



P. Nacional de Monfragüe
(4,8 – 40 valoraciones)



Mirador del Salto del Gitano
(4,7 – 10 valoraciones)



Castillos en Torrejón el Rubio
(4,9– 10 valoraciones)



Parque Ornitológico de Arrocampo
(4,3 – 5 valoraciones)

Fuente: Minube



Parque Nacional de Monfragüe
(4,5 – 955 opiniones)



Castillo de Monfragüe
(4,5 – 17 opiniones)



Centro de Arte Rupestre
(5 – 9 opiniones)

Fuente: Trpadvisor

Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Reconocimiento del **territorio-destino** por parte de la **UNESCO**.



Alta asociación y posicionamiento como **destino líder** del “**birding**” a nivel internacional.



Importantes esfuerzos de **marketing turístico** por parte de la Diputación de Cáceres por posicionar el destino como **destino turístico sostenible**, especialmente entre prescriptores y líderes de opinión.



Reconocimiento del destino por parte de los consumidores actuales y conocedores del territorio.



Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Ausencia de una entidad gestora del turismo en el territorio.



Escasos productos turísticos reconocibles más allá del birding o senderismo.



Alta estacionalidad de la demanda y concentración de los flujos turísticos del territorio en determinados micro-destinos y recursos turísticos concretos.



Ausencia de una web de promoción turística del destino, que cuente con todos los recursos y productos y de un **plan de social media**.



El diseño de la marca-destino “**Reserva de la Biosfera de Monfragüe**” todavía está sin resolver. Actualmente, se emplean diferentes logotipos y el consumidor se puede confundir sobre cuál es el diseño de marca correcto.





3

ESTRATEGIAS DE MARKETING



Estrategia de imagen y posicionamiento

1

Un destino con una **notoriedad relativamente alta** en el mercado nacional



2

Parque Nacional, Reserva de la Biosfera por la UNESCO y Destino **Starlight**



3

Un **posicionamiento de liderazgo** a nivel internacional como destino de “**birding**”



4

Destino **muy bien valorado** especialmente entre los **residentes** en la provincia de Cáceres.



Estrategia de imagen y posicionamiento

A día de hoy, la imagen y posicionamiento turístico del destino comporta diferentes problemas



Imagen reduccionista alrededor del eje de posicionamiento del turismo ornitológico – la “omnipresencia” del estereotipo del “Salto del Gitano” y de los “buitres leonados” no deja emerger en la mente de los consumidores potenciales en origen toda la diversidad real que tiene nuestro destino.



DEMASIADA asociación y concentración de los flujos de demanda turística en el Parque Nacional y, más concretamente, en el **Salto del Gitano** – poco o escaso turismo en el resto del territorio de la RB.



Estrategia de imagen y posicionamiento



¡La especialización y concentración tienen sentido cuando generan suficiente demanda y riqueza turística a lo largo de todo el año, cuando contribuyen a los objetivos de desarrollo turístico sostenible y cuando no hay nada más!



DEMASIADA estacionalidad de la demanda turística, tanto **interanual** como **inter-semanal**.



Estancia media **DEMASIADO** baja en destino de **turistas no especializados** en **birding** – más excursionistas que turistas que pernoctan.

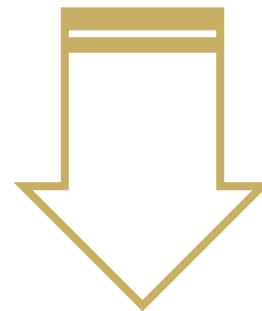
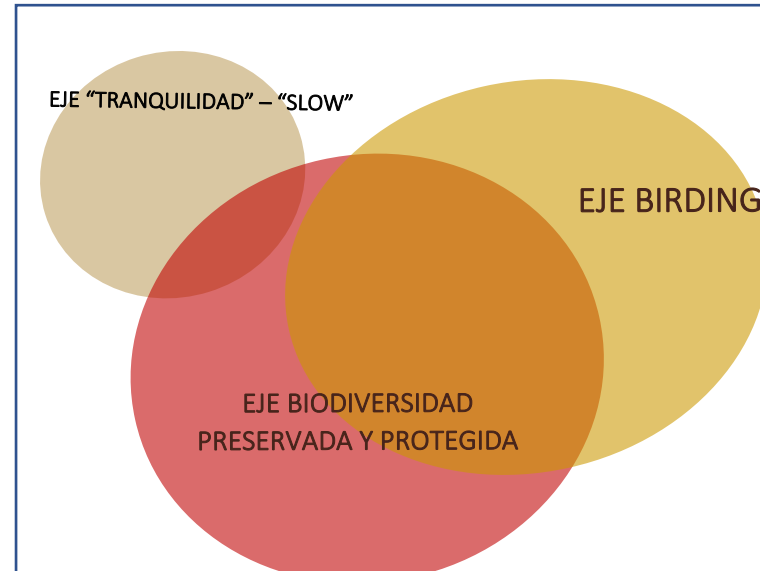


Insuficientes flujos de demanda y riqueza turística generada, teniendo en cuenta su elevada notoriedad y buena valoración en el mercado.

El **destino** tiene una **realidad turística** mucho **más diversa** que su **imagen y posicionamiento turístico**.

No se incorporan en la propuesta de imagen y posicionamiento, **atributos, valores o ejes que sí existen** y que responden a las **nuevas tendencias de la demanda**.

IMAGEN Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO ACTUAL DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE



Estrategia de imagen y posicionamiento

POSICIONAMIENTO MOTIVACIONAL

Diversificación
Especialización

¡De un posicionamiento de destino líder de turismo ornitológico a una imagen de destino que, en la mente de los segmentos de demanda prioritarios en origen, cubra toda la amplitud de la filosofía y territorio de la Reserva de la Biosfera!

2020



2030



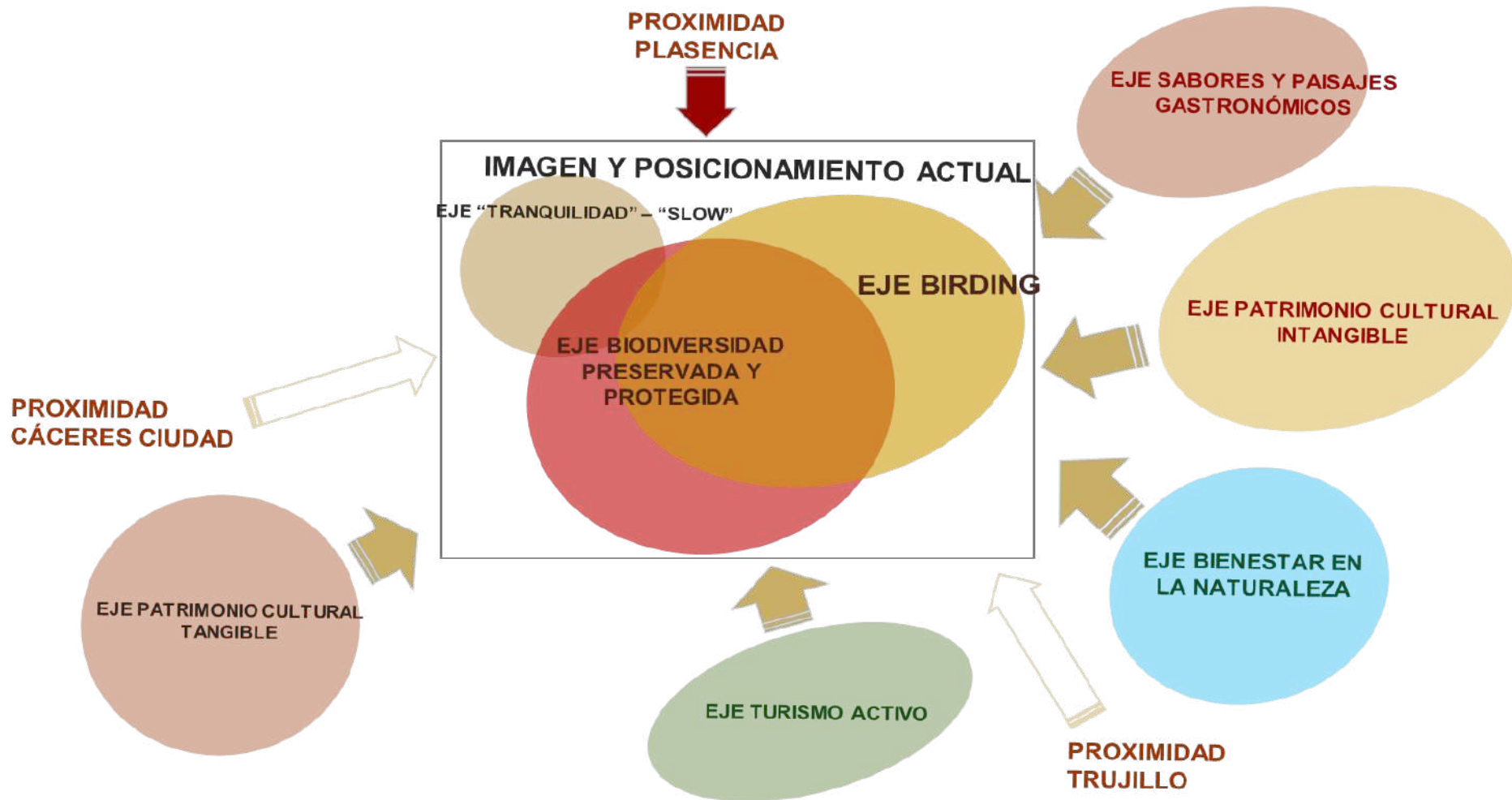
Concentración

Descentralización

DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS FLUJOS DE DEMANDA

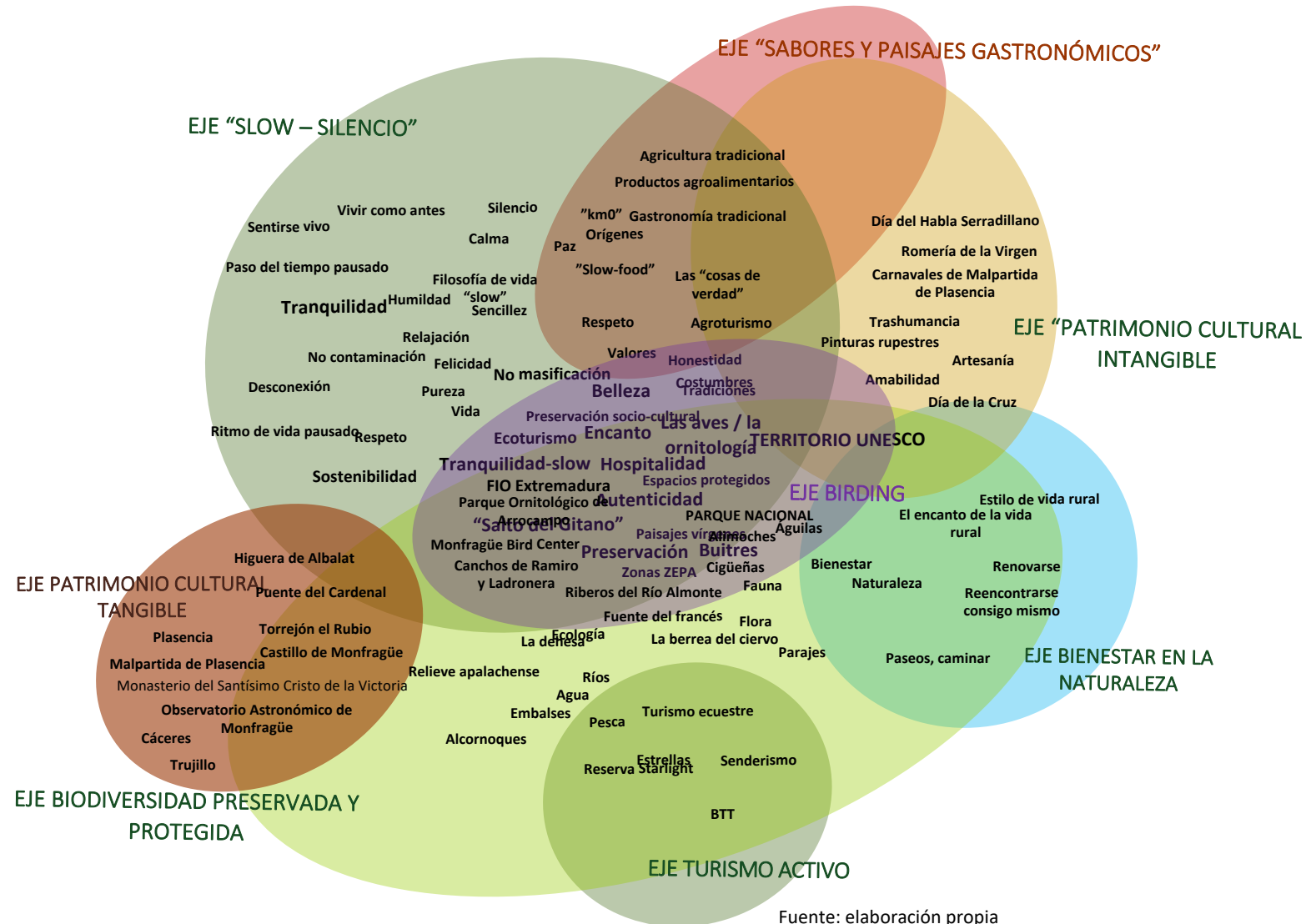
Estrategia de imagen y posicionamiento

CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE FUTURO DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE



Estrategia de imagen y posicionamiento

LA PROYECCIÓN DE LA IDENTIDAD DE LA MARCA-DESTINO RB MONFRAGÜE



Fuente: elaboración propia

Estrategia de imagen y posicionamiento

TERRITORIOS UNESCO

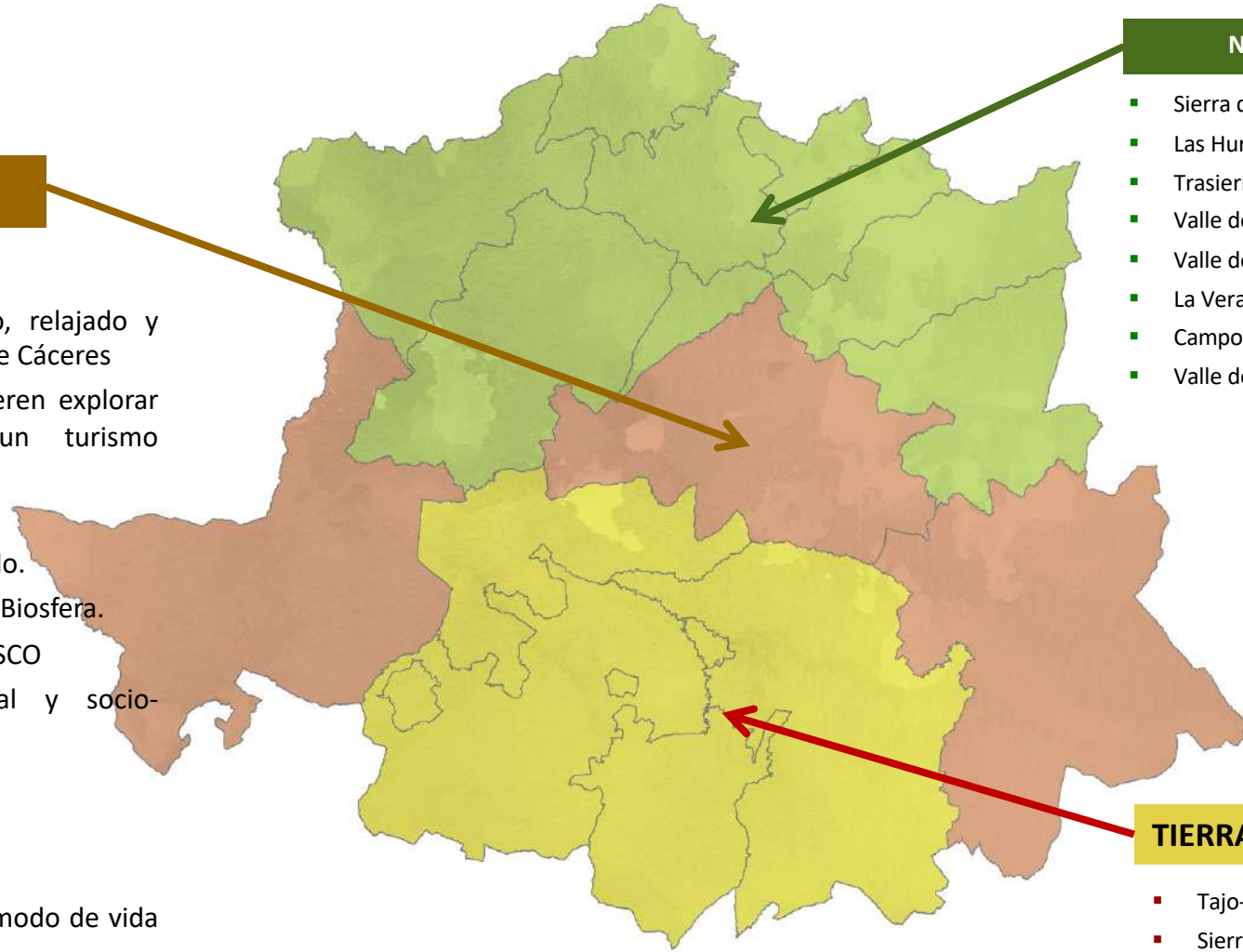
Posicionamiento:

Un territorio preservado y protegido, relajado y tranquilo, en el centro 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 DE MONFRAGÜE

Imagen de portafolio
actual: BIRDING /
ECOTURISMO
PASIVO

EL OBJETIVO



La diversificación



LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS "PALANCA"

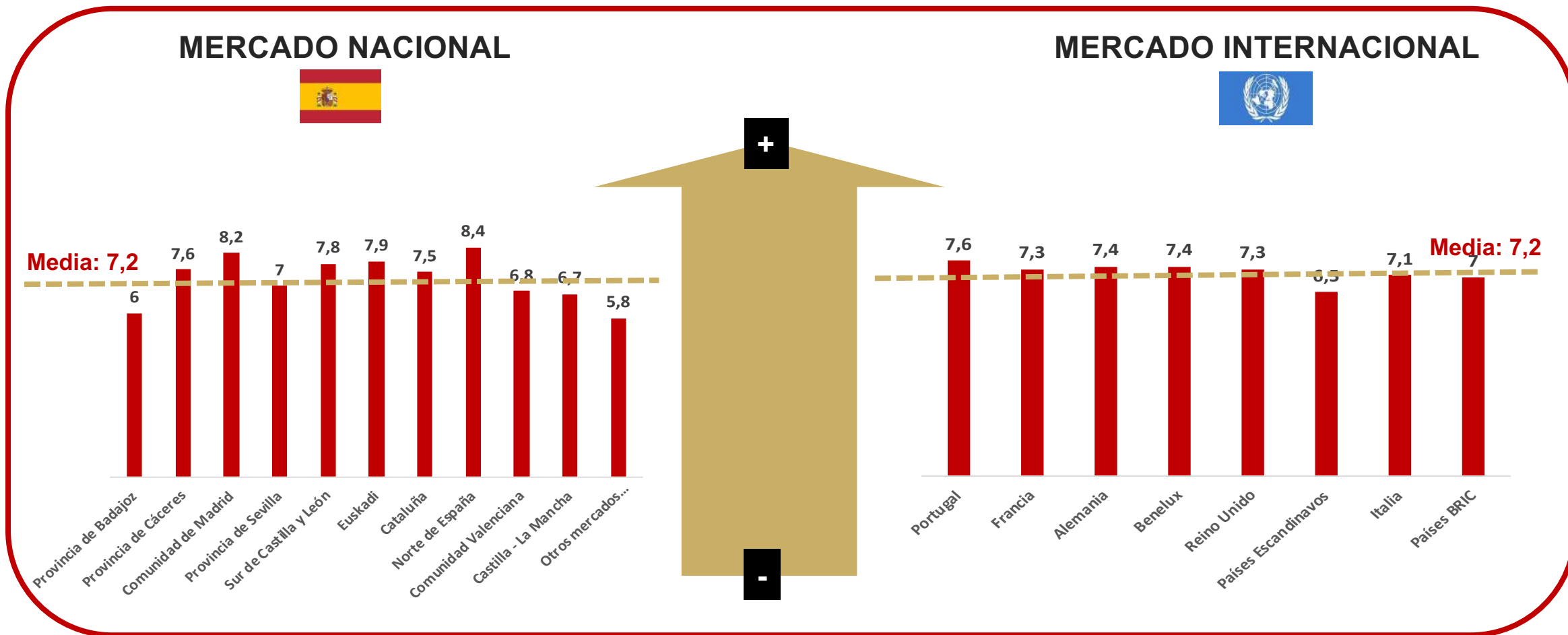


Ecoturismo en un
sentido amplio

&

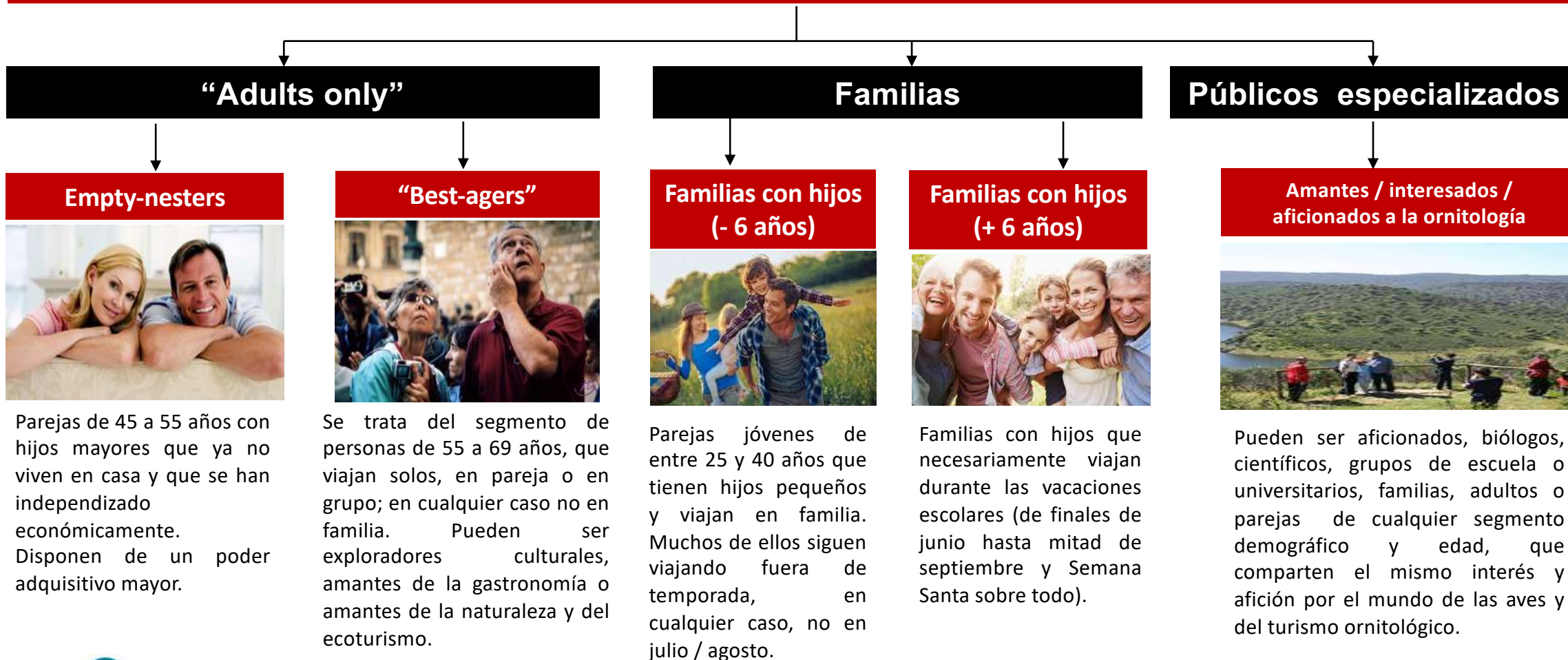
Patrimonio cultural
intangibile

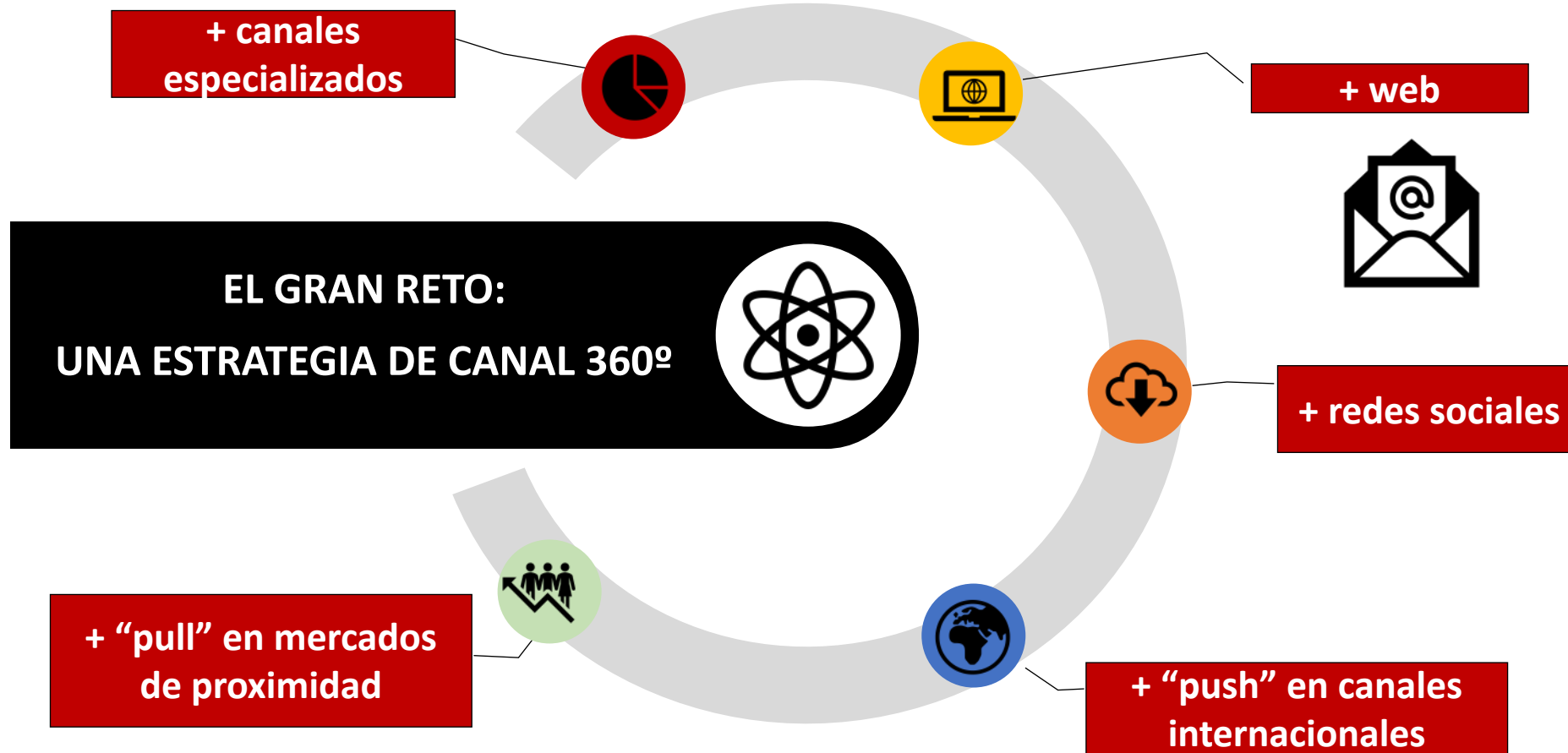
Mercados emisores prioritarios de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe



Fuente: elaboración propia

Segmentos socio-demográficos de prioridad alta en la Reserva de la Biosfera de Monfragüe





4

PLAN DE ACCIÓN



Gobernanza Turística

Optimizar la planificación, coordinación, gestión y ejecución del marketing turístico en el Reserva de la Biosfera de Monfragüe, mediante la creación de un Ente Gestor del Turismo, contando con todos los agentes públicos y privados

Identidad Turística

Fortalecimiento de la marca turística de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe, marca asociada a una historia bonita que resalte los atributos y valores diferenciales del territorio que tenga concordancia con el resto de territorios pertenecientes a "Territorios UNESCO"

RB Monfragüe Sostenible

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

Propuesta de valor

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

Soportes promocionales

Mejora de los soportes promocionales del territorio para facilitar el acceso del viajero a la información turística

Marketing digital

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

Promoción y Apoyo a la Comercialización

Desarrollar un conjunto de acciones de promoción muy efectivas sin abandonar los canales tradicionales

Inteligencia de Marketing

Incrementar el conocimiento sobre los mercados y segmentos prioritarios de la demanda turística, mejorando la eficacia de las acciones de marketing.

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE



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



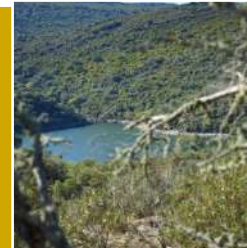
2

Identidad turística



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

A .2.2 Determinación de la marca turística del destino



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

3

Reserva de la Biosfera de Monfragüe Sostenible



A.3.1 Apoyo a la implantación de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible en el sector empresarial del destino

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



A.3.3 Apoyo a la creación y desarrollo de eventos sostenibles en la Reserva de la Biosfera de Monfragüe



A.3.4 Plan de desarrollo sostenible de la dehesa (actividades educativas, talleres de recuperación del corcho, actividades de componente divulgativo)

A.3.5 Plan de sensibilización a la población local sobre la importancia del turismo en el desarrollo económico territorial



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 de Monfragüe

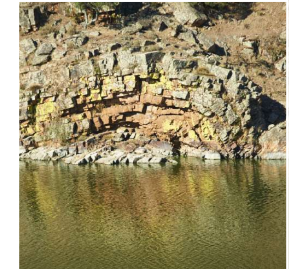


A.4.3 Elaboración de planes de viaje (en función de la duración, y momento del año)



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 de Monfragüe (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 ESPECIFICOS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE

Astroturismo

Educación
ambiental

Turismo
de agua

Senderismo

Turismo
Ecuestre

Cicloturismo

Turismo
Ornitológico

Turismo
BTT

Touring/
Circuitos

Observación de
Flora y Fauna

5

Soportes promocionales



A .5.1 Selección de fotografías de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe 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 del destino



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



A.5.3 Mejora de la señalización de los recursos turísticos



A.5.6 Diseño y creación de la web turística de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe

6 Marketing digital



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

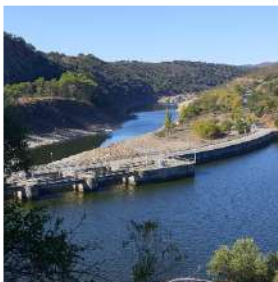


A.6.4 Programa de generación de contenidos

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 bases de datos de marketing turístico



5

¿POR DÓNDE
EMPEZAMOS?



¿Por dónde empezamos?

CREAR UN ENTE GESTOR DE TURISMO EN EL TERRITORIO

Creación de un Ente Gestor de turismo en la RB Monfragüe que trabaje conjuntamente con todos los agentes públicos y privados.

Año 1

DEFINICIÓN DE LA IMAGEN DE MARCA TURÍSTICA DEL TERRITORIO

Definición de la marca turística de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe y empleo de la nueva marca por parte de todos los actores y en las diversas acciones.

ASIGNAR A UN EQUIPO TÉCNICO DE TURISMO EN EL TERRITORIO

Contar con un equipo técnico de turismo en el territorio que siga las pautas de trabajo definidas por el Ente Gestor y el plan de marketing.

IMPLANTACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PROVINCIALES

Implantación de los productos provinciales (100% Cáceres, cultura e identidad, Cáceres Natura, Bienestar en el Medio Rural, Paisajes y Sabores y Cáceres Patrimonio)

MEJORA SOPORTES PROMOCIONALES

Renovación de los soportes promocionales del destino y los productos prioritarios .

Año 2

IMPULSAR EL NUEVO MARKETING DIGITAL

Creación y diseño de la página web.
 Adecuación perfiles sociales.

IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS

Implantación de los productos específicos del destino (Turismo BTT, turismo ecuestre, observación de la flora y fauna..)

SOSTENIBILIDAD

Plan de turismo sostenible para el destino

Plan de Desarrollo sostenible de la dehesa

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN POR PRODUCTOS

Campañas específicas para promocionar productos prioritarios .



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

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE

