

“Estrategias de marketing turístico en espacios naturales protegidos”

**IV JORNADAS
INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA
DEL TURISMO**

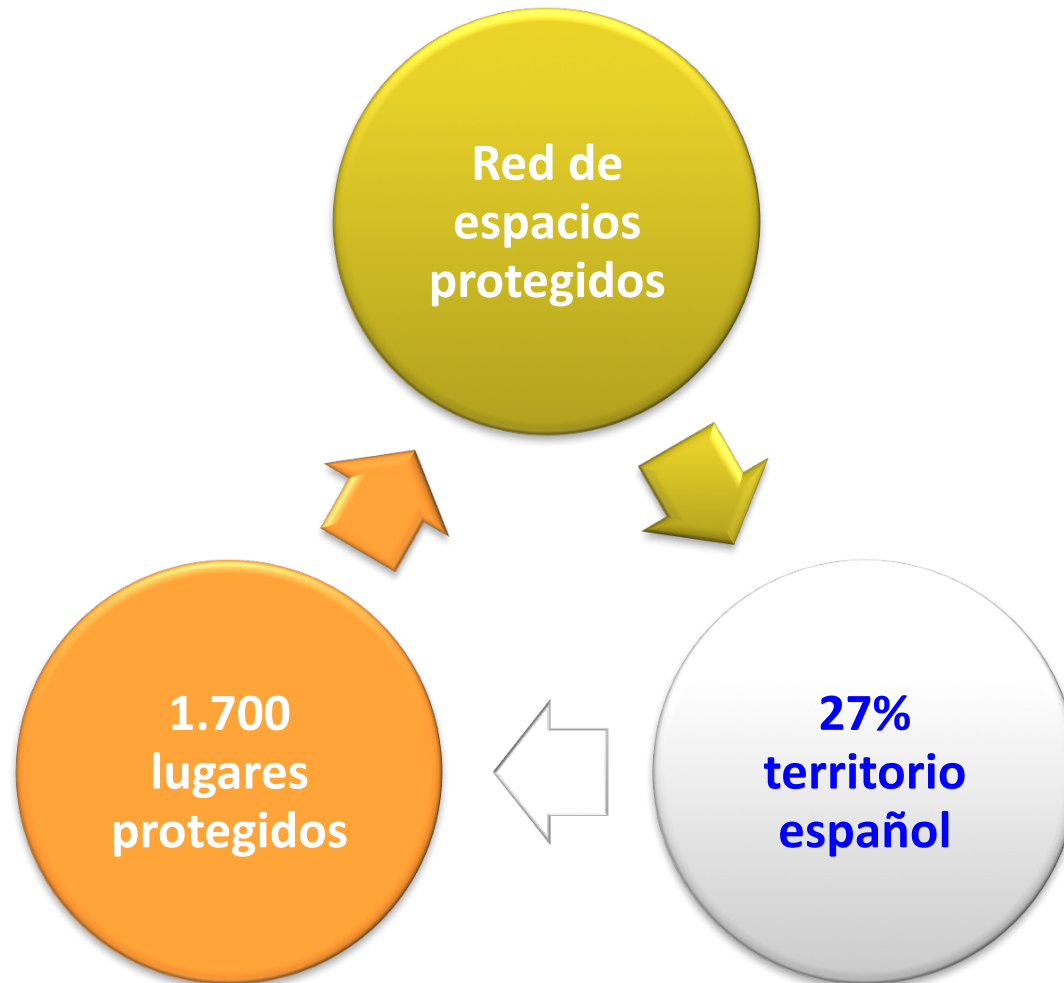
*Facultad de Turismo
14 a 16 de diciembre de 2016*

Prof. Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez
Profesor Titular de Marketing
Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca
JuanAntonio.Mondejar@uclm.es



ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

Monumento Natural Peñones de San Cristóbal. Javier Fuentes



Incremento de la oferta turística en todos los ámbitos, que ha posibilitado la aparición de nuevos productos turísticos.

Espacios naturales protegidos se han convertido en verdaderos elementos diferenciadores de una oferta turística de calidad.

Es necesaria una planificación estratégica en términos de marketing.

Reflexiones en términos de marketing ENP

Conservación y desarrollo rural

**Instrumentos dinamizadores de recursos
y ordenación del territorio**

Creación de redes de espacios protegidos

Principales características ENP para atraer al turismo

- 1. Condiciones naturales casi inalteradas.**
- 2. Recursos naturales significativos.**
- 3. Ecosistemas representativos de nuestro espacio.**
- 4. Contienen muestras de fauna y flora singulares.**
- 5. Importante reconocimiento de calidad que les hace ser conocidos y valorados.**

Tipología de visitantes de espacios protegidos, basándose en la motivación del viaje y en las prácticas desarrolladas por cada grupo

Aventureros-montañeros

Turistas de naturaleza ocasionales

Colectivos de estudiantes y gente mayor

Naturalistas y admiradores de la naturaleza

Campistas

Espacios Naturales Protegidos

Parques
nacionales

Parques

Reservas
naturales

Monum.
naturales

Paisajes
protegidos

Áreas
marinas
protegidas

Otras
figuras de
protección

Red Natura 2000

Lugares de
Importancia
Comunitaria

Zonas de Especial
Protección para
las Aves

Zonas Especiales
de Conservación

Áreas protegidas por instrumentos internacionales

Humedales
Ramsar

Reservas de
la Biosfera

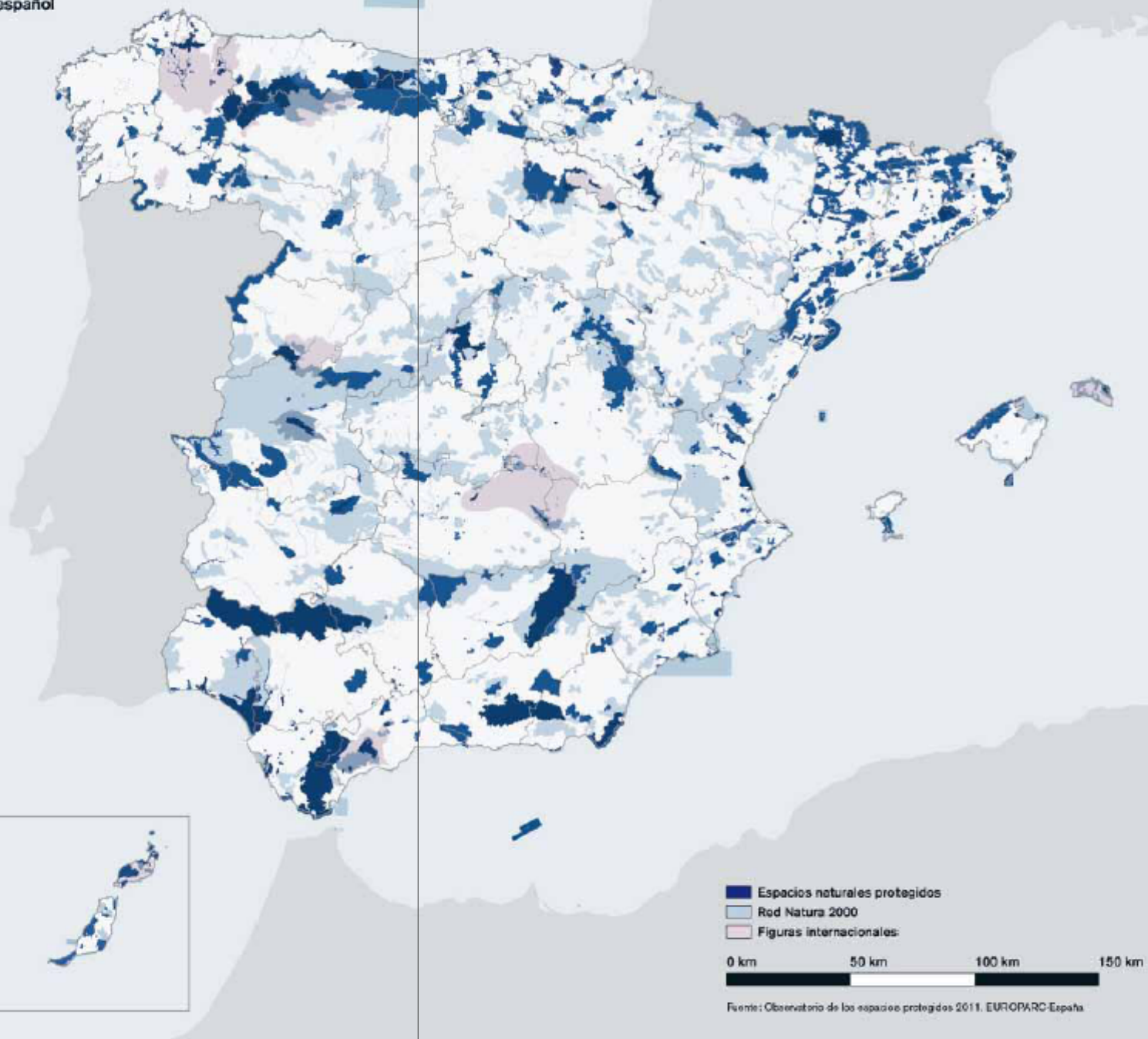
ZEPIM

OSPAR

Reservas
Biogenéticas

Geoparques

Mapa de las áreas protegidas del Estado español



- Espacios naturales protegidos
- Red Natura 2000
- Figuras internacionales:

0 km 50 km 100 km 150 km

Fuente: Observatorio de los espacios protegidos 2011. EUROPARC-España



Espacios Naturales Protegidos en Castilla-La Mancha

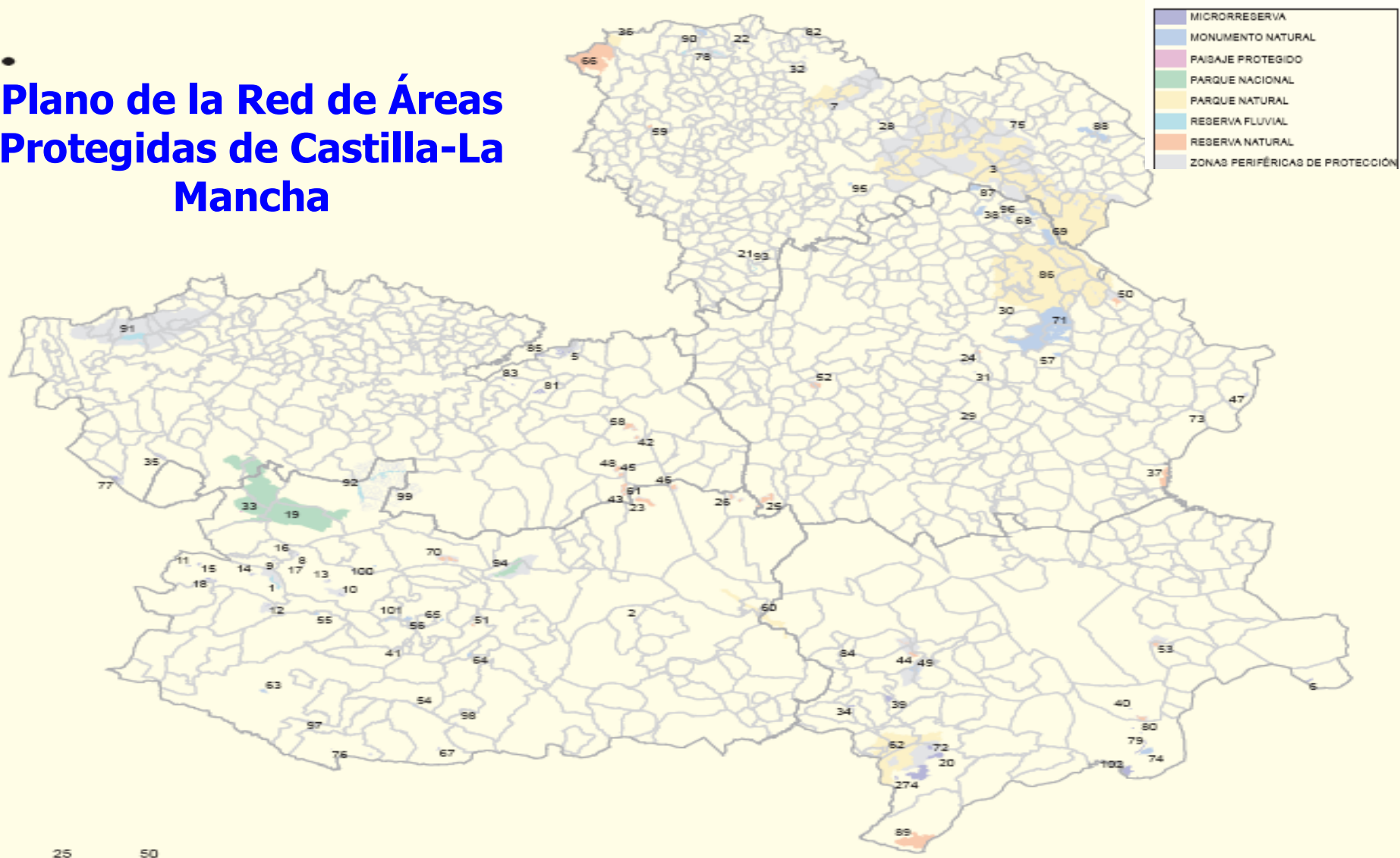
La comunidad autónoma de Castilla-La Mancha tiene una riqueza paisajística natural verdaderamente envidiable, que la sitúa en un lugar privilegiado en el ámbito de los Espacios Protegidos.



Espacios naturales protegidos en Castilla-La Mancha

Categoría	Nombre	Total (Has.)	Fecha Declaración	Provincia
Parque Nacional	Cabañeros	40.856,00	20/11/1995	Ciudad Real y Toledo
Parque Nacional	Tablas de Daimiel	1.928,00	03/05/1980	Ciudad Real
Parque Natural	Alto Tajo	105.721,00	06/04/2000	Cuenca y Guadalajara
Parque Natural	Barranco del río Dulce	8.481,00	27/02/2003	Guadalajara
Parque Natural	Calares del Mundo y de la Sima	19.192,00	05/05/2005	Albacete
Parque Natural	Hayedo de Tejera Negra	1.641,00	10/11/1978	Guadalajara
Parque Natural	Lagunas de Ruidera	3.772,00	13/07/1978	Albacete y Ciudad Real
Parque Natural	Serranía de Cuenca	73.726,00	08/03/2007	Cuenca
Reserva Natural	Macizo del Pico del Lobo-Cebollera	10.024,00	08/11/2005	Guadalajara
Reserva Natural	Sierra de las Cabras	4.173,62	29/03/2005	Albacete
Reservas Naturales	20	7.250,73	Varios	CLM
Microrreservas	47	7.146,41	Varios	CLM
Reservas Fluviales	5	3.392,89	Varios	CLM
Monumento Natural	Palancares y Tierra Muerta	18.078,00	16/01/2001	Cuenca
Monumentos Naturales	15	14.419,64	Varios	CLM

Plano de la Red de Áreas Protegidas de Castilla-La Mancha



Espacios naturales protegidos en tramitación en Castilla-La Mancha

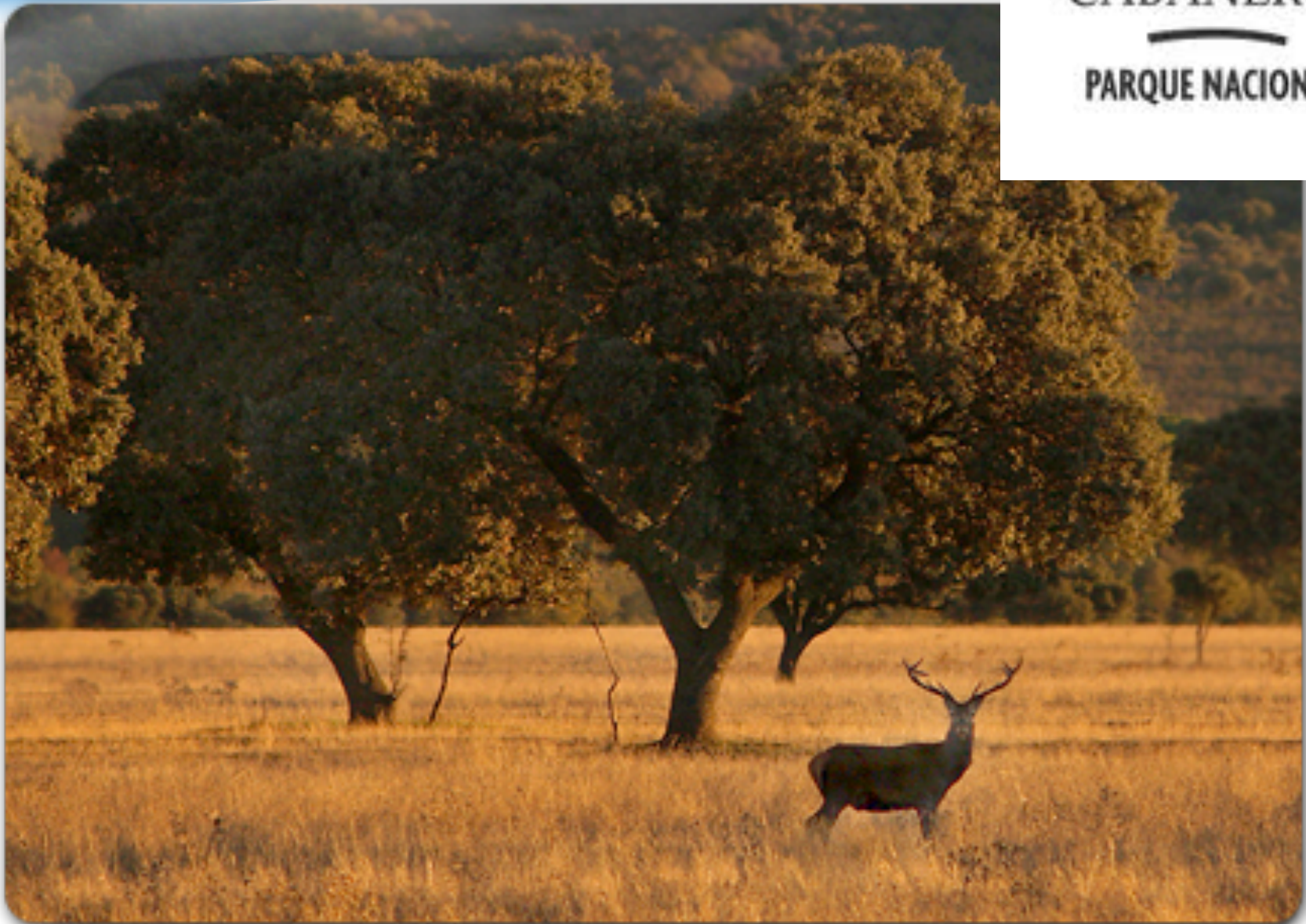
Nombre	Fecha Inicio
Abedular del Arroyo de Valdelapedriza	14-05-2002
Abedular del Valle del Beato	14-05-2002
Complejo lagunar de Fuentes	12-06-1996
Laderas de la Dehesa de Monreal	28-05-2002
Laguna de El Tobar	12-06-1996
Laguna del Taray	12-06-1996
Laguna Grande de Quero	12-06-1996
Rodenal del Cabriel	02-11-2004
Sierra Baja de Segura en Albacete y los pinares de Hellín	29-06-2004
Sierra Norte de Guadalupe	05-02-2008
Valle de Alcudia y Sierra Madrona	01-06-2004
Volcán de Piedrabuena	12-08-2000



CATEGORÍA	NÚMERO	SUPERFICIE DECLARADA TOTAL (ha.)
Parque Nacional	2	42.784,00
Parque Natural	7	478.253,00
Reserva Natural	22	14.756,35
Microrreserva	48	7447,4
Reserva Fluvial	6	4.307,89
Monumento Natural	24	33.484,25
Paisaje Protegido	1	36,38

CABAÑEROS

PARQUE NACIONAL





TABLAS DE
DAIMIEL

PARQUE NACIONAL



PARQUE NATURAL SERRANÍA DE CUENCA





parque natural

Serranía de Cuenca

Ciudad Encantada, declarada Sitio Natural de Interés Nacional

Nacimiento del Río Cuervo, Monumento Natural

Parque Cinegético Experimental de El Hosquillo

Callejones de Las Majadas

Lagunas de Cañada del Hoyo, Torcas de Los Palancares y Tierra Muerta, Monumento Natural

Torcas de Lagunaseca, Monumento Natural

Hoz de Beteta y Sumidero de Mata Asnos, Monumento Natural

Valle del río Escabas

Reserva Natural de la Laguna del Marquesado

Laguna de Uña y Embalse de La Toba

Nacimiento del río Júcar

Ventano del Diablo y cortados del Júcar

Laguna del Tobar

Hoz del Solán de Cabras

Valor de uso





Potencial del turismo de naturaleza



Preocupación ambiental



- ☀ Guía la actividad turística.
- ☀ Cambio comportamiento sociedad.

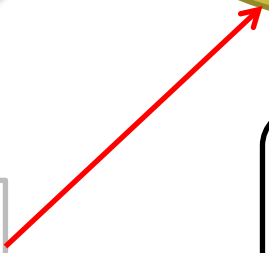


Gran atractivo turístico de la provincia de Cuenca

PROBLEMA:
capacidad de acogida del destino



Atraer visitantes que se identifiquen con el destino





Planteamiento

- Búsqueda de clientes que se identifiquen con el destino.
- Comportamiento contribuye a la sostenibilidad.
- Identificar el perfil más adecuado para el destino.

Segmentación

OBJETIVO: Identificar grupos de interés que por su comportamiento e interés en los espacios naturales, sean un público objetivo más adecuado al que dirigir las acciones comerciales para motivar su visita.

CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO

Tradicionalmente

Progreso ilimitado y desarrollo económico



Medio ambiente fuera del análisis económico

Cambios en el comportamiento del consumidor

Interés y preocupación por aspectos medioambientales (Herrero, 2000; Mediano, 2002)

Múltiples motivaciones en la decisión de realización del viaje (Mediano, 2002)



- Desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Nuevas posibilidades para el turismo en zonas rurales.

SEGMENTACIÓN

Segmentación en términos de marketing:

Estrategia que permite identificar los segmentos más afines al destino en cuanto a rentabilidad, acceso al segmento y potencial del producto para ese segmento, cuya motivación se identifica con lo que el destino puede ofrecer.

Razones

Capacidad para afrontar la fuerte competencia del mercado.

Capacidad de adaptación a la heterogeneidad de la demanda.

Selección de individuos con comportamiento adecuado al destino y lograr su satisfacción.

Objetivo....

Garantizar la sostenibilidad del destino a lo largo del tiempo.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Variable	Características	Porcentaje (%)
Sexo	Hombre	53,27
	Mujer	46,73
Edad	< 15 años	0,70
	15-24 años	7,48
	25-34 años	23,83
	35-44 años	27,10
	45-54 años	21,73
	55-65 años	15,42
	> 65 años	3,74
Estado civil	Soltero/a	24,53
	Viviendo en pareja	8,88
	Casado/a	60,75
	Separado/a Divorciado/a	4,21
	Viudo/a	1,64
Nivel de estudios	Sin estudios	1,17
	Primarios	23,42
	Secundarios	19,91
	F. Profesional/Técnica	15,22
	Universitarios	40,28
Situación laboral	Trabajador por cuenta ajena	62,62
	Trabajador por cuenta propia	13,08
	Desempleado	6,78
	Profesional independiente	0,70
	Estudiante	3,27
	Jubilado	7,24
	Ama de casa	4,91
	Otra situación	1,40
Nacionalidad	Española	99,53
	Internacional	0,47

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS (II)

DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES POR PROVINCIAS

Provincia	Porcentaje (%)
Madrid	23,71
Valencia	19,48
Barcelona	13,15
Alicante	12,68
Cuenca	8,22
Murcia	4,46
Toledo	2,58
Granada	2,11
Almería	1,88
Zaragoza	1,17
Vizcaya	1,17
Tarragona	1,17

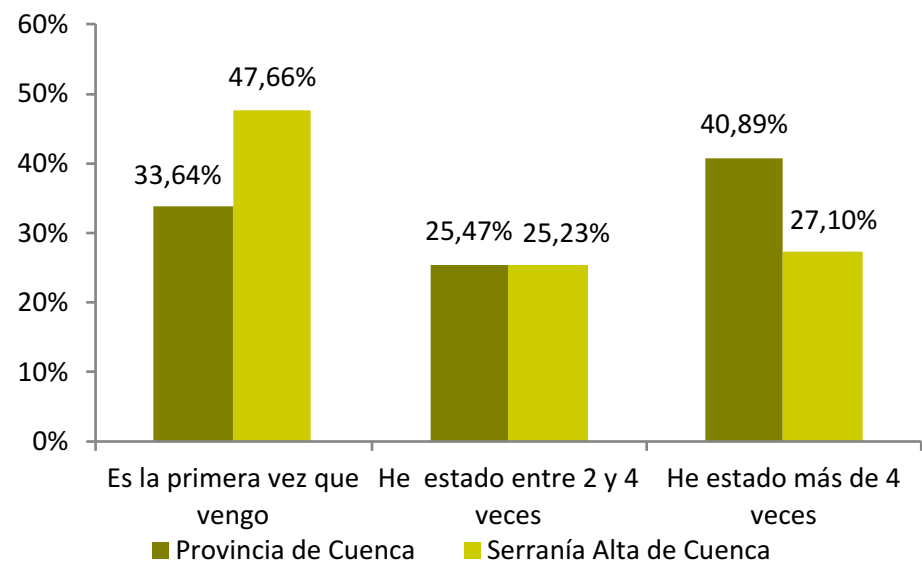
DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Comunidad Autónoma	Porcentaje (%)
Comunidad Valenciana	33,10
Comunidad de Madrid	23,71
Cataluña	14,32
Castilla-La Mancha	12,44
Andalucía	5,63
Murcia	4,46
Aragón	1,88
País vasco	1,64
Castilla y León	0,94
Galicia	0,94
Navarra	0,47
Extremadura	0,23
La Rioja	0,23



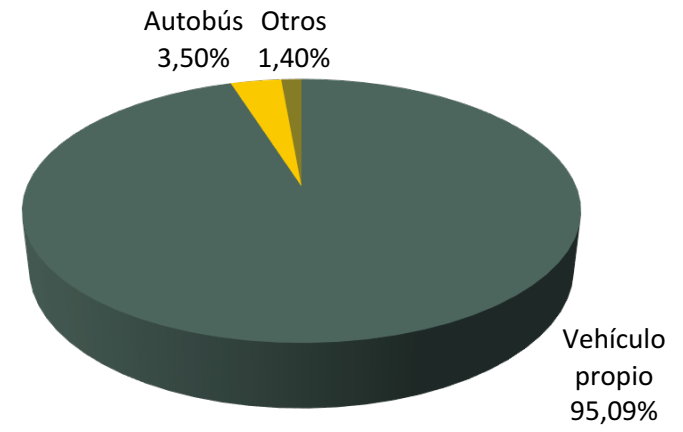
VISITA SERRANÍA

EXPERIENCIA EN EL DESTINO



- Gran conocimiento de la provincia.
- Serranía Alta de Cuenca: desconocida → oportunidades.

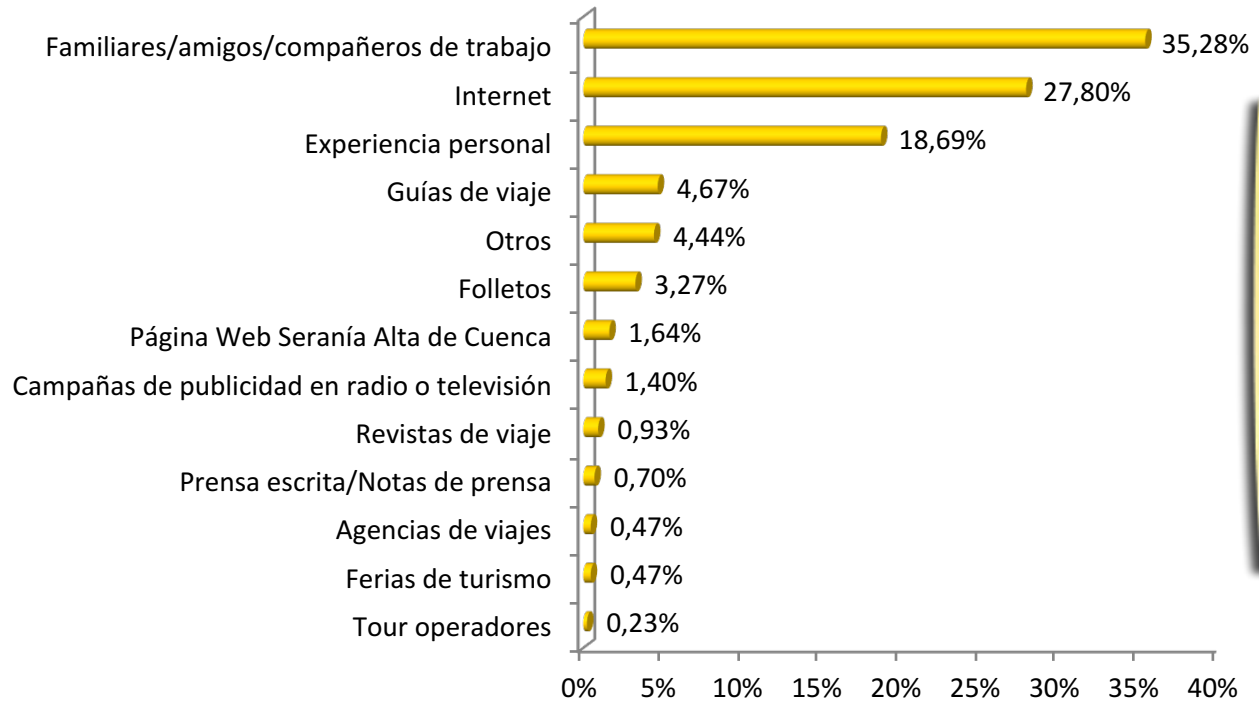
MEDIO DE TRANSPORTE



- Vehículo propio.
- Necesidad de alternativas de transporte a esta zona.

VISITA SERRANÍA (II)

FUENTES DE INFORMACIÓN

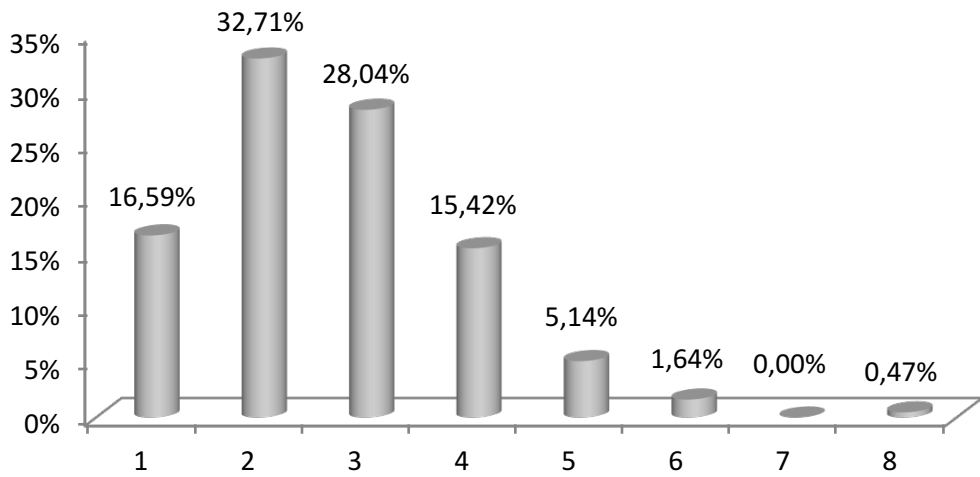


• Fuentes personales:
 recomendación de familiares/amigos, o experiencia personal.
 • Internet.
 • Necesidad de promoción en diferentes medios.



VISITA SERRANÍA (III)

NÚMERO PUNTOS DE INTERÉS VISITADOS



• Número medio:
 2,5 por persona.

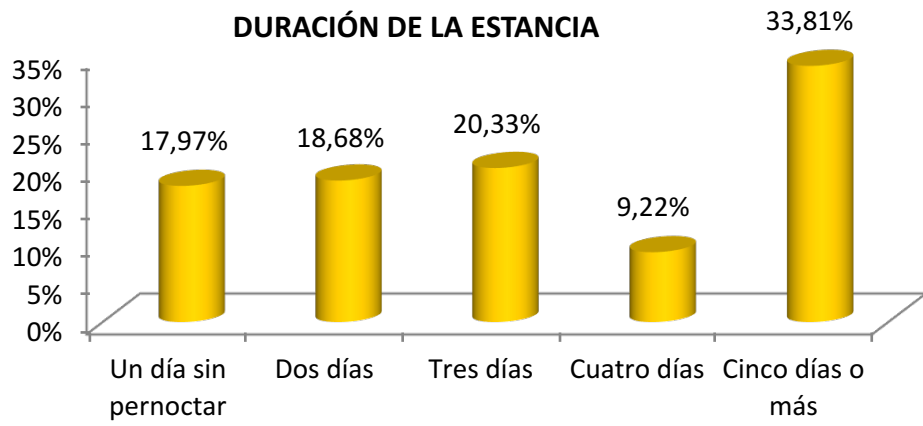
PUNTOS DE INTERÉS VISITADOS

Puntos de Interés	Porcentaje (%)
Nacimiento Río Cuervo	63,55
Ciudad Encantada	49,07
Callejones de Las Majadas	26,40
Hoz de Beteta	21,73
El Hosquillo	20,33
Tragacete	13,32
Uña	13,08
Ventano del Diablo	10,05
Embalse de la Toba	7,71
Vega del Codorno	6,78
Laguna del Tobar	3,74
Poyatos	3,74
Palancares	2,80
Torcas	2,57
Solán de Cabras	2,34
Cueva del Hierro	2,10
Fuertescusa	1,87
Santa María del Val	1,64
Huélamo	0,70
Valdemoro de la Sierra	0,23



VISITA SERRANÍA (IV)

**GRÁFICO 9
DURACIÓN DE LA ESTANCIA**



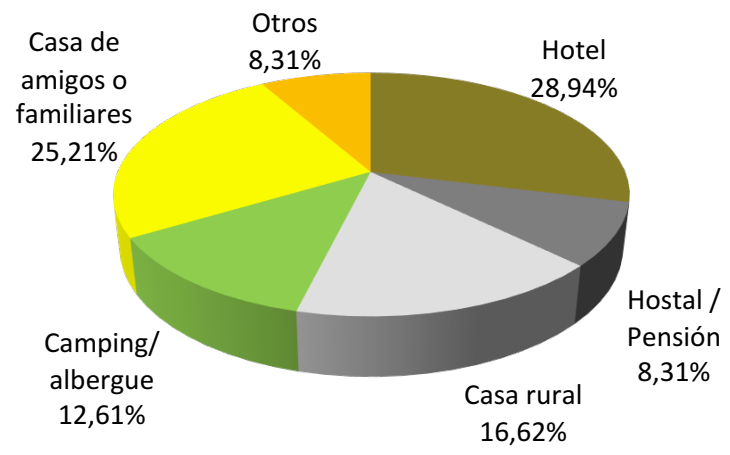
• Estancia media: 3,22 días.

**CUADRO 9
LOCALIDAD DE ALOJAMIENTO**

Localidad	Porcentaje (%)
Cuenca	23,99
Tragacete	12,14
Las Majadas	7,51
Cañamares	6,65
Beteta	5,78
Villalba de la Sierra	2,89
Camping Caravaning	2,89

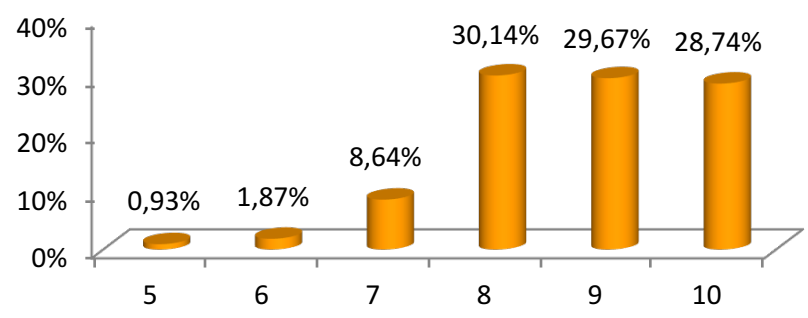
• 41,34% alojamiento en municipios de aplicación del Plan de Dinamización de Productos Turísticos.

**GRÁFICO 10
TIPO DE ALOJAMIENTO**



VISITA SERRANÍA (V)

VALORACIÓN DEL DESTINO



- Valoración media: 8,72 puntos sobre 10.
- 39,95% no emplea ningún canal.

- Repetir visita o recomendación del destino: 99,30%.

VALORACIÓN ELEMENTOS DEL DESTINO



ESTRUCTURA DE GASTO

GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA

Partidas	€ al día
Alojamiento	32,00
Restauración	32,38
Transporte	25,48
Otros	22,18

- Gasto más importante: restauración.
- Alojamiento: sólo el 41,34% de pernoctaciones se realiza en municipios en los que se aplica el PDPT.
- Predominio de los tramos de gasto más bajos en las distintas partidas de gasto analizadas.

DISTRIBUCIÓN GASTO POR PERSONA Y DÍA (%)

	Menos de 30 €	31 - 60 €	61 - 90 €	Más de 91 €
Alojamiento	60,51	24,30	11,21	3,97
Restauración	53,97	35,51	7,71	2,80
Transporte	71,26	23,13	4,44	1,17
Otros gastos	81,07	14,72	2,57	1,64

1

Mejora en la situación de las áreas protegidas en el conjunto de España y, de forma concreta en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha

2

Avance gracias a concienciación de la ciudadanía sobre el interés y la necesidad de preservar estos espacios como piezas claves para la mejora medioambiental

3

La baja densidad demográfica ha hecho que muchas de las áreas naturales sean difícilmente accesibles. La articulación de infraestructuras es uno de los retos

REPERCUSIONES

- El turismo es una de las actividades económicas de mayor importancia en Castilla-La Mancha.
- La riqueza histórico-monumental y natural de la región y su baja presión demográfica convierten al turismo en uno de los pilares básicos como reclamo de un producto de calidad.
- Elemento vertebrador de zonas deprimidas y capaz de fijar población al medio rural y proteger los espacios naturales.

RECOMENDACIONES

1. Puesta en valor de los abundantes recursos turísticos existentes.
2. Conseguir una diversificación económica en territorios eminentemente agrícolas.
3. Creación de infraestructuras turísticas a diferentes niveles.
4. Fomentar y desarrollar las actividades ligadas a la conservación del medio ambiente.

“Estrategias de marketing turístico en espacios naturales protegidos”

**IV JORNADAS
INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA
DEL TURISMO**

*Facultad de Turismo
14 a 16 de diciembre de 2016*

Prof. Dr. Juan Antonio Mondéjar Jiménez
Profesor Titular de Marketing
Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca
JuanAntonio.Mondejar@uclm.es