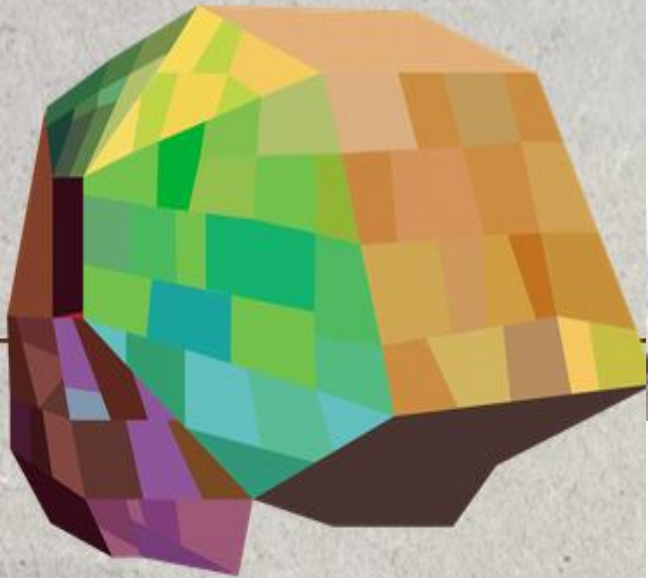


CONGRESO INTERNACIONAL TURISMO DE INTERIOR

El Turismo, compromiso de todos



Innovación Gobernanza Sostenibilidad
EXTREMADURA

PLASENCIA. 25-27 OCTUBRE

FG 07 GOBERNANZA Y TURISMO RESIDENCIAL



Rafael Pacheco

Ayuntamiento de **Casar de Cáceres**



Proyecto Plan de Marketing Turístico de Casar de Cáceres





***Objetivos y
metodología***

***¿Con qué
contamos?***

***¿Cuál es el
punto de
partida?***

***¿Dónde
podemos
llegar?***

***¿Cómo
podemos
llegar?***

***¿Dónde
estamos
ahora?***



OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar y ordenar todas las ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO de Casar de Cáceres.

Objetivos Específicos

OE1. Mejorar el POSICIONAMIENTO TURÍSTICO.

OE2. IDENTIFICAR Y DISEÑAR PRODUCTOS TURÍSTICOS.

OE3. Diseñar una PROPUESTA DE GESTIÓN INTEGRAL DEL TURISMO.



METODOLOGÍA Y RESULTADOS ESPERADOS

Metodología

Uso del INVENTARIO DE RECURSOS, FUENTES DE DATOS SECUNDARIOS y de DATOS PRIMARIOS (entrevista personal en profundidad a 43 agentes).



Resultados Esperados

Los resultados han de revertir en la puesta en marcha de un PLAN para la gestión integral del municipio, que redunde en una MEJORA SOCIOECONÓMICA DE LA LOCALIDAD, a través de los beneficios generados por el turismo.

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

- ✓ POSICIÓN GEOGRÁFICA privilegiada y buenas COMUNICACIONES.
- ✓ En la COMARCA TAJO-SALOR-ALMONTE, próximo a CÁCERES.
- ✓ Casar de Cáceres cuenta con 4.664 HABITANTES (INE, 2015)
- ✓ POBLACIÓN JOVEN, a juzgar por su índice de maternidad, juventud y envejecimiento.
- ✓ Su estructura económica se ha basado tradicionalmente en la ACTIVIDAD AGRARIA y en la CONSTRUCCIÓN.
- ✓ INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS PÚBLICOS que favorecen el desarrollo turístico.
- ✓ Localidad MUY ACTIVA Y DINÁMICA, con ALTO GRADO DE ASOCIACIONISMO entre sus residentes.

Imagen sobre la Feria del Asociacionismo y la Participación Ciudadana en junio de 2016



RECURSOS TURÍSTICOS

Casar de Cáceres cuenta con
importantes **ATRACTIVOS
NATURALES...**



*Objetivos y metodología**¿Con qué contamos?**¿Cuál es el punto de partida?**¿Dónde podemos llegar?**¿Cómo podemos llegar?**¿Dónde estamos ahora?*

RECURSOS TURÍSTICOS



... y también CULTURALES,
para conformar una oferta
turística de interés.



*Objetivos y
metodología*

*¿Con qué
contamos?*

*¿Cuál es el punto
de partida?*

*¿Dónde podemos
llegar?*

*¿Cómo podemos
llegar?*

*¿Dónde estamos
ahora?*

RECURSOS TURÍSTICOS

Donde confluyen
la
ARQUITECTURA
POPULAR...



... y la
ARQUITECTURA
CONTEMPORÁNEA.

Objetivos y metodología	¿Con qué contamos?	¿Cuál es el punto de partida?	¿Dónde podemos llegar?	¿Cómo podemos llegar?	¿Dónde estamos ahora?
-------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------

RECURSOS TURÍSTICOS

Y donde las FIESTAS y TRADICIONES...



... conviven con EVENTOS y RECREACIONES HISTÓRICAS.



Objetivos y metodología	¿Con qué contamos?	¿Cuál es el punto de partida?	¿Dónde podemos llegar?	¿Cómo podemos llegar?	¿Dónde estamos ahora?
-------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------

RECURSOS TURÍSTICOS

Que además cuenta con MUSEOS y CENTROS DE INTERPRETACIÓN...



... así como otras INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURAS susceptibles de aprovechamiento turístico.



*Objetivos y metodología**¿Con qué contamos?**¿Cuál es el punto de partida?**¿Dónde podemos llegar?**¿Cómo podemos llegar?**¿Dónde estamos ahora?*

RECURSOS TURÍSTICOS

También con ARTESANÍA de interés...



... y donde especialmente su GASTRONOMÍA juega un papel relevante.



Consejo Regulador
Denominación de Origen Protegida

OFERTA TURÍSTICA

Alojamiento

- Casar posee SEIS ALOJAMIENTOS, que suman **188** PLAZAS, a lo que hay que añadir **68** plazas en ECONOMÍA COLABORATIVA, y los ESTABLECIMIENTOS QUE SE ABRIRÁN EN BREVE, aproximando así Casar a UNAS **300** PLAZAS.
- Casar **CARECE DE HOTELES CON ESTRELLAS DE ORO** de **CATEGORÍA MEDIA** y **VOLUMEN DE PLAZAS SUFICIENTE** para acoger grupos organizados.



Restauración



21 restaurantes/
café-bar/ cafetería-
churrería

Actividades

Hay una EMPRESA DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS. Además el AYUNTAMIENTO y OTRAS ENTIDADES organizan actividades deportivas, culturales y de ocio.



DEMANDA TURÍSTICA

Mapa de los peregrinos embajadores de Casar de Cáceres en el mundo

- ✓ En 2015 en el MUSEO DEL QUESO se registraron 4.124 VISITAS (grupos de escolares).
- ✓ Casar de Cáceres recibió 1.914 PEREGRINOS del Camino de Santiago en 2016.



Objetivos y
metodología

¿Con qué
contamos?

¿Cuál es el punto
de partida?

¿Dónde podemos
llegar?

¿Cómo podemos
llegar?

¿Dónde estamos
ahora?

ACCIONES VINCULADAS AL TURISMO



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Incrementar el VOLUMEN DE TURISTAS que visita Casar de Cáceres a un 5% de la cuota de mercado del turismo que visita Cáceres.
- Potenciar el GASTO del visitante en Casar de Cáceres.
- Aumentar la ESTANCIA MEDIA, pasando de un turismo principalmente de excursionistas y de paso a un turismo con estancia.
- Reforzar el número de GRUPOS ORGANIZADOS que visita la localidad y el desarrollo de EVENTOS periódicos.
- Estimación de IMPACTO ECONÓMICO a tres años de entre 1.306.500,00€ y 1.959.750,00€ (según estimaciones realizadas a partir de los datos del Observatorio de Turismo de Extremadura de 2015).
- Fomentar que los PEREGRINOS que han visitado la localidad regresen con OTRAS MOTIVACIONES TURÍSTICAS y promuevan las REFERENCIAS POSITIVAS.



Objetivos y metodología	¿Con qué contamos?	¿Cuál es el punto de partida?	¿Dónde podemos llegar?	¿Cómo podemos llegar?	¿Dónde estamos ahora?
-------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------

ESTRATEGIA DE IMAGEN DE MARCA Y ESTRATEGIA TIC

- Diseño de una MARCA sencilla: “TURISMO DE CASAR DE CÁCERES”.
- Que vincule VALORES como la: tradición (Torta), modernidad (Estación de autobuses) e historia (Vía de la Plata).
- Crear la WEB TURISMO DE CASAR DE CÁCERES.
- Mejorar presencia en REDES SOCIALES y el posicionamiento en los portales de Tripadvisor, Booking y Minube.



*Objetivos y metodología**¿Con qué contamos?**¿Cuál es el punto de partida?**¿Dónde podemos llegar?**¿Cómo podemos llegar?**¿Dónde estamos ahora?*

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

“Siete Itinerarios Estratégicos de Producto”

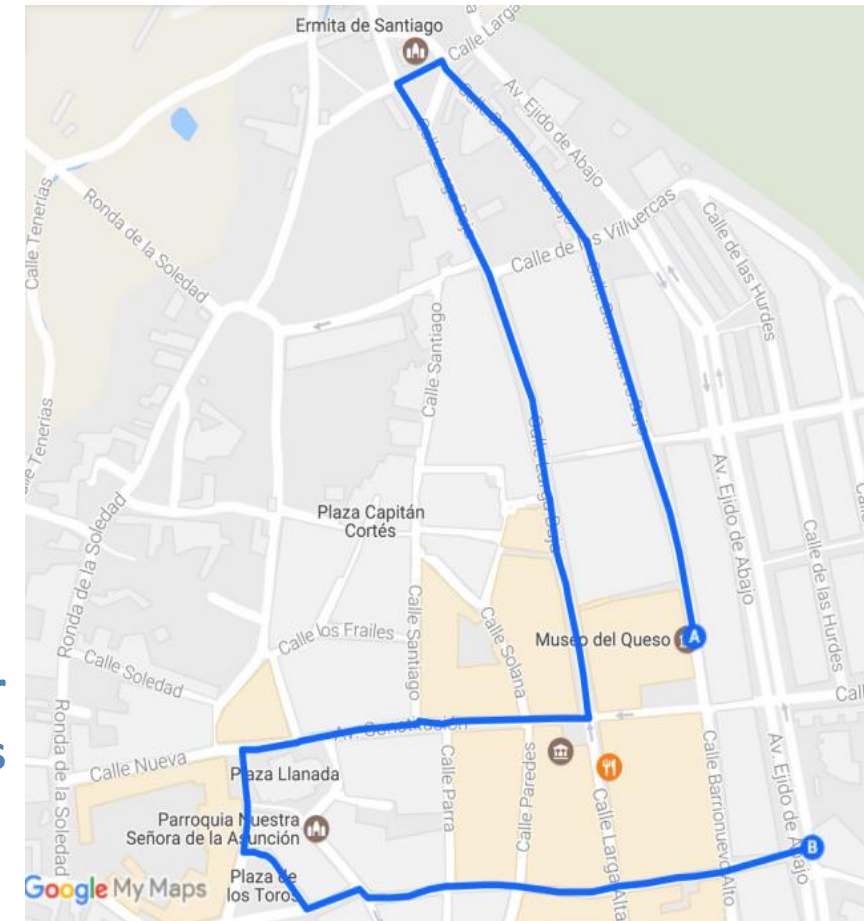


- **AZUL: ATENCIÓN A VISITANTES Y PEREGRINOS**
- **ROJO:**  **HEESE UNIVERSITY UNIVERSIDAD DEL QUESO**
TORTA DEL CASAR
- **CAFÉ: GASTRORUTA EN BARES Y RESTAURANTES**
- **AMARILLO: VISITA A LAS GANADERÍAS “PASTOR POR UN DÍA”**
- **VERDE: NATURALEZA Y DEPORTE**
- **NARANJA: APRENDE IDIOMAS EN CASAR DE CÁCERES**
- **MULTICOLOR: SHOPPING**

- **AZUL: ATENCIÓN A VISITANTES Y PEREGRINOS**



A. Oficina de Información Turística Municipal y Museo del Queso



C. Conoce Casar de Cáceres



B. Language Exchange with Pilgrims

Objetivos y
metodología

¿Con qué
contamos?

¿Cuál es el punto
de partida?

¿Dónde podemos
llegar?

¿Cómo podemos
llegar?

¿Dónde estamos
ahora?

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

- **ROJO:  HEESE UNIVERSITY UNIVERSIDAD DEL QUESO**

Espacio de **investigación, formación y difusión** del mundo del queso de referencia internacional

Conferencias

Cultura del Queso

Jornadas Técnicas

Talleres Gastronómicos

Turismo del Queso (quesoturismo)

Proyectos I+D (empresa-centros de investigación)



Objetivos y metodología	¿Con qué contamos?	¿Cuál es el punto de partida?	¿Dónde podemos llegar?	¿Cómo podemos llegar?	¿Dónde estamos ahora?
-------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

• CAFÉ: GASTRORUTA EN BARES Y RESTAURANTES

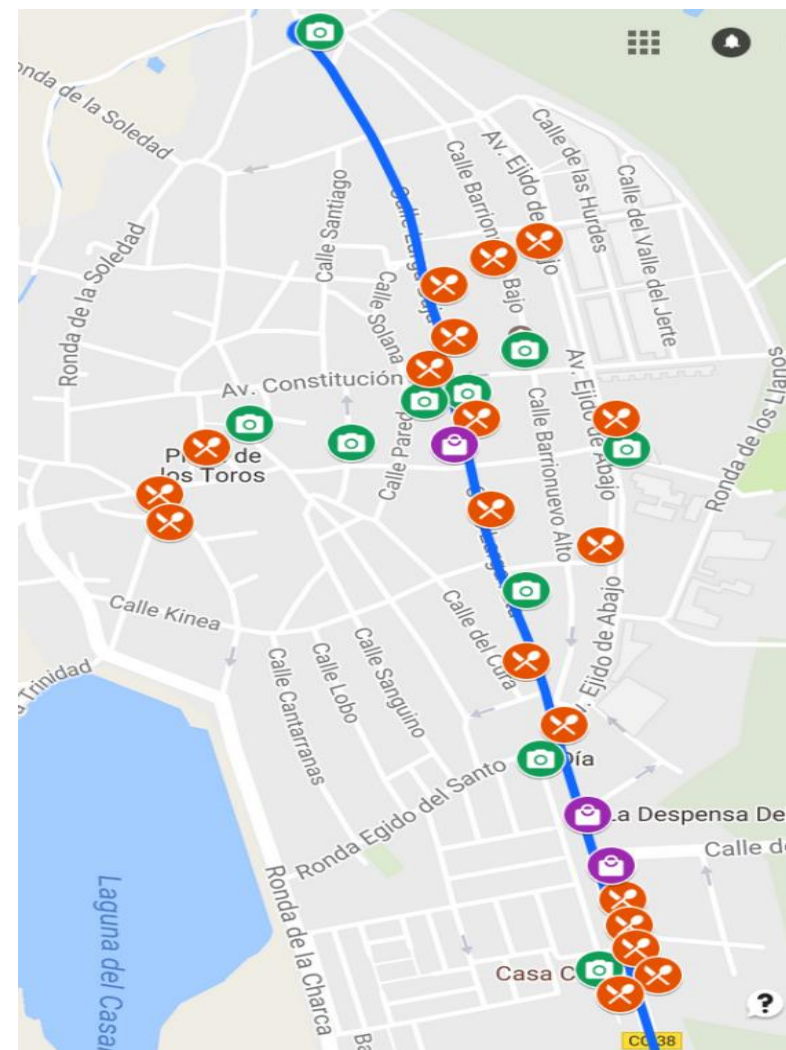
A. Asociación con los productos extremeños Premium y menús degustación



B. “La Ruta 66” de la Tapa de la Torta del Casar



C. “Peregrino por un día”,
uniendo historia y gastronomía



Objetivos y
metodología

¿Con qué
contamos?

¿Cuál es el punto
de partida?

¿Dónde podemos
llegar?

¿Cómo podemos
llegar?

¿Dónde estamos
ahora?

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

- **AMARILLO: VISITA A QUESERIAS Y GANADERÍAS “PASTOR POR UN DÍA”**



*Objetivos y metodología**¿Con qué contamos?**¿Cuál es el punto de partida?**¿Dónde podemos llegar?**¿Cómo podemos llegar?**¿Dónde estamos ahora?*

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

- VERDE: NATURALEZA Y DEPORTE**

A. Rutas por parajes naturales e históricos de Casar de Cáceres



B. Birding

C. Pesca



*Objetivos y
metodología**¿Con qué
contamos?**¿Cuál es el punto
de partida?**¿Dónde podemos
llegar?**¿Cómo podemos
llegar?**¿Dónde estamos
ahora?*

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

- **NARANJA: APRENDE IDIOMAS EN CASAR DE CÁCERES**



Objetivos y
metodología

¿Con qué
contamos?

¿Cuál es el punto
de partida?

¿Dónde podemos
llegar?

¿Cómo podemos
llegar?

¿Dónde estamos
ahora?

ESTRATEGIA DE MARKETING

Propuesta de productos turísticos y eventos

- **MULTICOLOR: SHOPPING**

A. Venta de otros productos lácteos, queso en otros formatos, *packagings* especiales y productos Premium en **queserías o tiendas especializadas**

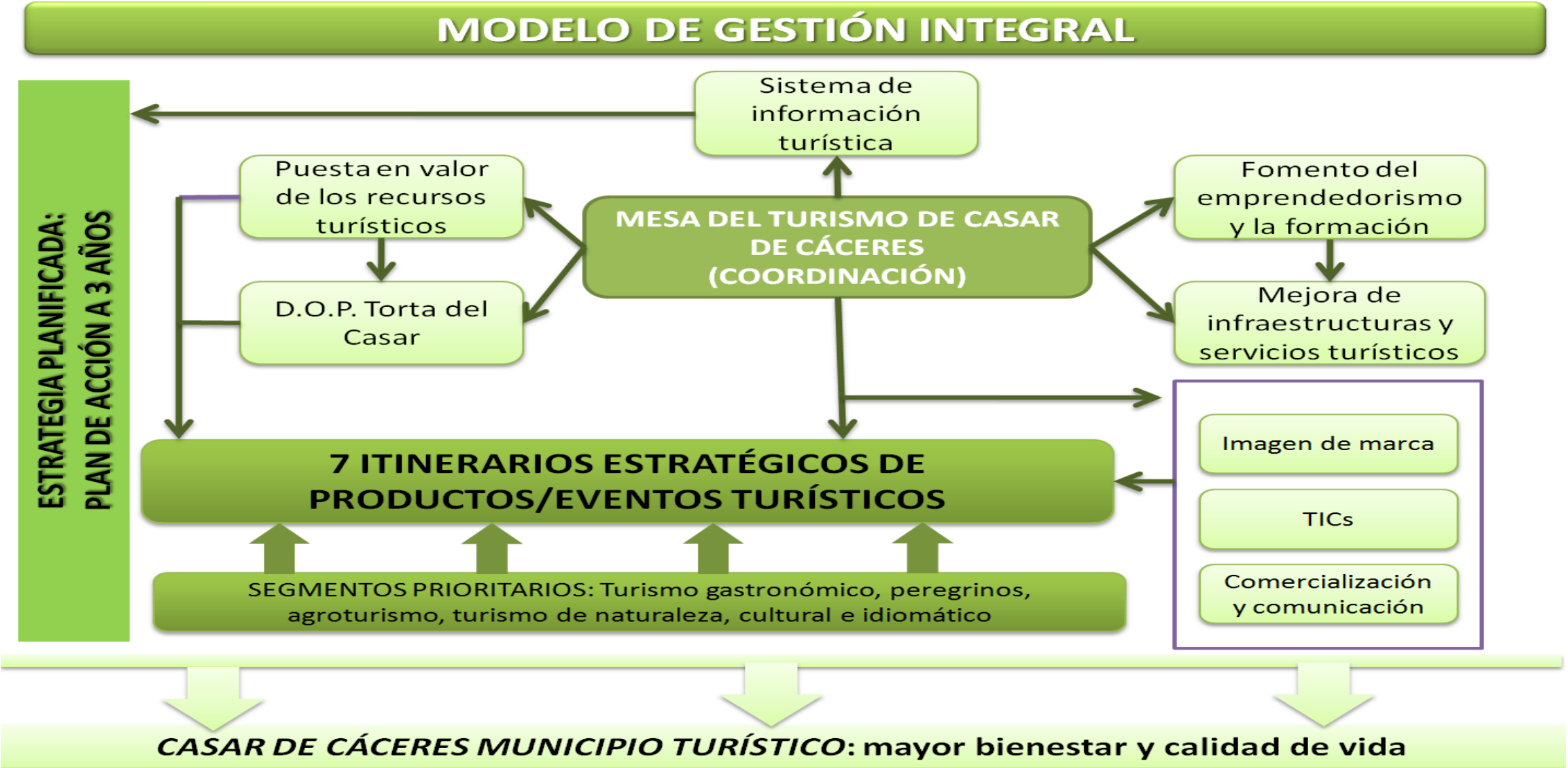


B. Souvenirs, Merchandising, *Photocalls* y Fotomontajes

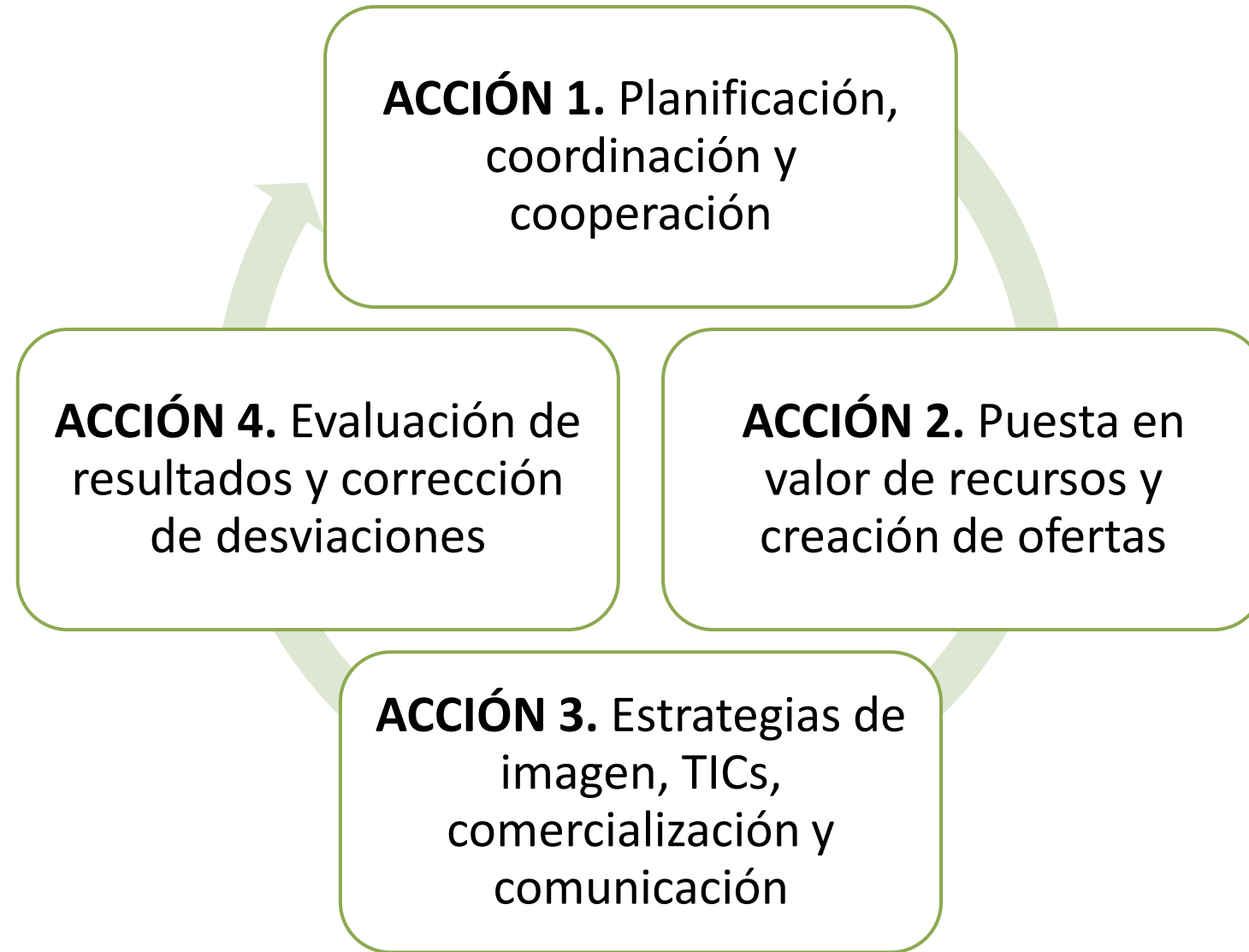


Objetivos y metodología	¿Con qué contamos?	¿Cuál es el punto de partida?	¿Dónde podemos llegar?	¿Cómo podemos llegar?	¿Dónde estamos ahora?
-------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------

GESTIÓN INTEGRAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO



PLAN DE ACCIÓN A TRES AÑOS



Objetivos y
metodología

¿Con qué
contamos?

¿Cuál es el punto
de partida?

¿Dónde podemos
llegar?

¿Cómo podemos
llegar?

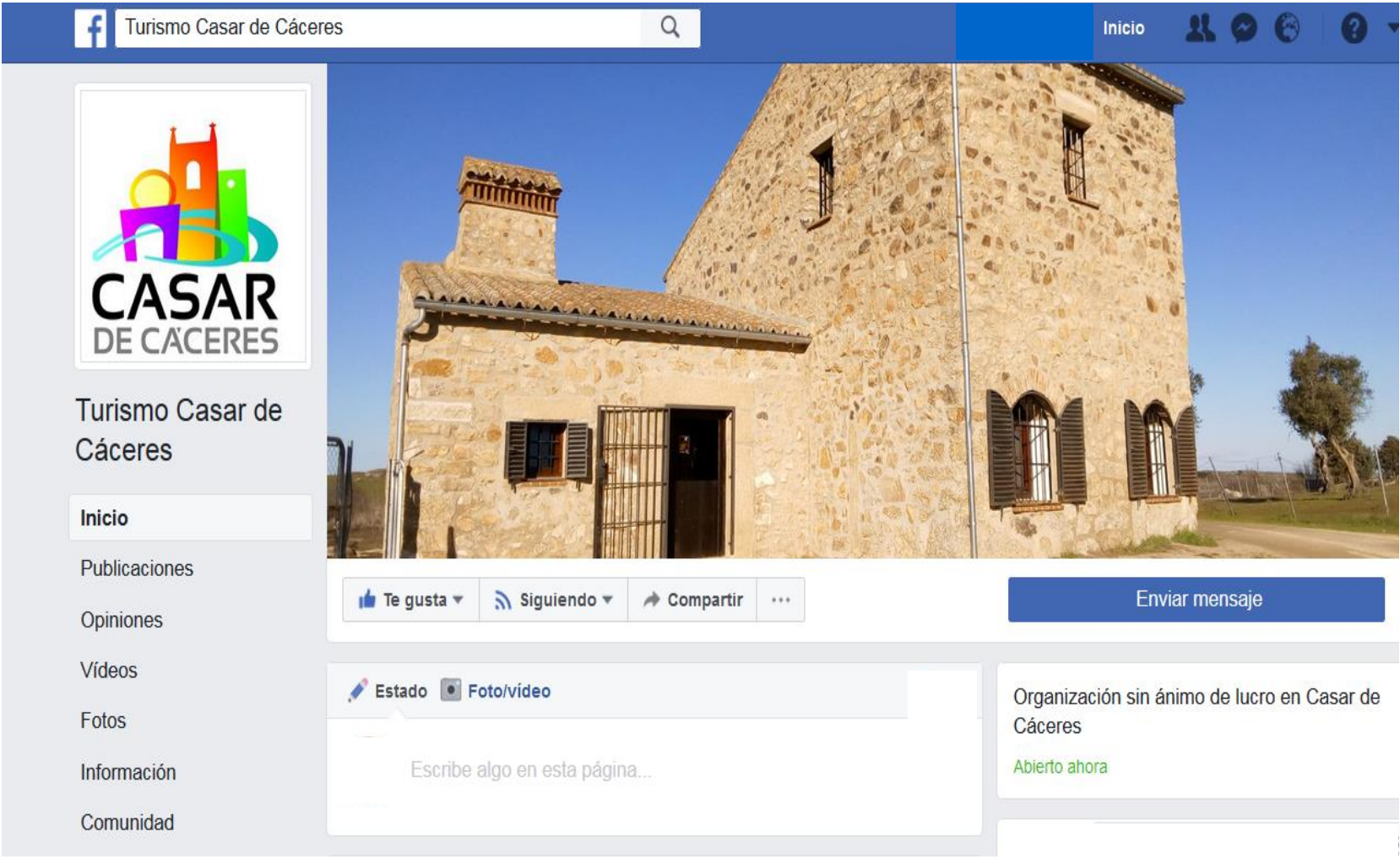
¿Dónde estamos
ahora?

IMAGEN DE MARCA Y MERCHANDISE



Objetivos y metodología	¿Con qué contamos?	¿Cuál es el punto de partida?	¿Dónde podemos llegar?	¿Cómo podemos llegar?	¿Dónde estamos ahora?
-------------------------	--------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------

REDES SOCIALES Y ACTIVIDADES



“HAZTE UN SELFIE EN EL MUSEO”



“PASEO HISTÓRICO por la Vía de la Plata”



*Objetivos y
metodología*

*¿Con qué
contamos?*

*¿Cuál es el punto
de partida?*

*¿Dónde podemos
llegar?*

*¿Cómo podemos
llegar?*

*¿Dónde estamos
ahora?*

CONSTITUCIÓN DE LA MESA LOCAL DEL TURISMO (3 de mayo de 2017)



Objetivos y
metodología

¿Con qué
contamos?

¿Cuál es el punto
de partida?

¿Dónde podemos
llegar?

¿Cómo podemos
llegar?

¿Dónde estamos
ahora?

CONSTITUCIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL QUESO (septiembre y octubre de 2017)

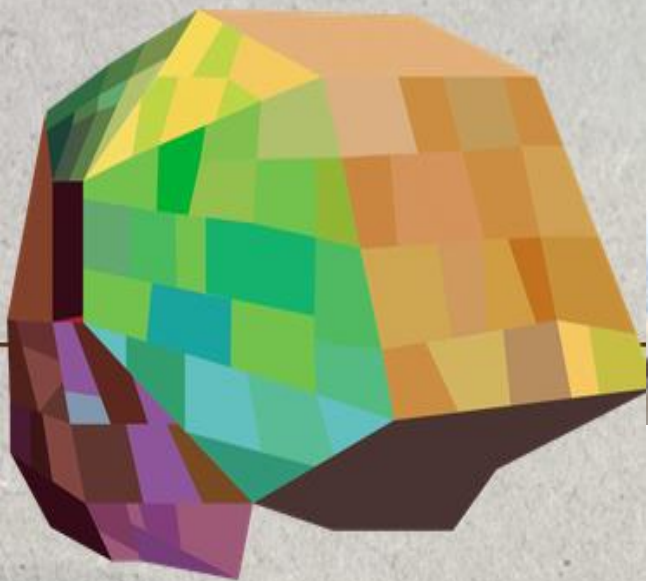
CONSTITUCIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL QUESO con agentes involucrados el 14 de septiembre de 2017, como un espacio de investigación, formación y difusión del mundo del queso de referencia internacional, con sede en CREOFONTE.

CURSO INTERNACIONAL DE VERANO-OTOÑO DE LA UEX “CIENCIA, QUESO Y TURISMO” como primera actividad, celebrada del 4 al 6 de octubre de 2017 en CREOFONTE.



CONGRESO INTERNACIONAL TURISMO DE INTERIOR

El Turismo, compromiso de todos



Innovación Gobernanza Sostenibilidad
EXTREMADURA

PLASENCIA. 25-27 OCTUBRE

FG 07 GOBERNANZA Y TURISMO RESIDENCIAL



Rafael Pacheco

Ayuntamiento de **Casar de Cáceres**



Proyecto Plan de Marketing Turístico de Casar de Cáceres

