
DEFINICIÓN DE Estrategias

“Cuando bebas agua, recuerda la fuente”

Proverbio chino

F3



METODOLOGÍA

Tras analizar y diagnosticar la situación del turismo y la náutica recreativa en la Comarca Tajo-Salor-Almonte, se definirán **cuatro ámbitos**, definidos en base a las problemáticas y las potencialidades identificadas, sobre los que se actuará a través de diferentes estrategias y acciones concretas.

La **visión** que guía la definición de las estrategias que se proponen en las siguientes páginas, es conseguir posicionar al Embalse de Alcántara y sus recursos náuticos complementarios como una oferta náutico turística de interior reconocida a nivel nacional.

Una oferta que a corto plazo sea un referente regional y que, a medio y largo plazo, se convierta en una oferta turística consolidada a nivel nacional con un notable potencial de internacionalización.

Tras analizar el potencial de este territorio y su lámina de agua, desde el equipo consultor, se ha llegado a la conclusión de que el embalse de Alcántara puede ser el eje transmisor de un potente producto náutico-recreativo en aguas interiores a nivel regional. Un producto diferente y diverso que convierta al río Tajo en su paso por Extremadura en una de las principales ofertas turísticas de la región.

Para ello, la **misión** de esta estrategia es plantear acciones realistas, adaptadas a la realidad turística, territorial y social de la Comarca. Acciones que tengan en cuenta todas las

dimensiones de la **sostenibilidad** territorial: ambiental, económica y, especialmente, social.

F1

F2

F3

ESTRUCTURA FASE DE DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS

Esta fase se desarrolla en un proceso de **planificación en cascada**, estructurado en:

- Ámbitos de actuación
 - Líneas estratégicas
 - Acciones

El punto de partida de esta fase serán las conclusiones obtenidas en la fase de diagnóstico y su revisión tras el debate realizado con los agentes locales.

1

Punto de partida: Determinado en la **Fase de Diagnóstico** en base a:

- Problemática
- Potencialidades
- **Respuestas**

2

Ámbitos estratégicos de actuación. Son definidos en base a los principales problemas encontrados en el territorio.

El objetivo es agrupar las líneas estratégicas y las acciones concretas en **bloques homogéneos** a fin de poder dar respuestas eficientes y rápidas a las necesidades del territorio.

3

Líneas estratégicas y acciones. Son los elementos clave de la estrategia. Son la concreción del plan; **el qué, el para quién, el dónde, y el cómo actuar** para conseguir dinamizar el turismo y la náutica recreativa en el embalse de Alcántara y su oferta complementaria.

Se definirán en primer lugar cuatro grandes ámbitos sobre los que actuar y sus correspondientes líneas estratégicas, acciones y recomendaciones de actuación. Posteriormente se abordará y desarrollará en profundidad el **proceso metodológico que definirá el producto náutico-turístico de la Comarca Tajo-Salor-Almonte.**

¿Para quién?

Definición de los **segmentos de demanda** potenciales

¿El qué?

Definición de las **líneas de producto**

¿Cómo y dónde?

Implantación espacial de los productos náuticos: **Instalaciones**

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LOS ÁMBITOS DEFINIDOS

1

ÁMBITO NORMATIVO Y DE GESTIÓN

- **Resolver y dar alternativas a los condicionantes y restricciones actuales a la navegación y la actividad recreativa en la lamina de agua** para posibilitar la dinamización del sector turístico y favorecer la **sostenibilidad social** de un territorio en declive demográfico y económico.

2

ÁMBITO DE MERCADO

- Reconocer la realidad náutico-turística del destino mediante la **definición de segmentos de demanda potenciales**.
- **Establecer instrumentos de análisis y seguimiento** para determinar las tendencias del sector y favorecer actuaciones que aseguren la **rentabilidad del proyecto**.

3

ÁMBITO PRODUCTO

- **Definir líneas de producto sostenibles ambiental y económicamente** adaptadas a la realidad del destino y a su patrimonio cultural y natural.
- **Desarrollar una Red de instalaciones náuticas** que permita la permeabilidad territorial del producto, de forma que beneficie a la Comarca en su conjunto.

4

ÁMBITO VISIBILIDAD DE LA OFERTA

- **Visibilizar el potencial del Embalse de Alcántara como recurso turístico y dinamizador territorial entre la población local**. Fortalecimiento del **sentimiento identitario**.
- **Establecer estrategias de promoción y comercialización** del producto una vez afianzado. Búsqueda de públicos y mercados objetivo.

1

ÁMBITO NORMATIVO Y DE GESTIÓN

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

ACCIONES/RECOMENDACIONES

CORTO PLAZO (MENOS DE 1 AÑO) **CP**MEDIO/LARGO PLAZO (1-5 AÑOS) **MLP**

A1.L1. RACIONALIZACIÓN DE LA NORMATIVA AMBIENTAL

- Levantamiento de un inventario de las áreas de nidificación en el área del embalse y sus afluentes, definiendo áreas especialmente sensibles. **[CP]**
- Creación de Mesas intersectoriales: DG Turismo, DG Medioambiente, Confederación Hidrográfica del Tajo y otros colectivos para estudiar nuevas ventanas anuales de navegación que reduzcan las restricciones temporales actuales. **[CP]**

A1.L2. REDUCCIÓN DE LA BUROCRACIA PARA LA ACTIVIDAD NÁUTICA Y RECREATIVA

- Negociación con la Confederación Hidrográfica del Tajo con el objetivo de establecer trámites más sencillos para navegantes y empresas de turismo activo que desarrollen actividad frecuente o esporádica en el embalse de Alcántara.
 - Reducción de los tiempos para la obtención de licencias de navegación **[MLP]**
 - Reducción de los trámites para la matriculación de embarcaciones **[MLP]**
 - Creación de licencias de actividad profesional permanentes **[CP]**

A1.L3. COMPATIBILIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD RECREATIVA CON LA HIDROÉLECTRICA EN EL EMBALSE

- Desarrollo de reuniones con Iberdrola, empresa gestora de la función hidroeléctrica del embalse, a fin de tratar los siguientes aspectos. **[CP]**
 - Balizamiento y regulación de la navegación en las proximidades a la pared de la presa.
 - Desarrollo de mecanismos para reducir el riesgo de los navegantes en caso de desembalses.

2

ÁMBITO DE MERCADO

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

ACCIONES/RECOMENDACIONES

CORTO PLAZO (MENOS DE 1 AÑO) **CP**MEDIO/LARGO PLAZO (1-5 AÑOS) **MLP**

A2.1.1. IDENTIFICACIÓN DE SEGMENTOS DE DEMANDA POTENCIALES

- Caracterización de la demanda náutica potencial. Definición de tipologías fundamentales y segmentación de las mismas en función de criterios de origen y motivación. **[CP]**

A2.1.2. DESARROLLO DE INSTRUMENTOS DEL TURISMO EN DESTINO

- Fomento de la recogida permanente y ordenada de datos turísticos tanto por parte de los organismos públicos competentes como de las empresas privadas. **[CP]**
- Desarrollo de un Observatorio Comarcal de Turismo centralizado por los Agentes de Desarrollo Local y las Oficinas de Turismo y apoyado por los empresarios turísticos y náuticos locales. **[MLP]**

3

ÁMBITO DE PRODUCTO

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

ACCIONES/RECOMENDACIONES

CORTO PLAZO (MENOS DE 1 AÑO) **CP**MEDIO/LARGO PLAZO (1-5 AÑOS) **MLP****A3.L1.** DEFINICIÓN DE LÍNEAS DE PRODUCTO ADAPTADAS A LA REALIDAD TERRITORIAL

- Definición de productos náutico-turísticos que aprovechen y pongan en valor las características de la lámina de agua, el patrimonio natural, el patrimonio cultural y la oferta turística complementaria de la Comarca Tajo-Salor-Almonte y de los territorios aledaños: Tajo Internacional, PN Monfragüe, Área Urbana de Cáceres (Centro Histórico, Barruecos...). **[CP]**

A3.L2. DESARROLLO DE INSTALACIONES NÁUTICAS QUE ARTICULEN EL TERRITORIO PARA SU USO NÁUTICO-RECREATIVO

- Inversión pública para la creación de una Red de instalaciones náuticas que soporten la actividad turística y recreativa dando, en paralelo, cohesión territorial al producto náutico-turístico. Se configurarán como base de operación de empresas y federaciones y en paralelo serán la imagen física de la marca "Turismo Náutico de Extremadura". **[CP] [MLP]**
- Inversión pública para señalar y mejorar los accesos a los elementos que compondrán la Red de instalaciones náuticas. **[CP] [MLP]**

A3.L3. FORMACIÓN DE PERSONAL ESPECIALIZADO: TÉCNICOS Y EMPRENDEDORES

- Desarrollo de programas específicos orientados a formar técnicos y profesionales para el sector turístico en general y para el sector náutico-recreativo en particular. **[CP]**
- Desarrollo de programas de formación para emprendedores turísticos. **[CP]**
- Desarrollo de programas de formación en innovación turística y TIC para el sector **[CP]**
- Creación de líneas de financiación y subvenciones que faciliten la actividad a nuevos empresarios del sector. **[CP] [MLP]**

4

ÁMBITO VISIBILIDAD DE LA OFERTA

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

ACCIONES/RECOMENDACIONES

CORTO PLAZO (MENOS DE 1 AÑO) **CP**MEDIO/LARGO PLAZO (1-5 AÑOS) **MLP**

A4.1.1. SOCIALIZACIÓN DE LA NÁUTICA

- Desarrollo de talleres de socialización para población local y los empresarios turísticos de la zona para dar a conocer el proyecto y sus objetivos y líneas de actuación principales. **[CP]**
- Fomento de la concepción por parte de las Administraciones y agentes sociales de que el turismo náutico puede funcionar como un dinamizador del territorio y un eje vertebrador del desarrollo turístico revirtiendo en la mejora de las condiciones económicas y sociales de la comarca. **[CP]**

A4.1.2. MARKETING Y PROMOCIÓN

- Integración de la oferta náutico-turística dentro de la oferta del destino. **[CP]**
- Fortalecimiento de la presencia en Redes Sociales. **[CP]**
- Integración preferente del turismo náutico dentro de las estrategias promocionales del turismo activo por parte de las diferentes administraciones públicas extremeñas **[CP]**
- Creación de una marca homogénea, "Turismo Náutico de Extremadura", que sirva de paraguas para los diferentes productos territoriales. **[MLP]**
- Refuerzo de la responsabilidad compartida entre el sector público y el sector privado en el proceso de promoción del destino y los productos que lo integran. **[CP]**

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para conseguir posicionar el producto náutico-turístico del Embalse de Alcántara y su oferta complementaria a nivel regional primero y nacional después, es fundamental establecer una línea estratégica que **analice el mercado y determine cuáles son los segmentos de demanda** que nos darán la base para definir las líneas de producto prioritarias y las instalaciones que sustenten dichas líneas de producto.

Actualmente en la Comarca Tajo-Salor-Almonte la escasa demanda de turismo náutico está constituida por **turistas generalistas** que realizan puntualmente

paseos en barco por el embalse y sus ramificaciones (río Alagón, y Tajo fundamentalmente) y por **turistas náuticos (pescadores)** que vienen atraídos por la pesca del siluro desde embarcación.

Asimismo, existe un cierto uso de la lámina de agua por parte de residentes en la zona gracias a los dos Clubs Náuticos existentes en el embalse (en Alcántara y Garrovillas).

La demanda actual se caracteriza por:

- **Turistas generalistas:** Grupos pequeños de edad diversa, que buscan una actividad complementaria (paseos en barco, actividades deportivas en la lámina de agua) a la visita tradicional de los destinos culturales y espacios naturales de la comarca. Este tipo de demanda puede consolidarse y crecer fácilmente si la oferta se fortalece y diversifica y el producto que demanda se fija en la Comarca.
- **Turistas náuticos:** Son fundamentalmente pescadores que vienen buscando pescar al siluro y otras especies

endémicas. Esta demanda es percibida por parte de la población local como una de las principales fuentes económicas asociadas a la lamina de agua.

- **Residentes:** El desarrollo de actividades náuticas por parte de la población local es muy escasa y se reduce a un pequeño porcentaje de residentes con **embarcación propia** (fundamentalmente pescadores). Es importante subrayar también, la presencia de la Federación de Vela y la de Piragüismo que fomentan dichas actividades en la lámina de agua.

SEGMENTOS DEL MERCADO DE DEMANDA POTENCIAL

Para la creación de productos náuticos competitivos es fundamental definir y analizar los **segmentos de demanda**: *conjuntos de consumidores, reales o potenciales, de bienes y servicios de turismo náutico con unas motivaciones y necesidades similares.*

Cada segmento de demanda tendrá unas motivaciones principales y unas motivaciones secundarias por lo que se podrá hacer una segmentación dentro de cada uno de ellos. En la comarca de Tajo-Salor-Almonte se han identificado 5 segmentos que se describen en fichas individuales. Estos segmentos se han definido en función a dos criterios fundamentales: (1) Grado de motivación asociado a la náutica; (2) Origen

Tipología/Segmentos de demanda

1. *Turista náutico*
2. *Deportistas*
3. *Turista activo*
4. *Turista generalista*
5. *Población local*

1. TURISTAS NÁUTICOS

SEGMENTACIÓN

- Turistas náuticos con el Embalse de Alcántara como destino principal
- Turistas náuticos con destino principal en otros entornos de la región y que utilizan el Embalse de Alcántara como destino complementario.

MOTIVACIÓN PRINCIPAL

- Práctica en tiempo de ocio de *actividades y deportes náuticos* en los embalses y ríos de la comarca *Tajo-Salor-Almonte*. Principales actividades:
 - **Pesca deportiva**
 - Vela
 - Piragüismo/Kayak

MOTIVACIONES SECUNDARIAS

- Mejora y perfeccionamiento de la navegación
- Participación en concurso de pesca, regatas, competiciones y eventos náuticos desarrollados en la comarca

EVOLUCIÓN PREVISTA DEL SEGMENTO: Crecimiento del número de turistas náuticos gracias al **incremento y mejora del número de instalaciones y de oferta**. Previsiblemente la oferta asociada a la pesca deportiva será el impulsor del destino y favorecerán la aparición de otras actividades náuticas.

2. DEPORTISTAS

SEGMENTACIÓN

- o Practicante de actividades náuticas de ámbito local
- o Deportistas nacionales en concentración
- o Deportistas internacionales en concentración

MOTIVACIÓN PRINCIPAL

- o Entrenamiento y preparación física asociada a localizaciones con buenas condiciones de lámina de agua/vientos, etc. para el desarrollo de diferentes deportes

MOTIVACIONES SECUNDARIAS

- o Motivación secundaria: Concentraciones deportivas en zonas singulares con gran atractivo natural, cultural o gastronómico. Posibilidad de realizar actividades complementarias como senderismo, BTT, etc

EVOLUCIÓN PREVISTA DEL SEGMENTO: Incremento del número de concentraciones nacionales gracias a la mejora de la oferta de instalaciones y las buenas condiciones de la lámina de agua. La complementariedad con otros embalses y láminas de agua de la región pueden atraer a deportistas internacionales.

3. TURISTA ACTIVO

SEGMENTACIÓN

- o Territorial (Destino principal)
 - Turista con destino principal en cualquiera de los municipios que componen la comarca *Tajo-Salor-Almonte*
 - Turista en el que *Tajo-Salor-Almonte* funciona como destino complementario (*excursionistas*). Tipología más frecuente por la proximidad con Cáceres
- o Tipológica/Motivacional. En función de la naturaleza del visitante
 - Turista de aventura. Actividades de riesgo (Turistas internacionales y turistas nacionales)
 - Turista de naturaleza (Turistas internacionales, turistas nacionales, Grupos escolares)

MOTIVACIÓN PRINCIPAL

- o Practicar deportes y actividades al aire libre en contacto con la naturaleza. Pese a que la actividad principal de este segmento está bien delimitada son turistas que valora la posibilidad de realizar nuevas actividades.

MOTIVACIONES SECUNDARIAS

- o Visita y conocimiento de la cultura y los paisajes locales. Realización de avistamientos de flora y fauna y paseos por la naturaleza.

EVOLUCIÓN PREVISTA DEL SEGMENTO: La mejora de las instalaciones náuticas y la **oferta de deportes náuticos** favorecerá que el turista de aventura realice cursos y actividades náuticas con mayor frecuencia. La articulación y la organización de la oferta de rutas y paseos en barco facilitará la realización de actividades náuticas a los turistas de aventura y naturaleza.

4. TURISTA GENERALISTA

SEGMENTACIÓN

- o Territorial (Destino principal)
 - Turista con destino principal en cualquiera de los municipios que componen la comarca *Tajo-Salor-Almonte*
 - Turista en el que *Tajo-Salor-Almonte* funciona como destino complementario (*excursionistas*). Tipología más frecuente por la proximidad con Cáceres
- o Tipológica/Motivacional. En función de la naturaleza del visitante
 - Familias y parejas (Turistas internacional, turista nacional)
 - Grupos de amigos (Turistas internacional, turista nacional)

MOTIVACIÓN PRINCIPAL

- o Descanso y relajación en contacto con el patrimonio cultura y natural de la región. Pueden, puntualmente, realizar actividades náuticas disfrutando del aspecto lúdico/educativo de la navegación.

MOTIVACIONES SECUNDARIAS

- o Realización de actividades complementarias: práctica actividades deportivas (senderismo, rutas BTT, rutas a caballo, deportes náuticos...) o relacionadas con el turismo científico/interpretativo (ornitología, geología, medio natural...)

EVOLUCIÓN PREVISTA DEL SEGMENTO: Incorporación de parte de la demanda generalista a turistas activos/deportivos que hagan uso de las instalaciones náuticas y las empresas de ocio activo presentes en la comarca.

5. POBLACIÓN LOCAL

SEGMENTACIÓN

- Población residente de forma permanente y residentes por trabajo
- Población local propietaria de embarcaciones que hacen uso habitual de la lámina de agua

MOTIVACIÓN PRINCIPAL

- Práctica de actividades recreativas como forma de ocio que pueden dirigirse a las actividades náuticas gracias en buena medida a la proximidad de instalaciones. Actividades más realizadas:
 - Pesca
 - Vela
 - Piragüismo/Kayak

MOTIVACIONES SECUNDARIAS

- Iniciación a la práctica de actividades náuticas debido a la relación con familiares o amigos practicantes y a la puesta en marcha de competiciones deportivas asociadas a la lámina de agua por parte de las administraciones locales

EVOLUCIÓN PREVISTA DEL SEGMENTO: Crecimiento del número de usuarios fruto de la socialización y generalización de la práctica náutica en la zona. La aparición de Escuelas y Asociaciones deportivas náuticas sumadas a la mejora y el **incremento del número de instalaciones** genera un efecto llamada para la población local que progresivamente se incorporará de forma activa a la náutica. En este proceso es fundamental el proceso de socialización de la náutica y el desarrollo de **cursos de iniciación** dentro de la población local.

DEFINICIÓN DE LAS LÍNEAS DE PRODUCTO

El Embalse de Alcántara por su situación y por sus características (lámina de agua, paisaje, valores ecológicos), se posiciona como un espacio susceptible de ser aprovechado turísticamente a través de múltiples líneas de producto náutico. No obstante, y como se ha señalado previamente, los paseos en barco y la pesca deportiva se posicionan como la oferta más relevante a corto y medio plazo. En la presente estrategia se ha considerado que la oferta de productos náuticos debe agruparse en tres grandes líneas:

1. **Línea de turismo náutico-deportivo**
2. **Línea de deporte profesional**
3. **Línea de recreación y turismo**

En las siguientes páginas se describirán,

mediante fichas las tres grandes líneas de producto que se han listado. En cada una de las fichas se analizarán los siguientes aspectos:

1. **Definición de las líneas y productos específicos** dentro de cada gran línea mayor
2. **Público:** Principales segmentos de demanda potenciales usuarios de la línea de producto
 - Principal: Serán los segmentos de demanda prioritarios de cada línea de producto. El sector principal al que se dirige el producto.
 - Secundario: Segmentos de demanda que puntual y que complementariamente a su actividad turística demandarán la línea de producto. La oferta no está dirigida expresamente a este público, aunque cubre parte de sus motivaciones.

3. **Motivación:** Expectativas que cubre la línea de producto
4. **Características genéricas que describen la línea de producto:**
 - Demanda
 - Actividades
 - Estacionalidad
 - Alojamiento
5. **Guía estratégica de la línea producto:** Infraestructura y medidas de actuación que permitan la puesta en marcha del producto
6. **Ventajas competitivas de la línea de producto en Alcántara** respecto a los mercados competidores. Diferenciación del producto en la comarca
7. **Segmentación territorial de la línea de producto:** Priorización de espacios en los que desarrollar las diferentes líneas de producto

INTERPRETACIÓN DE LAS LÍNEAS DE PRODUCTO

Las tres grandes líneas de producto propuestas, **línea de turismo náutico-deportiva, línea de deporte profesional y línea de recreación náutica y turismo**, buscan dibujar una amplia oferta de productos que se adecúen a los diversos segmentos de demanda ya presentes en el destino y los que potencialmente llegarán en un futuro.

En consecuencia se definen tres líneas de producto diferenciadas por el grado de especialización náutica del potencial usuario.

Así, la **línea de turismo náutico-deportiva**, trata de agrupar los productos orientados a satisfacer la demanda de lo que podríamos denominar *turistas náuticos*; visitantes que buscan un **ocio activo** asociado al agua: excursiones en kayak, alquiler de

embarcaciones para navegar de forma autónoma, navegación a vela o pesca deportiva, entre otros. Estos productos serán consumidos preferentemente por usuarios con experiencia náutica previa.

Simplificando, los productos integrados en esta línea son los que estrictamente se conoce como turismo náutico.

La segunda línea de producto definida, **línea de deporte profesional**, busca atraer al destino a deportistas náuticos profesionales o semiprofesionales. Las actividades que desarrollarán en la lámina de agua serán muy similares a las de la línea anterior (kayak, navegación a vela, paddle surf, piragüismo...). La diferencia fundamental es que la motivación pasa de ser el ocio a una actividad profesional, por lo que el destino debe adaptarse para facilitar la concentración de estos visitantes.

Por último, la **línea de recreación náutica y**

turismo, está orientada a promover la náutica en destino, especialmente entre la población local y el visitante generalista. Este amplio conjunto de productos podrían agruparse dentro del término *recreación náutica*. Entre ellos encontramos, por un lado, productos de turismo náutico tradicionales: pesca deportiva, navegación en flota de kayak-piragua, buceo... pero que se orientarán hacia visitantes sin experiencia náutica previa que busquen bautizarse en el ocio activo en contacto con el agua.

Por otro lado, encontramos productos interpretativos, en los que la navegación es pieza fundamental pero no implica una actividad directa del turista: paseos en barco.

Finalmente, encontraríamos una serie de actividades recreativas que se articularán en torno a la Base Náutica de Alcántara similares a las que se desarrollan en la playa del embalse de Orellana.