

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN TURISMO

CURSO 2023-2024

**Propuesta de un Plan de marketing de destino turístico para el municipio de Palma
del Río**

SERGIO ANAYA EISMAN

TUTOR ACADÉMICO: CÉSAR GÁMEZ ALCALDE

SEGOVIA, JUNIO DE 2024

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Justificación de trabajo	2
2. Misión, Visión y Objetivos generales	3
3. Modelo Canvas	5
4. Análisis del entorno del destino turístico	8
4.1. Presentación del destino turístico	8
4.2. Análisis del sector turístico de Andalucía	10
5. Análisis de la situación externa	14
5.1. Análisis del entorno general	14
5.2. Análisis del entorno específico	23
5.2.1. Destinos competidores directos	23
5.3. Modelo Porter	25
6. Análisis de la situación interna	29
6.1. Recursos turísticos	29
6.2. Desglose de los servicios turísticos que ofrece el destino	35
6.3. Visitantes objetivo	40
7. Análisis DAFO	46
8. Plan de Marketing	48
8.1. Objetivos del Plan	48
8.1.1. Fijación de Objetivos	48
8.1.2. Explicación de los objetivos	48
8.2. Estrategias de Marketing para adoptar	49
8.2.1. Estrategia de Comunicación	49
8.2.2. Estrategia de Producto	49
8.3. Líneas para la acción	50

8.3.1. Creación de los Planes de Acción	50
8.3.2. Establecimiento de Planes de Acción y Presupuestos	52
9. Conclusión	57
10. Referencias bibliográficas	59

1. Introducción

1.1. Justificación de trabajo

El tema que he seleccionado para mi Trabajo de Fin de Grado del Grado en Turismo es la “Propuesta de un plan de marketing de destino turístico para la localidad de Palma del Río”. Este plan de marketing para impulsar el turismo en Palma del Río se ha desarrollado en un contexto ficticio, donde el Ayuntamiento ha contratado mis servicios con el objetivo de aprovechar al máximo el potencial turístico de la ciudad, donde se presenta una estrategia integral que busca la unión y la cohesión de todos los actores involucrados en la promoción y desarrollo turístico de Palma del Río

El objetivo de realizar este trabajo es aplicar los conocimientos adquiridos durante el grado en turismo, particularmente en lo que respecta al marketing turístico.

Se utilizarán estos conocimientos para analizar la situación actual de un destino turístico específico, como Palma del Río y proponer una estrategia efectiva para impulsar la actividad turística de Palma del Río y aumentar la demanda de turistas de otros lugares que no sean de Andalucía. También queremos servir como modelo a seguir por otros destinos de la provincia de Córdoba y toda la comunidad andaluza en muchos factores que analizaremos a lo largo del trabajo.

El propósito es ofrecer al turista una experiencia única y diferente al visitar Palma del Río, provocando que su paso por nuestro destino sea una vivencia inolvidable gracias a la gran cantidad de recursos turísticos que disponemos tales como el patrimonio cultural, natural, la gastronomía local y las experiencias relacionadas con la cultura cordobesa y andaluza, combinándolo con una experiencia más sostenible que ha ido implementando nuestro destino en los últimos años

Cabe resaltar la motivación personal que me ha llevado a realizar este proyecto y a elegir este destino. He decidido realizar un Plan de Marketing de destino Turístico debido a que tuve una asignatura llamada Plan de Marketing donde mis compañeros y yo tuvimos que realizar un trabajo sobre un destino turístico. Ese trabajo me gustó mucho realizarlo, pero se me quedó corto porque lo teníamos que hacer en grupos de 4 personas y a mí me tocó una parte de él, por lo que tengo muchas ganas de poder realizar mi proyecto personal sobre este tema ya que es además de Turismo estudio Publicidad y creo que sacar beneficio con mis conocimientos adquiridos sobre marketing.

También una gran motivación ha sido el destino: Palma del Río, que conozco hace dos años ya que es el pueblo de mi actual pareja. Creo que es un pueblo donde realizar este tipo de proyecto puede ayudar mucho a mejorar la imagen de este destino ya que, en mi opinión, veo que la gran cantidad de recursos turísticos de calidad que dispone en la actualidad Palma del Río no va en concordancia con el número de turistas que atrae el municipio. Además, se le conoce en la mayoría de las ocasiones por la producción de naranjas. Sé que es muy difícil o casi imposible que a Palma del Río no se le conozca por sus naranjas, pero estoy convencido de que el público no sabe la gran cantidad de recursos turísticos que este destino tiene por lo que mi propósito será hacer llegar mi percepción que tengo de esta localidad al público objetivo para impulsar la actividad turística de Palma del Río.

2. Misión, Visión y Objetivos generales

Misión: Impulsar la actividad turística posicionándonos al turismo como una de las principales actividades económicas de la localidad. Palma del Río debe ser un destino turístico receptor de turistas no solo de Andalucía sino también nacionales, todo ello propiciado por unos recursos turísticos de alta calidad donde se ofrezcan múltiples experiencias al público objetivo.

Visión: Conseguir que Palma del Río sea una marca-destino destacada, reconocida por el público y con más prestigio nacional. Lograr ser modelo de otros destinos de la zona, con una apuesta clara hacia el turismo eficiente, con una oferta variada y sostenible.

Objetivos generales:

Ampliar el número de turistas: Atraer un mayor flujo de visitantes provenientes de diversas áreas geográficas, tanto dentro de Andalucía como de otras regiones del país, mediante la implementación de estrategias de marketing y promoción eficaces que destaquen los atractivos de Palma del Río.

Impulsar la economía local mediante el turismo: Establecer al turismo como un pilar fundamental en la economía de Palma del Río, creando oportunidades de empleo, estimulando la innovación empresarial y promoviendo el crecimiento económico sostenible en la región. Esto requiere colaboraciones con empresas locales, apoyo al

emprendimiento en el sector turístico y la formación de asociaciones estratégicas con actores relevantes en la industria del turismo

Promover la conservación y el uso responsable de los recursos turísticos que dispone Palma del Río: garantizando su preservación a largo plazo y contribuyendo al desarrollo sostenible de la comunidad.

3. Modelo Canvas

El modelo Canvas es una metodología creada por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur que facilita el desarrollo, la visualización, la evaluación y la modificación de modelos de negocio nuevos o ya creados (Camila, 2022).

El realizar un modelo Canvas al principio del desarrollo del trabajo es esencial para organizar y aclarar el proyecto, formular estrategias claras y facilitar la comunicación de la idea, aunque no hayamos hecho aún el análisis que nos permitirá sacar unas conclusiones más concretas y efectivas

Modelo Canvas: Palma del Río










<p>Socios Clave </p> <p>Ayuntamiento Palma del Río</p> <p>Diputación de Córdoba</p> <p>Empresas aliadas y colaboradoras</p>	<p>Actividades Clave </p> <p>Promoción del destino</p> <p>Contenido Multimedia atractivo</p> <p>Participar en: Ferias turísticas</p> <p>Utilizar medios de comunicación eficientes</p> <p>Colaborar con proveedores locales</p> <p>Tener un personal capacitado.</p> <p>Recursos Clave </p> <p>Patrimonio histórico, cultural, natural y gastronómico.</p> <p>Infraestructuras y servicios turísticos de calidad y sostenibles</p> <p>Personal altamente capacitado.</p> <p>Promoción del destino en medios de comunicación.</p>	<p>Propuesta de Valor </p> <p>Recursos culturales:</p> <p>Palacio Portocarrero</p> <p>Alhóndiga</p> <p>Convento Santa Clara y Santo Domingo</p> <p>Recursos naturales para realizar turismo activo: Los Cabezos</p> <p>Multitud de experiencias y actividades para disfrutar</p> <p>Gastronomía de interés internacional: Naranja.</p> <p>Museo Municipal de Palma del Río y Museo de Victorio y Lucchino.</p>	<p>Relación con Clientes </p> <p>Atención al cliente personalizada.</p> <p>Programas de fidelización</p> <p>Oficinas de Turismo</p> <p>Newsletters y boletines informativos</p> <p>Encuestas de satisfacción</p> <p>Canales </p> <p>Oficina de Turismo y página web</p> <p>Publicidad dedicada a promocionar el destino</p> <p>Ferias de turismo</p> <p>Plataformas de reservas</p>	<p>Segmentos de Clientes </p> <p>Turistas nacionales con una edad comprendida entre 30 y 45 años, que tengan familias con hijos y que sean apasionados de la cultura y el turismo natural en un entorno rural.</p>
<p>Estructura de Costos </p> <p>Costes fijos:</p> <p>Personal, Operaciones, + Admns. y gestión</p> <p>Costes Variables:</p> <p>Marketing y promoción, Desarrollo y mejora del destino turístico</p>		<p>Fuentes de Ingresos </p> <p>Venta de productos y servicios turísticos por parte del Ayuntamiento al turista</p> <p>Empresas que obtienen beneficios económicos, sociales o ambientales por generados por la actividad turística</p>		

Tabla 1: Modelo Canvas de Palma del Río. Fuente: Elaboración propia

Se divide en los siguientes aspectos de negocio:

Propuesta de valor: Es un destino idóneo para realizar turismo rural. Palma del Río es un pueblo con recursos de interés histórico y patrimonial donde nuestra propuesta de valor se va a centrar en el Palacio Portocarrero, el Museo Municipal de Palma, la Alhóndiga, el Convento de Santa Clara y Santo Domingo y la Capilla de las Angustias además de poseer un Casco histórico declarado Bien de Interés Cultural. Contamos con una amplia oferta gastronómica destacando su famosa naranja que es famosa internacionalmente. El parque natural de Los Cabezos ideal para realizar turismo natural de calidad. Multitud de experiencias y actividades para disfrutar.

Canales: Combinaremos canales físicos como la oficina de turismo de Palma del Río, con canales digitales como la página web oficial de turismo de Palma del Río la diputación e intermediadores como plataformas de reservas. Además, realizaremos publicidad en diferentes canales de comunicación para promocionar el destino.

Segmentos de cliente: Nos dirigimos a turistas nacionales que visiten lugares en familia con una edad comprendida entre los 30 y 45 años, que buscan un tipo de turismo más calmado como el turismo rural, natural y cultural. Este tipo de turista prefiere tener una atención más personalizada y personal.

Relación con clientes: Atención personalizada: Capacitar al personal de hoteles, restaurantes y puntos de información turística para ofrecer un servicio personalizado a los visitantes. Esto podría incluir dar recomendaciones personalizadas sobre lugares para visitar, actividades para realizar, restaurantes donde comer y lugares donde pernoctar según los intereses de cada cliente. Implementar programas de fidelización para incentivar a los turistas visitar o volver a Palma del Río. Se podría conseguir con descuentos especiales para clientes frecuentes o regalos exclusivos para aquellos que visiten nuestro pueblo. (Ejemplo: un saco de naranjas)

Relación con nuestros clientes: disponemos de la Oficina de Turismo de Córdoba y de la oficina de Turismo de Palma del Río donde se podrá atender las necesidades de los clientes a través de teléfono, correo electrónico o de manera presencial.

Newsletters y boletines informativos: Enviar correos electrónicos periódicos a los clientes que han optado por recibir noticias sobre Palma del Río, proporcionando

información relevante como eventos próximos, sugerencias de lugares para explorar y promociones exclusivas en alojamiento y actividades.

Programas para fidelizar al turista que acude y para atraer a nuevos visitantes.

Fuentes de Ingresos: Venta de productos y servicios turísticos por parte del Ayuntamiento al turista que acude a nuestro destino.

Empresas que obtienen beneficios económicos, sociales o ambientales por generados por la actividad turística y la colaboración entre agentes turísticos públicos y privados

Actividades clave: Plan de promoción del destino para conseguir llegar a un mayor número de clientes. Producción de contenidos multimedia: creación y difusión de contenidos multimedia visualmente atractivos.

Participar en eventos turísticos tales como ferias turísticas nacionales.

Colaborar con proveedores locales como hoteles, restaurantes, agencias de viaje o empresas que ofrecen actividades o experiencias turísticas.

Supervisar y analizar continuamente los resultados de las estrategias de marketing, recopilar información y evaluar los resultados para tomar medidas posibles.

Recursos clave: Las atracciones turísticas de nuestro destino donde nuestro patrimonio histórico y cultural es importantísimo, así como los recursos naturales y gastronómicos. Debemos también impulsar medidas para preservar y conservar este entorno para garantizar a largo plazo el destino.

Infraestructuras y servicios turísticos de calidad para recibir a nuestros turistas donde incluimos alojamientos, restaurantes, centros de visitantes, parkings, y cualquier otro tipo de servicio que mejore la experiencia del turista.

Personal capacitado: Para brindar un servicio de calidad a los visitantes y promover el destino de manera efectiva, contar con personal capacitado en áreas como atención al cliente, guías turísticas, gestión de eventos, marketing digital y relaciones públicas.

La promoción del destino es muy importante por lo que es necesario crear material promocional, publicidad en medios de comunicación.

Socios clave: Tenemos que establecer colaboraciones y alianzas estratégicas con las empresas locales que operan en Palma del Río, además de colaborar con la diputación de Córdoba y el gobierno Andaluz, que ayuden a impulsar el desarrollo turístico de Palma.

Colaborar con empresas turísticas y medios de comunicación locales o regionales.

Estructura de costes: Estimación de todos los costes fijos y variables derivados de la actividad turística tales como: el alquiler de instalaciones, salarios del personal, impuestos, seguros, compra y contratación de suministros, costes de infraestructuras, costes de marketing y promoción turística, costes de tecnología, en definitiva, todos los gastos necesarios para operar el negocio. Estimación costes:

Contaríamos con unos costes fijos de alrededor de 50.000€ anuales si contamos los gastos en personal, operaciones y mantenimiento de instalaciones y otros gastos generales.

Los costes variables supondrían en torno a los 60.000€ contando los gastos de Marketing y promoción, la publicidad y participación en eventos y ferias, y la mejora de las infraestructuras turísticas, la conservación del patrimonio cultural, natural y sostenible y la implementación de nuevos productos y servicios turísticos.

4. Análisis del entorno del destino turístico

4.1. Presentación del destino turístico

Palma del Río que es el municipio que he elegido para elaborar el Plan de Marketing, se encuentra situado en la Provincia de Córdoba en Andalucía. Su población es de 20.810 habitantes y su extensión en km² es de 200,23. (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2024). Se ubica a una elevación de 55 metros sobre el nivel del mar, a 60 kilómetros de la capital de la provincia, Córdoba, y a 80 kilómetros de Sevilla.

Este municipio ubicado al oeste de la provincia está bañado por los ríos Genil y Guadalquivir, donde las orillas de ambos ríos están cubiertas por una vegetación

exuberante, resaltando los fértiles campos de la vega, que se cultivan muchos productos como cítricos, espárragos, hortalizas y algodón entre otros (Andalucia.org, 2024).

Las primeras muestras de culturas dentro de este pueblo datan del Paleolítico, por donde han pasado numerosas culturas prehistóricas, coloniales y pueblos prerromanos del sur de la Península. Se han encontrado yacimientos recientemente en este municipio del Paleolítico, Neolítico y las Edades del Bronce y del Cobre. Aun así, la información más temprana que encontramos en fuentes escritas sobre los orígenes históricos de esta localidad se remonta claramente a la época árabe, en el año 855. En este relato se narra que Palma del Río era conocida como Balma y formaba parte de la provincia Itálica, aunque muchos investigadores piensan que fue fundada mucho antes, en el año 105 a.C por el romano Aulo Cornelio Palma tras fundar un palacio. (Rojo, 2007).

Respecto al clima tiene las características típicas del mediterráneo subtropical, con unas elevadas temperaturas estivales y escasez de precipitaciones, que aumentan en otoño y primavera. Los veranos son calurosos y los inviernos agradables. La temperatura media anual oscila entre los 14 y 19 grados, donde la media del mes más frío data entre 6 y 10 grados y la media del mes más caluroso entre los 22 y 30 grados. Los meses más fríos son diciembre, enero y febrero que coincide con unas precipitaciones altas y los meses más cálidos siempre son entre julio y agosto con unas máximas que incluso superan los 40 grados (Weather Spark, 2024)

La ciudad, se asienta en terrenos llanos cercanos al río, adoptando una arquitectura tradicional andaluza. Su patrimonio se ha ido acumulado en recursos históricos desde el Paleolítico hasta la actualidad entre las que destacan edificaciones religiosas y civiles muy emblemáticas como la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción, las antiguas murallas almohades y su Plaza de Andalucía donde se encuentra el Palacio de los Portocarrero. Este legado provocado por todas las culturas que han trascendido a lo largo de los años por este pueblo se ven plasmadas en todas sus calles, plazas, museos edificios y recursos patrimoniales (Rojo, 2007).

Cuenta con una naturaleza rica con un entorno natural dónde se extienden los campos de naranjos y numerosos parques naturales de una calidad excepcional. Además, cuenta con una gastronomía que gracias a la ubicación de Palma del Río entre montañas, valles y llanuras han dado lugar a una diversidad de productos naturales que han enriquecido su gastronomía donde destaca su gran fruta de naranja que es

reconocida internacionalmente por su gran calidad y variedad, pero también este municipio ostenta una diversidad y un patrimonio gastronómico que se sustenta en las tradiciones culturales, los productos locales y la sabiduría que se ha ido transmitiendo de madres y padres a hijos (Rojo, 2007).

4.2. Análisis del sector turístico de Andalucía

El sector turístico en España es un factor fundamental dentro del PIB¹ del país, alcanzando el 11,6% en el año 2022 siendo uno de los principales motores de crecimiento de la economía española. A su vez, se generaron más de 1,9 millones de puestos de trabajo en total un 9,3% lo que este sector aporta a la generación de empleo en nuestro país. La aportación en ambos casos ha supuesto una mejora considerable respecto al año anterior, que casi se sitúa ya en valores previos a la crisis del COVID-19. (INE, 2023)

Desde el punto de vista del turista España dispone de una riqueza cultural, patrimonial y natural, incluyendo numerosos recursos turísticos como monumentos históricos, ciudades antiguas, recursos naturales, sitios arqueológicos y una gastronomía excepcional. Cabe decir que España cuenta con más de 50 bienes declarados Patrimonio de la Humanidad siendo uno de los países con más bienes de este tipo. Su clima cálido y los recursos naturales abundantes de todo tipo provocan que el turista quiera visitar España. Todos estos recursos deben dotarse de una infraestructura turística increíblemente desarrollada con numerosas formas donde el turista puede alojarse ayudado de una infraestructura de transporte muy óptima además de una promoción turística muy efectiva tanto a nivel nacional como internacional, la imagen de país seguro que transmite España que consigue para así lograr ser un destino evidente para el turista (Luján, 2024).

Dentro de los diferentes tipos de turismo principales que dispone España encontramos el turismo de sol y playa que tanto genera para nuestro país, el turismo urbano es también uno de los pilares ya que cuenta con ciudades como Barcelona, Madrid, Málaga donde el turista busca el ocio apoyado por grandes recursos patrimoniales y culturales, el turismo rural que aprovecha sus espacios naturales y la sostenibilidad siendo un tipo de turismo en alza en los últimos años, el turismo de

¹ El PIB (Producto Interior Bruto) “El Producto Interno Bruto o Producto Interior Bruto (PIB) es la medida estándar del valor agregado creado mediante la producción de bienes y servicios en un país durante un periodo determinado. Este indicador también mide los ingresos obtenidos de dicha producción, o la cantidad total gastada en bienes y servicios” (OCDE, 2022).

negocios y de lujo son también importantes dentro del ámbito nacional principalmente en las grandes ciudades españolas, el turismo gastronómico siempre importante debido a la amplia gama de productos y servicios de inmensa calidad que se pueden ofrecer y el turismo de experiencias que es un nuevo tipo de turismo que ha ido surgiendo año tras año hasta que se ha encuadrado como uno de los principales debido a la amplia gama de temáticas que ofrece tales como salud y bienestar, deporte, aventura, tecnológico, tradicional entre otros. (CESAE, 2024)

Para concluir, la importancia que tiene el turismo dentro las principales actividades de la economía española son muy importantes, siendo uno de los sectores que año tras año aumentan en posición económica, rentabilidad y generación de puestos de trabajo. Es un sector que debemos entre todos cuidar, no solo el Estado sino todos los ciudadanos ya que es un sector que también genera muchos daños a los recursos turísticos que disponemos en especial naturales y patrimoniales, por lo que es necesario tener un Plan de contención que las autoridades han ido plasmando y mejorando de la mano de la Unión Europea pero que será muy difícil de eliminar por lo que la sostenibilidad se convierte en un factor primordial de las nuevas tendencias turísticas tanto a nivel estatal como ciudadano.

Desde el punto de vista de Andalucía, comunidad donde se encuentra nuestro destino Palma del Río, observamos en el año 2022 dentro del sector turístico una mejora del 15% en cuanto a ocupados que operan en este ámbito, niveles que se encuentran muy cerca de aquellos que había antes de la pandemia y que fueron los mejores resultados jamás vistos. El sector turístico en Andalucía supone un 12,5% del total de la economía de la comunidad valores superiores a los nacionales. Los movimientos económicos producidos por el turismo en Andalucía de manera directa o indirecta se estima que llegó a los 22 millones de euros y los ingresos obtenidos se estiman en un total de 16.000 millones de euros (Junta de Andalucía, 2023).

Es importante resaltar que la Consejería de Turismo Cultura y Deporte destinó más de 80 millones de euros más que en el año 2021 como presupuesto para esta actividad con un total de casi 200 millones de euros de presupuesto. A su vez se realizan dos grandes apartados destinados a los Planes Turísticos de Grandes Ciudades con más de 4,7 millones de presupuesto y las subvenciones a municipios turísticos de la comunidad andaluza con casi 8 millones de euros. (Junta de Andalucía, 2023).

Un total de 34 millones de visitantes acudieron a Andalucía en el año 2023 un dato que refleja la subida paulatina que está generando este sector en la economía andaluza, superando en 3 millones los visitantes que tuvo en el año 2022, siendo este el mejor dato en la historia de la comunidad. El presidente de la comunidad espera que cada año que pase se vaya superando el récord en visitas lo que generará mayores puestos de trabajo y una importancia primordial de este sector en la economía andaluza (Junta de Andalucía, 2023).

Andalucía atrae al turista debido a su amplia y excepcional gama de recursos turísticos, su historia, su diversidad cultural, sus paisajes, su gastronomía, sus infraestructuras hacen que sea uno de los principales destinos elegidos por el turista nacional e internacional (Junta de Andalucía, 2023).

Destaca su amplio patrimonio histórico y cultural que dispone, con numerosos monumentos y lugares históricos como puede ser el Alcázar de Sevilla, la Alhambra de Granada o la Mezquita de Córdoba que reflejan la preciosa herencia cultural de este territorio (Junta de Andalucía, 2023).

El clima a su vez es un factor muy importante y es un recurso turístico que dispone esta comunidad ya que cuenta con un clima templado y soleado con ausencia de precipitaciones a lo largo de la mayor parte del año, provocando que muchos turistas nacionales e internacionales busquen este tipo de clima como opción principal de sus visitas (Junta de Andalucía, 2023).

Las inmensas costas y las playas son otros de los grandes recursos turísticos que dispone esta comunidad ya que son muy diversos y diferentes para cualquier gusto del visitante, los cuales destacamos la Costa del Sol, la Costa de la Luz entre otros.

Andalucía dispone de una gran variedad de recursos naturales que suponen muchos paisajes tan diferentes como las montañas de Sierra Nevada, la sierra de Cazorla en Jaén o el paisaje desértico de Almería provocando que sea la comunidad con mayores espacios naturales protegidos.

Una parte fundamental de los recursos turísticos que dispone esta comunidad y que la hace única son sus tradiciones y su gastronomía que provoca una mejora increíble de la experiencia del visitante ayudando a ser muy satisfactoria e inolvidable gracias a platos tradicionales como el gazpacho, el salmorejo o el pescadito frito. El recurso del aceite de Oliva producido en esta comunidad es uno de los principales factores

económicos y gastronómicos. Además, sus tradiciones culturales como puede ser el flamenco o su pasión por la Semana Santa con sus procesiones únicas en el planeta.

Otra parte fundamental es la gran cantidad de ciudades y pueblos importantes que dispone la comunidad que provoca la atención del turista entre otras cosas porque enseñan la tradición, la cultura y la historia andaluza. Andalucía es una comunidad con una infraestructura turística adecuadamente desarrollada con numerosos alojamientos a disposición del visitante, red de transportes bien desarrollada tanto aérea, naval, ferroviaria y carreteras.

La sostenibilidad como en el resto de Europa es un apartado muy importante en el desarrollo turístico de una zona, Andalucía debe cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, aspectos que son complicados de lograr si no cambian aún más la forma de actuar de los principales gobiernos en concordancia con las grandes ciudades y municipios de la comunidad. Este aspecto es diferencial para las nuevas tendencias turísticas y los nuevos tipos de turistas. Con vistas al futuro la Consejería quiere mejorar este aspecto dotando al destino de un mayor impacto sostenible donde los recursos turísticos que se ofrezcan, los productos y los servicios sean definitivamente sostenibles (Andalucia.org, 2024).

Según datos oficiales de la comunidad andaluza en 2022 el turismo de sol y playa y el turismo cultural son los principales tipos de turismo que más turistas atraen. Mientras tanto el turismo cultural ha sido el que más ha crecido con respecto al año anterior, un crecimiento superior al 50% provocan datos sumamente importantes donde la principal razón ha sido sumergirse en la cultura andaluza, su patrimonio, arte, historia, así como sus costumbres y tradiciones. El turismo natural supone también un motivo primordial por el que el turista visita esta zona aprovechando la diversidad de los espacios naturales que posee y su diferente oferta de todo tipo de fauna y vegetación (Junta de Andalucía, 2023).

La tendencia que hay en España con respecto al turismo rural coincide con Andalucía donde este tipo de turismo aumenta su importancia año tras año donde cada vez más turistas sobre todo del ámbito nacional requieren de este tipo de turismo para aprovechar sus escapadas siendo Andalucía una apuesta segura debido a la gran cantidad de recursos turísticos de este tipo que dispone. El turismo gastronómico y el turismo de experiencias amplían la oferta que proporciona esta comunidad siendo ambos muy importantes en el sector y cada vez más demandados. Por último, el turismo

sostenible es un tipo de turismo que gracias al Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía se ha dado mayor importancia siendo un instrumento muy importante desarrollar los recursos turísticos que dispone esta comunidad en un marco sostenible social, económica y ambientalmente. Este tipo de turismo gira en torno a un modelo centrado en la innovación, la integración, la excelencia su capital humano y la identidad que tiene Andalucía siendo un modelo que se ha ido implementando en las ciudades más importantes de la comunidad pero que aún queda mucho por mejorar ya que es un tipo de turismo donde el visitante es muy exigente con la calidad de conservación del destino (Junta de Andalucía, 2023).

Otros factores importantes para señalar dentro del sector turístico andaluz es el estudio del turista en Andalucía que incide en una estancia media de 4 días, donde el gasto medio por día alcanzaba los 80€. También podemos observar que 4 de cada 10 turistas habían visitado el año anterior la comunidad. Podemos destacar también la baja estacionalidad que obtiene la mayoría de los tipos de turismo en Andalucía que se diferencia con el turismo de sol y playa donde se aprecia una estacionalidad clara y manifiesta que va en concordancia con la procedencia del turista que acude a Andalucía donde en la mayoría de los tipos de turismo fundamentales hay más turistas nacionales y andaluces cosa que no sucede en turismo de sol y playa donde el turista internacional es más elevado (Junta de Andalucía, 2023).

El sector turístico en Andalucía es, por tanto, un elemento económico primordial dentro de la economía andaluza, todo esto gracias a su extensa historia, amplia variedad cultural, impresionantes paisajes y todo tipo de recursos turísticos que provocan que esta comunidad se haya convertido en un destino turístico muy importante tanto a nivel nacional como internacional atrayendo al año a millones de turistas.

5. Análisis de la situación externa

5.1. Análisis del entorno general

En este apartado analizaremos los elementos externos que pueden afectar a nuestro destino turístico de una manera u otra. Para realizar este tipo de investigación utilizaremos un análisis PESTEL que se centrará en conocer los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que ayudaran a realizar un

estudio completo para detectar tanto las amenazas como las debilidades del destino turístico en el ámbito externo.

1. Factor Político/Legal:

Este tipo de marco es fundamental ya que afecta directamente a nuestro destino. España es un país soberano democrático que pertenece a la Unión Europea desde 1986 con la que tiene un acuerdo de divisa donde todos los países que pertenecen a esta unión tienen la misma moneda, hay una política de libre circulación, recibe muchas ayudas económicas y fue favorecida en eliminar los aranceles entre otros factores. España es gobernada por un presidente del gobierno que en la actualidad es Pedro Sánchez y la forma de gobierno es la monarquía parlamentaria cuyo jefe de estado es Felipe VI. Desde 1978 año donde se establece la democracia han pasado un total de 7 presidentes lo cual hace indicar que este país tiene una forma de gobierno estable. Aunque en los últimos años viene dada una gran incertidumbre debido a las tensiones que se han generado por los partidos políticos de este país que han provocado la celebración de varias elecciones e incluso de una moción de censura. Actualmente gobierna el partido socialista en coalición con (Sumar, ERC, Junts, Bildu, PNV, BNG y Coalición Canaria), gobierno que se ha formado gracias a los acuerdos que se han producido entre estos partidos y que han llenado el marco político actual de graves acusaciones de los partidos de la oposición que ven de estos acuerdos sistemas no constitucionales como la *Ley de Amnistía*² (La Moncloa, 2024).

Andalucía, que es una comunidad española, cuenta con 8 provincias donde su capital y ciudad más poblada es Sevilla además de ser sede del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, del Parlamento y de la presidencia de la Junta de Andalucía. El presidente de la Junta de Andalucía es Juanma Moreno del Partido Popular que cuenta con 11 consejerías. A su vez en Palma del río gobierna por mayoría absoluta Matilde Esteo desde 2023 (Junta de Andalucía, 2023).

Tanto como en Andalucía como en Palma del Río que el partido político haya sido elegido por mayoría absoluta puede suponer una estabilidad política que provoca una mayor seguridad en el turista al visitar este lugar teniendo una percepción de mayor firmeza. Además, España y a su vez Andalucía es considerada como uno de los

² La ley de Amnistía ha sido recientemente aprobada por el gobierno español la cual borra los delitos cometidos por todas las personas que participaron en la celebración del Procés desde 2012 que culminó con el Referéndum Ilegal del 1 de octubre de 2017.

territorios más seguros para viajar debido a su política tanto nacional como internacional donde no hay guerras ni apenas se producen atentados terroristas u otro tipo de desastres que provoquen el miedo y el rechazo del turista a acudir a visitar este destino.

Tanto en España como en Andalucía todos los sectores deben seguir una serie de normas legales. Dentro del sector turístico la ley que dirige todo es la Ley 13/2011 del turismo en Andalucía que fue aprobada tanto por el gobierno español como por la comisión de justicia de la Unión Europea. Esta ley consta de 86 artículos de los cuales destacan las normas de calidad y seguridad turística, las normas laborales, las normas de licencias y permisos de las empresas turísticas, las normas fiscales las normas de información al consumidor y las normas medioambientales entre otras. Dentro de este último tipo de normas destacamos el Decreto 218/2021 por el que se aprobó en la comunidad el Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027 que ya hemos mencionado anteriormente en otro apartado (BOE, 2012).

El sector turístico tiene que tener en cuenta también decretos, ordenes, resoluciones y otros documentos que puedan cambiar el devenir político de la comunidad.

2. Factor Económico:

Según (Alcañiz, 2000) “La situación económica de un país determinará la capacidad para generar turismo. Los indicadores del PIB, tipo de cambio, tasas de empleo, índice de precios, renta per cápita, etc. se utilizan como métodos para estimar la capacidad de generación del turismo”.

Para entender la economía española y la importancia que tiene cada actividad económica en nuestro país debemos agrupar estas actividades en tres sectores y ver que importancia tienen estos en el PIB del país.

Cabe resaltar que la evolución de los últimos años de la economía española tiene de referencia dos aspectos clave: la pandemia del COVID-19 y la guerra de Rusia contra Ucrania. Tras salir de la crisis económica, sanitaria y social provocada por la pandemia en 2020, España al igual que la mayoría de los países de la Unión Europea han mantenido un crecimiento económico a pesar de los múltiples escenarios desfavorables que se han producido sobre todo por las crecientes tensiones en Oriente Medio. Esta tendencia positiva para nuestro país se ha visto golpeada a su vez en un problema sin

precedentes debido a la gran inflación de los precios. Pero debemos resaltar que las principales características del ciclo económico actual del mercado español son el buen comportamiento del mercado laboral, la gran inversión en propiedad intelectual y la recuperación del sector servicios en especial el turismo (SEPG, 2023).

Ahora bien, centrándonos en sectores económicos, apreciamos que en España hay tres sectores: el Sector Agrícola o primario el cual su importancia ha ido disminuyendo a lo largo de los años como ocurre en el resto de Europa donde las actividades principales son la producción de cultivos, la ganadería y las exportaciones agroalimentarias representando en torno al 3% de nuestro PIB. El Sector Industrial o secundario representa en torno al 25% del PIB de España siendo la industria, la construcción y la manufactura sus principales actividades donde hay que destacar también las actividades energéticas ya que se le da un valor muy importante a la producción de energías renovables. El Sector Servicios o terciario supone en torno al 75% del PIB de nuestro país. Es el sector más importante de nuestra economía donde se incluyen numerosas actividades como el comercio, el transporte, la salud, la banca, la educación, la hostelería o el turismo. Este último es el principal motor de este sector junto a la hostelería y la restauración por lo que este sector que cada vez goza de más importancia aun en nuestra economía es el principal motor de crecimiento económico (EspacioPymes, 2023).

La economía andaluza gira en torno a la economía española ya que se aprecia una recuperación clara desde la crisis provocada por la pandemia en 2020 siendo 2021 un año de recuperación y 2022 un año de continuidad y crecimiento económico viéndose en su PIB el cual registró en 2022 un aumento de más del 5% superando incluso al crecimiento de la unión europea. Este crecimiento no solo se basa en el PIB también se reproduce en otros indicadores tales como el número de trabajadores, el número de empresas que operan en el mercado o el número de exportaciones. También como en los principales mercados económicos del entorno de la comunidad se está produciendo una inflación de los precios (Junta de Andalucía, 2022).

Centrándonos en los sectores económicos se observa un crecimiento de todos menos del sector primario donde la sequía que azota a la comunidad ha provocado que este sector se vea altamente perjudicado afectando así a toda la economía de la comunidad. El sector secundario donde incluimos Industria y Construcción tuvo un crecimiento de un 5% en 2022 siendo un aumento muy por encima de la media española

y europea. Por su parte el sector servicios aumentó un 6,6% siendo un valor por encima a la media española (6,5%) y a la europea (4,3%) donde el turismo la hostelería y el transporte fueron las principales actividades económicas de este sector (Junta de Andalucía, 2022)

Gráfico 11. ESTRUCTURA PRODUCTIVA. AÑO 2022

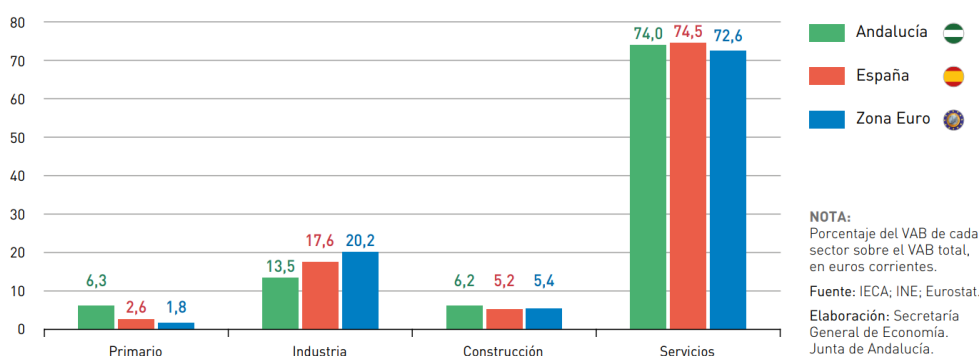


Ilustración 1. Importancia sectores en la economía andaluza. Fuente: <https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/inlinefiles/2023/07/InformeEcono%CC%81mico2022.pdf>

La economía de nuestra localidad Palma del Río apreciamos un ligero cambio respecto a la economía por sectores en Andalucía y España. Dentro de las principales actividades económicas podemos encontrar al sector primario donde la agricultura y ganadería tienen un papel fundamental en la economía de la localidad, en especial la producción de naranjas siendo el principal motor de la economía palmeña con numerosas empresas aportando producción muy elevada, lo que supone que este sector sea muy superior si lo comparamos con la media española y andaluza ya que aporta en torno al 40% del PIB de la localidad. El sector secundario es el menos importante dentro de Palma del Río teniendo valores parecidos a la media española y andaluza aportando en torno al 13% de la actividad económica del municipio. Como ocurre en Andalucía y España, el sector terciario es el más importante dentro de las actividades económicas de Palma del Río, pero tiene un valor más bajo respecto a valores nacionales debido a que supone en torno al 47% de las principales actividades económicas de la localidad siendo el comercio la principal actividad económica del pueblo (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2024).

Por lo que económicamente hablando apreciamos que esta localidad no sigue las medias de importancia de los sectores de otros mercados de su alrededor como podría ser Andalucía y España donde el sector servicios es la principal actividad económica y

el sector primario apenas tiene importancia respecto a su PIB. Es una localidad donde el sector servicios y el sector primario tienen mucha importancia respecto a la economía.

Los habitantes de Palma del Río disponen de una renta neta media de no más de 15.000€ anuales un dato más bajo respecto a la media española pero lo realmente preocupante es la tasa municipal de desempleo de Palma del río que llega a los 22,7% un dato perjudicial si lo comparamos con la media nacional que está en torno al 12%, y con la media de la comunidad andaluza que se encuentra en torno al 17%. Con estos datos podemos apreciar que Palma del Río tiene una economía preocupante basada en el comercio y la agricultura algo que no se representa con el modelo español de la actualidad. Esto puede suponer un riesgo ya que en una economía donde el sector primario tiene mucha importancia se ha demostrado que la mayoría de las grandes empresas crecen y mejoran sus beneficios en detrimento de las pequeñas y medianas empresas que inciden en muchas más personas, pero no pueden competir con las grandes empresas teniendo cada vez más problemas para sobrevivir (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2024).

Tras haber analizado todos los datos podemos confirmar tanto España como Andalucía se encuentra en un periodo de crecimiento económico tras la superación de la pandemia apoyándose en el sector terciario y en especial el turismo ha tenido un papel fundamental en este aumento. Este crecimiento no se ha observado de la misma manera en nuestro municipio Palma del Río ya que el sector terciario no tiene el mismo valor que en otras zonas si tiene siendo el turismo una actividad con mucha menos importancia entre las principales actividades económicas del municipio.

3. Factor Social:

Los aspectos socioculturales son relevantes para conocer más información sobre los elementos externos que condicionan a nuestro destino. Dentro este punto podemos resaltar varios factores de bastante importancia tales como la demografía, el estilo de vida, tendencias y modas o el nivel educativo y cultural.

Basándonos en Andalucía según datos del año 2023 podemos apreciar que es la comunidad con mayor número de habitantes, aunque actualmente tiene una tasa de mortalidad (9,24%) superior a la tasa de natalidad (7,37%), pero esto no se ve reflejado en su población ya que en el último año hubo un aumento de la población de más de 40.000 habitantes lo que supone un aumento de las inmigraciones a esta comunidad.

La edad media de la población aumenta año tras año siendo en el año 2023 de 42,96 años casi un año más que en el 2020 lo que explica el descenso tanto de la tasa de natalidad, como de fecundidad (1,3 hijos por mujer) y el aumento de la esperanza de vida de la población andaluza (82,3 años) propiciado a su vez por un descenso de la mortalidad. También ha aumentado la edad media de la maternidad en los últimos años a casi los 32 años. (Junta de Andalucía, 2020)

Hay que tener en cuenta el IMCV que es el indicador de calidad de vida en este caso de los andaluces situándose en 2022 en los 93,53 puntos dos puntos mejor que en el año 2020 pero a su vez dos puntos inferiores que la media nacional. Este aumento proporcional supone cada vez un mayor bienestar en la población tanto local como visitante, una experiencia turística mejorada ya que se percibe esta mejora de calidad de vida proporcionado por un desarrollo turístico más sostenible además de muchos más factores como el poder de la población tener un estilo de vida más activo turísticamente ya que cada año aumenta el número de desplazamientos tanto en España como en Andalucía por motivos turísticos (Junta de Andalucía, 2020).

Dentro de la comunidad se aprecia que el turista tiene un intervalo de edad predominante entre los 45 y 64 años a su vez el 70% del turista son trabajadores en activo, el 13% son jubilados mismo porcentaje que los estudiantes. La media de estancia del turista es de 3,2 días con un gasto en torno a los 80€. Por último, se estima que alrededor del 36% de los turistas son fieles visitando uno de sus destinos más de una vez (Junta de Andalucía, 2023).

Centrándonos en Palma del Río cuenta con una población total de 20.810 habitantes en 2022 donde la edad media es de 43,1 años lo que supone un descenso de habitantes respecto al año 2021 produciéndose más defunciones que nacimientos, aunque el número de emigraciones fue inferior al número de inmigraciones. Rumanía es el país que aporta más extranjeros residentes en Palma del Río con un 57% del total de extranjeros en este municipio. Cabe decir que en 2010 se produjo el último aumento de la población de este municipio a partir de esa fecha la población ha ido disminuyendo, pero mantiene niveles cercanos a los de 2010 (ForoCiudad, 2023).

4. Factor Tecnológico:

Es ya una realidad plasmada la importancia que tienen en la actualidad las nuevas tecnologías gracias a Internet un sector que no para de desarrollarse hora tras

hora gracias a la cantidad de contenidos como páginas web, aplicaciones, redes sociales o la inteligencia artificial.

Esto supone un gran avance dentro del sector turístico donde se ha pasado a realizar todo tipo de gestiones a través de páginas web o aplicaciones de promoción o venta de productos turísticos por lo que en la actualidad cobra mucha importancia disponer de tecnologías adaptadas para promocionar el destino así como medios para la venta de todo tipo de servicios y productos no solo en el ámbito turístico sino en todo tipo de actividades ya que si no tienes un negocio actualizado a las nuevas tecnologías es muy difícil que prospere en el tiempo y que tenga la repercusión que otros negocios si tienen.

Cabe resaltar que, debido a este cambio reproducido en los últimos años, pero intensificado después de la pandemia las agencias de viajes tradicionales han perdido muchas ventas por el avance inconmensurable de las agencias de viaje online que aprovechan las nuevas tendencias donde el turista personaliza sus propios viajes de manera independiente.

Tener una buena tecnología de comunicación y promoción se antoja indispensable para poder operar en este nuevo mercado tecnológico, así como el poder de gestionar la experiencia del cliente de una manera más eficaz que los podemos apreciar en la actualidad como el sistema de valoraciones de los clientes, la gestión de las relaciones con el cliente y los programas de fidelización que ayudan a las empresas a poder entender y mejorar las exigencias y experiencia de los clientes.

Cobra entonces especial importancia en el entorno exterior de Andalucía la inversión que el gobierno propuso para el año 2022 hasta alcanzar los 1.900 millones de euros que supone un 11% más que el año anterior. Esta inversión es la mayor que ha hecho la Junta en toda su historia lo que supone un 10% del gasto total nacional siendo Andalucía la tercera comunidad en este ámbito. Esta inversión se centra en el sector público con más del 63% de la inversión frente al 37% que se invirtió en el sector privado. Por sectores fue la enseñanza (43%) el sector donde más se invirtió seguido de las empresas (35%) y las administraciones públicas (20%). Con respecto a los recursos humanos en I+D Andalucía es la tercera comunidad que cuenta con más personas dedicadas a este sector alcanzando las 28.000 personas (Junta de Andalucía, 2023).

Por último, cabe decir que tanto la inversión en España como en Andalucía en tecnología o I+D representa solamente un 1,4% del PIB lo que supone un porcentaje muy bajo comparándolo con las inversiones que se producen en la Unión Europea que actualmente es del doble (2,3%) (Junta de Andalucía, 2023).

5. Factor Ecológico:

La concienciación de la sociedad actual en temas ecológicos ha aumentado considerablemente a lo largo de los últimos años debido a una serie de factores primordiales tales como la información y educación que disponemos en la actualidad sobre los impactos medioambientales y ecológicos, las crisis que se han producido en el medio ambiente que supone que haya un clima de sensibilización sobre los impactos que tiene realizar malas conductas ecológicas donde numerosas organizaciones gubernamentales, ONG, y sobre todo organismos ambientales han provocado movimientos sociales para luchar contra todo tipo de acciones y actividades que favorecen el cambio climático y degradan el ambiente.

Esto ha supuesto que tanto gobiernos como empresas como los ciudadanos hayan cambiado la forma de entender este marco produciéndose un cambio en las actitudes y valores llevando a cabo numerosas leyes que favorezcan la lucha contra el cambio climático que debemos cumplir entre todos pero que aún no es del todo efectivo para luchar con firmeza contra este tipo de acciones.

Es importante resaltar que el gobierno español ha destinado un 34% en inversiones que promueven características medioambientales y fondos sostenibles en toda España. A su vez se han destinado casi 2.000 millones de euros en los últimos 3 años en un acuerdo realizado por el gobierno español y las CCAA para modernizar el sector turístico nacional destinados a proyectos donde es vital la sostenibilidad ambiental y el desarrollo tecnológico (La Moncloa, 2023).

El objetivo que tiene el Gobierno de España está basado en una Estrategia de Turismo Sostenible de España³ para el año 2030. Este modelo se ha elaborado para afrontar los retos que se exigen en la Unión Europea en materia de sostenibilidad con diferentes retos a corto, medio y largo plazo con un objetivo diferencial: obtener ser

³ La Estrategia de Turismo Sostenible de España anunciada en 2020 aún no se ha aprobado, pero se espera que se apruebe en los próximos meses.

modelo turístico de crecimiento sostenible y acentuado para llegar a ser líderes mundiales. Para ello es necesario la participación del sector turístico y de las comunidades autónomas donde se debe impulsar la sostenibilidad socioeconómica, medioambiental y territorial (Ministerio de Industria y Turismo, 2030).

Dentro del ámbito de la Comunidad Andaluza cabe decir que el presupuesto destinado al Turismo tiene como objetivo primordial perfeccionar el desarrollo del turismo dentro de la sostenibilidad por lo que se ha creado un programa extraordinario de sostenibilidad turística en los destinos andaluces con un presupuesto para ello de más de 80 millones de euros con el objetivo primordial de desarrollar en todos los destinos andaluces de manera que afronte las exigencias de la sostenibilidad turística, la transición verde y digital, y el espíritu competitivo (Junta de Andalucía, 2022).

Este programa se solapa con el Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027 el cual hemos mencionado anteriormente cuyo fin es la distribución de los recursos turísticos en Andalucía para los años venideros dentro de la sostenibilidad económica, social y ambiental. (Junta de Andalucía, 2022).

5.2. Análisis del entorno específico

5.2.1. Destinos competidores directos

Dentro de los destinos competidores con Palma del Río se encuentran ubicados en un radio de unos 100 kilómetros siendo la mayoría destinos ubicados en la provincia de Córdoba. Estos destinos que ofrecen experiencias y atracciones similares a las nuestras compiten de manera directa con Palma del Río entre los cuales destacamos:

- Priego de Córdoba: La localidad de Priego de Córdoba se ubica al sur de la región de Córdoba, exactamente en la zona de la Subbética Cordobesa. Destaca por su patrimonio arquitectónico donde se pueden apreciar bastantes obras de estilo barroco llegando incluso a apodarar a esta localidad como la Joya del Barroco Cordobés. Entre los monumentos más importantes destacamos su Castillo, La Ermita de la Sagrada, la Fuente del Rey o la Iglesia de la Aurora. Es un entorno muy idóneo para realizar turismo natural ya que cuenta con paisajes muy bonitos como el pico de la Tiñosa o l Sima de Abraham (KAMPAOH, s.f.)
- Montilla: El municipio de Montilla se encuentra ubicado en la Campiña Sur cordobesa. Es una localidad conocida por sus vinos y su gastronomía donde se puede visitar las bodegas Montilla-Moriles. Dentro de su rico patrimonio artístico

destaca la casa del Inca Garcilaso de la Vega, el palacio de los duques de Medinaceli o la Iglesia de Santiago. Es un municipio que se caracteriza por el amplio número de atracciones de ocio que dispone tales como las rutas naturales, deportes de aventura y paseos (Montilla Turismo, 2024).

- Baena: El municipio de Baena está situado en la comarca de Campiña de Baena entre las sierras Subbéticas en Córdoba. Su historia es rica ya que en estos términos varias civilizaciones dejaron huella tras su paso en términos de yacimientos arqueológicos los cuales se pueden apreciar en diferentes museos por el municipio. Entre su patrimonio cultural destaca el castillo de Baena, la casa del Monte o el museo del Aceite. Esta localidad es conocida por su gran patrimonio natural rodeada de olivos y elementos de gran valor ecológico como el río Guadajoz donde el turismo natural cobra mucha importancia con paisajes muy bellos como el parque Arqueológico (Baena Turismo, 2024).
- Écija: Écija es un municipio ubicado en el este de la provincia de Sevilla en el valle del Genil. Es una de las localidades más famosas de la provincia de Sevilla ya que es una localidad con numerosos recursos turísticos culturales tales como la Iglesia de Santa Cruz, el Convento de Santa Florentina o el Palacio de Benamejil. El turismo natural también tiene importancia en este destino con numerosas actividades a realizar como rutas a pie o a caballo como el Camino de La Campiña Sevillana, un parque multiaventura, o rafting por el río Genil que otorgan a Écija la posibilidad de poder ofrecer al turista numerosas experiencias (Écija Ayuntamiento, 2024).

A nivel nacional podemos destacar una serie de competidores que ofertan destinos con características parecidas al nuestro.

- Cuellar: es una localidad que se encuentra ubicada en la provincia de Segovia a mitad de camino de ciudades como Valladolid o la propia Segovia. Cuenta con un patrimonio cultural muy amplio donde destaca fundamentalmente su villa medieval especialmente su gran castillo rodeado de murallas. Cuenta con numerosos espacios naturales donde se pueden realizar muchas actividades ubicadas dentro del turismo natural tales como paseos por el pinar o rutas de senderismo. Asu vez, en este destino se pueden realzar bastantes modalidades de turismo, así como muchas actividades de ocio como rutas en bicicleta, ferias y

fiestas o sus típicos encierros declarados de Interés Turístico Internacional (Turismo Cuellar, 2024).

- Chinchilla de Montearagón: es un municipio localizado en la provincia de Albacete a trece kilómetros de su capital. Destaca por su conjunto de recursos culturales tales como el Castillo, las Murallas árabes o la Iglesia Arciprestal. Cabe destacar también el Museo de Cerámica Española donde se pueden realizar diversas actividades con este precioso material. Dentro del entorno natural de la localidad es importante resaltar su rica naturaleza con paisajes muy bellos para visitar y lagunas donde se puede apreciar la naturaleza en su pleno esplendor pudiéndose realizar numerosas experiencias ofertadas por el municipio (Huguet, 2024).
- Alcázar de San Juan: es una localidad española ubicada en la Provincia de Ciudad Real. Posee una riqueza monumental muy amplia que se traduce en obras de interés turístico y patrimonial tales como La Iglesia de Santa María la Mayor, la Plaza de Santa María, la estatua de Miguel de Cervantes o el Palacio de Gran Prior. La naturaleza de este lugar se traduce en numerosos paisajes donde destacan la Laguna de la Veguilla, la de Las Yeguas o las tierras labradas y sembradas de cereales típicos de la llanura manchega perfectos para realizar todo tipo de actividades y rutas condicionadas al turista (Abrasador, s.f.)

5.3. Modelo Porter

Una vez analizado el mercado realizando el análisis externo y a la competencia es necesario dar un paso más necesario en la gestión y análisis de nuestro destino. En este apartado del trabajo voy a realizar un modelo de gestión llamado las 5 fuerzas de Porter ya que es necesario conocer la posición de nuestro destino respecto al mercado y la competencia para desarrollar aún más la investigación ayudándonos en un futuro a precisar la estrategia de negocio de nuestro destino y su rentabilidad. Estas fuerzas son: poder de negociación de los clientes, poder de negociación con los proveedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de nuevos productos sustitutivos y rivalidad entre competidores.

**MODELO
PORTER**

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

- Deben disponer de recursos turísticos de calidad (monumentos culturales, recursos naturales, servicios turísticos...)
- Fuertes inversiones en infraestructuras (Costes de desarrollar y mantener un destino económico muy alto)
- Barrera de entrada por la fuerte competencia (Es difícil entrar en un mercado donde hay mucha competencia)

Amenaza: BAJA

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

- Buena relación con los proveedores y colaboración conjunta para maximizar beneficios (empresas de alojamiento, restauración, servicios...)
- Gran cantidad de todo tipo de proveedores y menos destinos turísticos

Poder de negociación de los proveedores: BAJO

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

- Fuerte y numerosa amenaza de competidores y productos sustitutivos (similitud entre destinos turísticos a nivel regional y nacional)
- Gran poder de nuestro destino para colaborar con nuestros proveedores
- Fuerte barrera de entrada de nuevos competidores

Rivalidad entre competidores: ALTA

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

- El turista puede elegir entre muchos destinos rurales en toda España
- Exigen calidad de los servicios y precios adecuados
- Numerosas formas de comparar destinos (valoraciones, comentarios...)

Poder de negociación del cliente: ALTO

AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTIVOS

- Gran cantidad de productos o servicios sustitutivos (destinos turísticos sustitutivos como Montilla o Baeza, actividades de ocio como ver una serie..., tipologías de turismo como turismo de montaña o de sol y playa, ...)

Amenaza de productos y servicios sustitutivos: MUY ALTA

Tabla 2: Modelo Porter. Fuente: elaboración propia

1. Poder de negociación de los clientes:

La mayoría de los destinos turísticos en la actualidad puede ser sustitutivo en cierta medida por otro. Es una realidad que atesora en nuestro mercado sobre todo de destinos turísticos rurales, hay mucha oferta de destinos turísticos de este tipo por lo que el poder de negociación y de elección lo tendrán en mayor medida los clientes. Lo mismo sucede con el grado de organización de estos debido a que el cliente en la actualidad dispone de numerosas formas de exigir buenos precios y calidad del servicio o producto a los destinos rurales dadas las facilidades que tienen hoy en día los turistas a la hora de elegir destinos en forma de comparación de precios, calidades de los servicios o productos y diferentes experiencias que se ofertan en las muchísimas empresas turísticas tanto físicas como online. Para contrarrestar esto, necesitamos que Palma del Río ofrezca productos y servicios con un valor agregado con actividades y experiencias únicas para atraer y retener al cliente con una estrategia de posicionamiento y promoción muy efectivas.

2. Poder de negociación de proveedores:

Dentro del ámbito del turismo rural es necesario tener una buena relación con nuestros proveedores porque en cierta medida un cliente que visita un destino favorece a tanto al destino turístico en sí como a los diferentes alojamientos, restaurantes, agencias de viajes o proveedores de servicios y actividades turísticas. En Palma del Río al encontrarnos en un destino de ámbito rural el poder de negociación de los proveedores será moderado porque dependemos en cierta medida de estos y estos de nosotros para el bien de ambas partes. Asu vez, debido a la gran cantidad todo tipo de proveedores el poder de negociación de los proveedores será bajo ya que estos buscaran aliarse a los destinos turísticos porque hay más proveedores de servicios y productos que destinos turísticos.

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes:

Para un destino rural que quiera entrar en nuestro mercado siempre será difícil posicionarse en el negocio turístico ya que primeramente deben disponer de recursos turísticos, como los que tiene Palma del Río, que atraigan al cliente. Unas infraestructuras adecuadas y sólidas para ofrecer estos servicios suponen fuertes inversiones para los municipios muy difíciles de poder realizar. Además, nuestro destino ya está establecido en el mercado como un destino rural algo que puede disuadir a otros

destinos que busquen entrar en el mercado debido a la fuerte competencia. Aun así, en España hay más de 8.000 municipios lo que significa que hay más posibilidades de que destinos se atrevan a entrar en nuestro mercado por lo que la amenaza de entrada de nuevos competidores en el mercado turístico de Palma es baja.

4. Amenaza de productos o servicios sustitutivos:

El turismo rural es una modalidad que tiene muchos productos o servicios sustitutivos para los clientes. Es una realidad que debemos entender ya que en la actualidad hay inmensidad de actividades diferentes que los clientes pueden elegir a la hora de realizar un gasto en su economía. Desde entretenerse en su propio hogar realizando cualquier tipo de actividad, hasta todo tipo de ocio local son productos o servicios que pueden ser sustitutivos de nuestro turismo rural. Además, hablando de tipologías de turismo y de destinos como hemos indicado anteriormente son infinitas las elecciones que el cliente puede escoger dependiendo del tipo de turismo a realizar o del destino a escoger en todo el planeta lo que supone que el turismo rural que se puede realizar en Palma del Río puede ser sustituido por muchísimas otras actividades de cualquier otra índole por lo que la amenaza es muy grande. Debemos centrarnos en tener un destino atractivo para influir en la decisión final del cliente ya que hoy en día hay numerosas actividades, experiencias y atracciones a disfrutar.

5. Rivalidad entre competidores:

Palma del Río es un destino turístico rural que tiene una gran amenaza y rivalidad de competidores ya que nos enfrentamos a numerosos destinos que ofrecen una oferta de productos y servicios muy parecida a la nuestra y se encuentran en muchos puntos de España, Andalucía y la provincia de Córdoba a nivel geográfico. La rivalidad es extremadamente alta debido a la similitud de los atractivos turísticos donde la competencia puede realizar grandes inversiones para mejorar la experiencia en su destino o para promocionarse. Debemos por lo tanto tener una estrategia de posicionamiento y promoción clara donde se valoren nuestros atractivos turísticos, nuestras experiencias, servicios y muchos otros más asuntos para destacarnos entre nuestros competidores ya que en este mercado es bastante complejo.

En conclusión, Palma del Río se enfrenta a desafíos y oportunidades en relación con el mercado competitivo turístico. Hay que tener en cuenta la fuerte rivalidad que hay entre la competencia directa e indirecta ya que los clientes pueden optar por otro

tipo de destinos o productos sustitutivos lo que hacen un elemento complicado en este mercado por lo que nuestro destino debe centrarse en proporcionar una calidad y autenticidad superior a la competencia ayudándonos en promocionar nuestro destino turístico, mejorar nuestros productos y servicios, y colaborar con nuestros proveedores locales en base a querer un buen fin común. Fortaleciendo estos puntos mejoremos a la competencia y atraeremos a más clientes que proporcionarían una mejora económica y cultural de nuestro municipio.

6. Análisis de la situación interna

6.1. Recursos turísticos

Según ONU Turismo (ONU Turismo, 2023):

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.

Después de entender que significa recurso turístico a continuación desarrollaré aquellos productos turísticos que pienso que pueden ser importantes a la hora de atraer turistas a Palma del Río. Cabe decir que Palma del Río a pesar de ser una localidad dispone de una gran diversidad de recursos turísticos pertenecientes a diversas tipologías dentro del turismo rural.

1. Turismo monumental y cultural

El escenario patrimonial y monumental de Palma del Río es sin duda el recurso turístico más importante para este municipio. Destacamos:

- Recinto amurallado: declarado Bien de Interés Cultural (BIC) es una zona para entender la historia de esta localidad. Al principio las murallas formaban una fortaleza o alcazaba que se situaban al noroeste de la estructura. También se alzaban cinco torres en un área en forma de pentágono, unidas por murallas

cuyos restos apenas son perceptibles en la actualidad, salvo por la Mesa de San Pedro.

- Alcazaba: Fortaleza militar almorávide compuesta por cuatro torres conectadas mediante los tramos de la muralla, junto con una quinta torre de mayor tamaño, conocida como torre albarrana y referida como la Mesa de San Pedro.
- Palacio Portocarrero: ubicado en el siglo XVI se puede apreciar cómo se ha ido transformando este edificio a través de todas las civilizaciones hasta la actualidad. Cultura romana, árabe, judía y cristiana juntas formando una arquitectura, arte, historia y tradiciones, ubicaciones bellas, patios porticados renacentistas y los jardines hispano-mudéjares donde se encuentra un conjunto de 400 cítricos además del museo del alimento más famoso de su gastronomía: la naranja.
- Puerta del Sol: la entrada oriental de la muralla almohade que se abre hacia la Plaza Mayor de Andalucía, erigida con la técnica defensiva en forma de recodo.
- La Parroquia de la Asunción: edificación alzada en el siglo XVIII en el mismo sitio donde se situaba una antigua iglesia gótica. Es uno de los principales monumentos de la localidad debido a su imponente tamaño con una nave muy amplia y una torre con detalles ecijanos.
- Convento de Santa Clara: fundado en 1498 por el Papa Alejandro VI, fue construido con el paso de los siglos formando un bello conjunto donde la iglesia se sitúa en un costado de este. Cuenta con un patio de un gran valor artístico que es único en la provincia de Córdoba. Fue declarado BIC en 1982.
- Plaza Mayor de Andalucía: construida en el siglo XVI, con el mismo estilo que la muralla y otros monumentos importantes y de forma cuadrangular narra la historia de la localidad siendo una plaza obligatoria donde también se pueden encontrar mesones típicos y tiendas en el centro del municipio.
- Casa Alhóndiga: se ubica en la Plaza Mayor de Andalucía, tras su restauración se alcanzan tres plantas con galerías, doble arcada y columnas que intentan plasmar la antigua edificación. Se encuentra la Oficina de Turismo de la localidad.
- Capilla de las Angustias: pequeña capilla con forma octogonal del siglo XVIII que tiene como interés que se encuentra ubicada dentro de un torreón medieval de defensa.

- Convento de Santo Domingo: fundado finalmente en 1501 por el Papa Alejandro VI, este convento es parte esencial de la historia de este pueblo donde se encuentran dos capillas con detalles mudéjares.
- Hospital de San Sebastián: fundada en 1508 por el Papa Julio II que se ha ido transformando con el paso del tiempo con construcciones de diferentes estilos como la mudéjar con la iglesia o su bello patio claustal rodeado de jardines.
- Iglesia de San Francisco: esta iglesia se encuentra situada dentro de un gran conjunto de monumentos que llegó a ser hasta un convento. Como la mayoría de los monumentos de la localidad tiene una historia cultural evolutiva que se plasma en su arquitectura de una calidad suprema alrededor dos patios porticados. Parte del conjunto monumental es ahora un alojamiento hotelero.
- Ermita de Belén: se encuentra localizada fuera del casco histórico del municipio. Es hogar de la patrona de Palma del Río la Virgen de Belén. Construida en 1600 el santuario cuenta con numerosos espacios entre los que destaca su mirador donde se pueden apreciar las vistas a la ciudad y al Río Guadalquivir.
- Puente de Hierro: Sobre el Río Guadalquivir se alza un puente imponente ejemplo de la llamada arquitectura de hierro. Es famoso porque se diseñó en los mismos talleres que la Torre Eiffel y se encuentra dentro de la lista de Patrimonio Histórico Andaluz.

Dentro de los recursos culturales de Palma del Río destacan los siguientes:

- Museo Municipal: cuenta con recursos del ámbito cultural y patrimonial de la historia de Palma del Río. Muchos de los recursos que se exhiben en el museo se trata de donaciones de los ciudadanos del propio pueblo. Se dividen en cuatro partes: Arqueología, Etnografía, Arte y Mundo Taurino.
- Museo de Vitorio y Lucchino: se encuentra ubicado dentro del recinto del Convento de Santa Clara. Cuenta con las obras más importantes de esta pareja de artistas muy famosos dentro del mundo de la moda.
- Casa Museo El Cordobés: Manuel Benítez es una de las personas más influyentes en el mundo taurino. Famoso por su profesión este museo es importante para aquellas personas que les interese la vida y profesión de uno de los más grandes nacido en Palma del Río.
- Museo de la Naranja: se encuentra ubicado en la antigua Alcazaba de la localidad, este museo alberga un jardín rodeado de numerosos árboles del ámbito

citrus, una colección del alimento más importante y famoso de la historia del pueblo: la naranja.

2. Turismo activo o de naturaleza:

La ubicación física de Palma del Río cuenta con una amplia y bella oferta natural que hacen de este pueblo un destino idóneo para realizar este tipo de turismo para aquellas personas que busquen salir del estruendo urbano. El turismo activo con el turismo monumental y cultural debe ser uno de los principales reclamos para el viajero debido a los numerosos recursos naturales y rurales que dispone este pueblo tan singular y con una oferta potencial muy importante. Destacamos los siguientes:

- El encuentro de los Ríos Guadalquivir y Genil: en Palma del Río se unen los dos ríos más grandes de Andalucía un hecho que hace único a este municipio en toda la región, este recurso natural es uno de los más importantes de Palma del Río siendo uno de los principales potenciales que dispone este municipio debido a por su paisaje de gran valor, su riqueza medioambiental, la biodiversidad de su naturaleza donde se pueden realizar diferentes tipos de turismo como el ecoturismo.

Además, el amplio abanico de actividades que se pueden desarrollar en este entorno supone oportunidad muy interesante de mercado pudiéndose realizar entre otras experiencias: turismo ornitológico, turismo deportivo fluvial con actividades como el piragüismo o numerosas rutas de todos los ámbitos de senderismo o bicicleta que se encuentran disponibles tanto en la Oficina de Turismo del municipio como en su página web oficial.

- Los Pagos de la Huerta y la Naranja: este tipo de recurso turístico esta provocado por la acción del hombre realizando explotaciones agrícolas donde se encontraban las familias, representa la historia del pueblo. Estos asentamientos de labriegos se han ido perdiendo tras el paso del tiempo, pero los principales se siguen conservando.

La Oficina de Turismo del municipio tiene disponibles rutas de senderismo y bicicleta para poder apreciar este recurso único en la zona. Cada Pago tiene un nombre específico.

En estos pagos principalmente se cultivaba en las huertas la Naranja de Palma del Río el alimento que da imagen al pueblo en el exterior y que trae consigo la

capacidad de poder realizar numerosas actividades y un producto capaz de generar atracción turística debido a las innumerables fábricas de naranjas y cultivos que se encuentran en esta zona.

- Parque Periurbano Los Cabezos: localizado en el monte Los Cabezos este espacio natural se encuentra a unos 4 kms del centro del pueblo. Este paisaje está formado por una naturaleza muy diversa ideal para realizar todo tipo de rutas de senderismo o cicloturismo abarcando más de 15 hectáreas. Destaca por su ambiente y paisaje de una calidad inmensa. Cuenta muchas instalaciones ideales para realizar muchas actividades recreativas como zona infantil, merenderos o un quiosco bar. También cuenta con un albergue y búngalos con precios tasados por el Ayuntamiento de Palma, así como el horario del parque.
- Ganaderías y toro bravo: Palma del Río es una de las localidades con más tradición taurina. Por este motivo en sus diferentes ganaderías se siguen criando al Toro Bravo. Este sector puede atraer a turistas interesados en este tipo de segmento por lo que puede ser un recurso turístico ya que, aunque es un público minoritario dispone de un poder adquisitivo alto.

3. Otros tipos de turismo a destacar y eventos

- Turismo gastronómico: la gastronomía siempre es importante dentro del ámbito turístico de la región y Palma del Río goza de una amplia oferta gastronómica basada en sus tradiciones, culturas, naturaleza y la inteligencia del pueblo con recetas donde la naranja es parte fundamental de ellas además de otro tipo de frutas tales como la uva, tomaste o higos en su huerta tan popular. También destaca la cocina de la cacería menor, la mayor o la tradicional matanza donde destaca sus jamones, morcillas, chorizos...

Pero el alimento más importante de este pueblo es la naranja que se ha cultivado en el Valle del Guadalquivir y es la principal imagen de Palma del Río. La oferta gastronómica esta basada en numerosos platos donde este alimento es fundamental en su elaboración tales como la ensalada de naranja y bacalao o el picadillo de naranja con atún.

- Turismo deportivo: este sector en auge durante los últimos años ha provocado que el Ayuntamiento de Palma del Río haya ido trabajando, mejorando sus instalaciones deportivas y celebrando todo tipo de campeonatos importantes en la región.

Entre todos los recursos que dispone Palma del Río destacamos: el polideportivo Municipal “El Panadero” que cuenta con unas instalaciones muy amplias con todo tipo de campos de fútbol, pabellones, un parque infantil de tráfico, una piscina municipal cubierta, piscinas al aire libre y muchas más instalaciones ideales para realizar muchas modalidades de deporte.

Destaca también el centro Hípico La Herradura ideal para los aficionados ecuestres con un sinfín de actividades y experiencias a realizar.

- Turismo de experiencias y aventuras: En este tipo de turismo podrían entrar muchas experiencias anteriormente analizadas tales como el turismo ecuestre o rutas para realizar en bicicleta y senderismo en pleno campo palmeño o montaña. Actualmente en la página web de turismo se recogen 6 rutas en bicicleta desarrolladas por la empresa Wikiloc⁴ y 4 rutas de senderismo y cicloturismo desarrolladas por el Ayuntamiento de Palma.

A su vez también destacamos el Club Aéreo de Vuelo Palma del Río el cual prepara contando con unas instalaciones altamente cualificadas y preparadas, desarrolla todo tipo de actividades tales como el aeromodelismo, paramotor, ultraligeros y escuela de vuelo ideales para los amantes de las aventuras aéreas. Destaca otra experiencia más creativa llamada el Barro de Palma que se desarrollan en el entorno rural con un recorrido sobre la principal fuente de valor de artesanía de Palma: la cerámica donde además tendrán la oportunidad de poder realizar e imitar piezas de este bonito material por sí mismos.

Dentro del turismo termal o Spa cuenta con un balneario llamado Spa Maru que ofrece tratamientos personalizados como peluquería, estética, depilación laser además de un Spa.

Por último, Palma del Río también está dotado para poder realizar Turismo de reuniones y congresos debido a las características geográficas y de instalaciones disponibles tales como el Espacio de Congresos y Exposiciones de Palma del Río formado por el Teatro Coliseo con capacidad para 786 personas, con 4 salas de conferencias y una sala Vip o sala de prensa. Destacan también, el Centro Tecnológico de Recursos Avanzados de Innovación y Servicios a Emprendedores y PYMES, el Convento de Santa Clara con la hospedería que cuenta en sus espacios o el Monasterio de San Francisco.

⁴ Empresa dedicada a desarrollar y compartir por los propios internautas rutas al aire libre con muchos tipos de modalidades deportivas y actividades.

- Turismo de eventos, Fiestas y Tradiciones: los eventos son considerados un importante atractivo dentro del ámbito turístico de un destino y en Palma del Río vamos a destacar los siguientes: en el mes de febrero se celebra la candelaria, una fiesta tradicional que trata de realizar diferentes actividades y juegos mientras se encienden hogueras alrededor del pueblo además del Carnaval de Palma del Río. En marzo destaca la Semana Cultural Flamenca realizada para rendir tributo a este bien cultural que posee la comunidad andaluza donde participan personas muy importantes de este género.

En abril se celebra la Semana Santa que cómo en la mayoría de los pueblos de Andalucía es una fecha muy importante para el municipio por su pasión y belleza.

En mayo se celebran las Cruces de Mayo y la Feria de Mayo ambas celebraciones son tradicionales en Córdoba y Andalucía.

En junio se disputa el Open de tenis “Ciudad de Palma del Río” el cual se encuentra en el primer rango de torneos femeninos de Andalucía.

En julio se celebra la Feria de Artes Escénicas una de las referentes en la comunidad ya que se celebra en plenas calles de la ciudad y acuden referentes de este mundo tan artístico.

En agosto se celebra la Real Feria de Agosto una fiesta muy conocida en el ámbito regional y el Encuentro de Diseñadores “Disoñamos” un encuentro anual de artesanos del mundo textil y de la moda.

Por último, en noviembre el último evento que se celebra es “Titiripalma” un festival de títeres que se celebra todos los años.

6.2. Desglose de los servicios turísticos que ofrece el destino

Palma del Río dispone de una serie de servicios turísticos para proporcionar al visitante una grata experiencia.

- Alojamiento: A lo largo de los años la oferta de plazas de alojamiento de Palma ha ido aumentando considerablemente, pero hay un apartado que queda estancado:
 - Hoteles: actualmente Palma del Río cuenta con 2 hoteles, que ofrecen un total de 167 plazas, llamados Hotel Castillo de 3 estrellas y más económico (70€/noche) que el Hotel Monasterio de San Francisco de 4 estrellas

(80€/noche) ideales para turistas que primen la comodidad y calidad del servicio.

- Hostales y pensiones: este tipo de alojamientos donde prima más el factor económico es mayoritario en Palma del Río contando con 6 establecimientos que hacen un total de 152 plazas. Destaca la Hospedería Convento de Santa Clara y el Hostal Restaurante Hermanos Zamora.
- Apartamentos: este tipo de alojamientos cada vez más frecuentes en el ámbito turístico siendo ideal para familias por la tranquilidad que transmiten. En Palma del Río hay un complejo de apartamentos “Las Palmeras” y un apartamento “San José”
- Alojamientos rurales: los alojamientos rurales son ideales para los destinos turísticos que basan su oferta en los tipos de turismo que se practican en Palma del Río, sin embargo, actualmente esta localidad solo cuenta con una casa rural “Casa la Señora” algo que es muy extraño en este tipo de destinos donde proliferan estos alojamientos por lo que Palma del Río dispone de un gran margen de apertura de nuevos establecimientos de este tipo ya que por ejemplo un competidor directo como es Priego de Córdoba cuenta con más de 9 alojamientos rurales.
- Establecimientos gastronómicos: dentro de un destino turístico es importante que haya buenos establecimientos de restauración que tengan una oferta gastronómica suficiente para satisfacer la demanda del turista y de calidad. Palma del Río, que en el apartado anterior hemos explicado su gastronomía y los productos populares y tradicionales, cuenta con un amplio abanico de establecimientos basado en restaurantes, mesones tradicionales, bares y cafeterías suficientes para satisfacer la demanda de turistas y con una valoración media muy satisfactoria basada en el feedback de los clientes tras acudir a estos.
Destaca Mesón la Bodeguita, Restaurante Balba, La Taskita del Sibarita, Bar la Cazuela o Café Bar Azahar entre otros.
- Servicios ofrecidos por el Ayuntamiento: Para un destino turístico rural es muy importante que disponga de servicios actualizados y de calidad para conocer en profundidad la oferta turística que se ofrece. Palma del Río dispone de una Oficina Municipal de Turismo y una Web Oficial de Turismo. La oficina se encuentra en la antigua Alhóndiga, cuenta con un horario abierto al público de manera presencial y por teléfono de lunes a viernes de 9:30 a 13:30 horas y de

16:00 a 19:00 horas, sábados de 10:00 a 13:00 horas y de 16:30 a 19:00 horas y domingos de 10:00 a 13:00 horas. Además, disponen de un E-mail y de un teléfono para contactar con el ciudadano.

Por último, hay que destacar la página web oficial de turismo del municipio que ha sido recientemente actualizada durante la propia realización de mi TFG, financiada a su vez por la Unión Europea es una página web muy desarrollada y altamente cualificada ofreciendo al turista una experiencia excepcional promocionando sus recursos y servicios turísticos de una forma informativa, llamativa visualmente, precisa, muy profesional y sencilla de usar para los visitantes que deseen buscar todo lo que Palma del Río puede ofrecer. Esto puede suponer una ventaja con respecto a los competidores directos que no precisen de un portal de turismo tan idóneo y eficaz como sí lo posee actualmente Palma del Río.

Cabe decir que la anterior página web que disponía Palma del Río estaba obsoleta siendo muy poco profesional y nada organizada visualmente en cuanto a los contenidos que ofrecía por lo que era un motivo muy importante de no tener una buena estrategia de promoción y visibilidad siendo muy necesario cambiar este aspecto para lograr buenos resultados turísticos, que ahora en las últimas semanas debido a la actualización se verá afectado de manera positiva a Palma del Río como destino.

La estrategia de promoción del Ayuntamiento a través de los medios de comunicación no está resultando efectiva ya que apenas he encontrado referencias de campañas o acciones publicitarias que estimulen, capten y tengan un fin turístico.

También dispone de redes sociales tales como Facebook e Instagram que utilizan regularmente pero actualmente cuentan con un bajo número de seguidores por lo que la estrategia de promoción a través de redes sociales no es efectiva.

- Empresas de actividades turísticas: dentro de una localidad turística es muy importante los socios y colaboradores para el ayuntamiento que oferten servicios y productos que puedan atraer al viajero. El Ayuntamiento de Palma del Río colabora con dos empresas especializadas en visitas guiadas y tours de diferentes indoles turísticas llamadas Marín Logistics y, Asómate y Ven. Además, destaca la Asociación Cultural Aurantia que, aunque no es una empresa su misión consiste en organizar visitas guiadas para mejorar la oferta turística al visitante, así como

ofertas diversas de productos turísticos adaptadas a las necesidades del visitante promoviendo la vida cultural del municipio. Desataca la empresa Córdoba Viva que, aunque no se centra solo en la localidad palmeña su misión es ofrecer diferentes experiencias vinculadas con el turismo activo, así como la naturaleza y el patrimonio cultural de Palma del Río.

Dentro de las actividades comerciales del municipio destacan dos negocios: el Barro de Palma es una tienda donde se ofrecen obras artesanales de barro realizadas en el taller de la misma tienda y El Capricho Charcutero empresa dedicada a comercializar productos gastronómicos propios de Palma del Río. Por último, quiero destacar la labor de la Junta de Andalucía y su página Web Oficial de Turismo donde Palma del Río cuenta con un gran escaparate turístico donde viene explicado los principales recursos del municipio en materia turística y servicios que se ofrecen.

- El Ayuntamiento de Palma del Río de la mano de la Unión Europea ha llevado a cabo una Estrategia Integrada de Desarrollo Urbano Sostenible del pueblo desde septiembre del año 2015 con unas claras estrategias y acciones para desarrollar e impulsar los niveles de sostenibilidad del destino en un horizonte de 10 años.

Estas estrategias se concentran en un documento de 147 páginas donde se refuerza la necesidad de llevar a cabo una estrategia sostenible en la ciudad para alcanzar los retos que exige la Unión Europea sobre los destinos que impulsaran todos los factores más importantes tales como la economía, el desarrollo social o urbano.

Cabe decir que esta estrategia se sigue desarrollando hoy en día, con avances, pero no significativos ya que el plan tenía como finalidad terminar en 2025 pero con los avances actuales será muy difícil conseguir esta meta.

Dentro de este plan un aspecto muy importante es el desarrollo turístico de Palma del Río como un destino rural muy importante en la comunidad andaluza, algo que de momento se ha podido apreciar en términos de mejora de recursos turísticos y servicios, pero no en términos económicos, ni de turistas que acuden al destino ya que la llegada de turistas no ha variado en los últimos años.

- Transporte: la red de transportes de Andalucía cuenta con una amplia forma de desplazamiento para el ciudadano y para todo tipo de mercancías provocando una gran conectividad en Andalucía y en este caso en Palma del Río que a pesar de ser un municipio es muy sencillo el desplazamiento a este debido a su

infraestructura y a su localización situada entre Córdoba y Sevilla aunque turísticamente hablando se encuentran trabas que suponen una pérdida del atractivo turístico y la atención del viajero.

- Viajar por carretera: Palma del Río dispone de una infraestructura por carretera amplia con muchas posibilidades de elección y de calidad.

Las dos opciones más sencillas para acudir a Palma del Río es desde Córdoba situado a 53 km por carretera convencional A-431 o por autovía A4 hasta La Carlota y ahí por carretera convencional A-440 y desde Sevilla que se puede llegar por carretera convencional A-431.

- Autobús: aparte de encontrarnos con una línea urbana por el municipio que ayuda a la movilidad del ciudadano nos encontramos con autobuses diarios desde Córdoba hasta Palma del Río y viceversa.

El problema es que los fines de semana y los festivos estas líneas apenas salen hacia el destino y los horarios son muy ineficientes ya que solo hay disponible una salida los sábados desde Córdoba a las 14.30 h y a su vez desde Palma del Río solo hay disponible una línea a las 08.30 h.

Los domingos y festivos la situación es muy parecida habiendo solo dos horarios que son ineficientes si buscas visitar Palma del Río durante una misma jornada.

- Taxi: Palma del Río cuenta con 6 taxis homologados.
- Tren: la línea regional de trenes de la estación de Sevilla capital hasta Córdoba capital y viceversa cuenta con una parada en la localidad palmeña donde diariamente numerosos trenes realizan este trayecto.

La estación de trenes de Palma del Río ya que se encuentra a las afueras del municipio cuenta con una línea de autobús hasta el centro de la localidad de forma diaria pero los horarios son escasos aprox. cada 3 horas lo que supone un problema para el viajero debido a que si no hay autobuses en ese momento tendría que optar por llamar a un taxi de la localidad o caminar hasta durante unos 40 minutos hasta el centro de la ciudad con todo el equipaje y problemas que supone.

Además, el precio de este tipo de transporte es menos económico siendo un precio algo exagerado teniendo en cuenta la duración del viaje (en torno a los 35€ ida y vuelta)

Para un destino rural como es Palma del Río contar con una red de transportes efectiva es fundamental para el desarrollo de la actividad turística. Teniendo en cuenta estos factores, pienso que Palma del Río cuenta con una red de transportes muy amplia en relación a las opciones para acudir al destino, aunque para muchos turistas no es una red efectiva debido a que Palma del Río no goza de un transporte especializado ni en forma de autobuses donde el horario es pésimo e irregular pudiendo acudir solamente desde Córdoba, ni en forma de trenes que a pesar de tener un horario y una salida de trenes diaria y efectiva desde Córdoba y Sevilla los precios son demasiado elevados para las pretensiones del turista rural. Por lo que se debería replantear los horarios y rutas de estos dos tipos de transporte.

Por lo tanto, en la actualidad la red más efectiva para el turista de acudir a Palma de Río es por carretera, pero es un medio de transporte del que no todos los turistas disponen lo que supone una desventaja al no contar con otros transportes adaptados al futuro turista de Palma del Río.

Línea Regular PALMA DEL RÍO – CÓRDOBA

LÍNEAS REGULARES	LUNES A VIERNES	SÁBADOS	DOMINGOS y FESTIVOS
SALIDAS DESDE CÓRDOBA	07:45 – 11:00 – 13:30 – 15:30 – 20:00	14:30	14:30 y 20:45
SALIDAS DESDE PALMA DEL RÍO	06:30 – 08:00 – 09:15 – 12:10 – 15:30	08:30	09:00 y 19:30

Ilustración 2 Línea regular de autobús Palma del Río - Córdoba.

Fuente: <https://www.autocaresperezcubero.com/lineas-regulares/>

6.3. Visitantes objetivo

Para realizar este apartado debemos comprender que Palma del Río es una localidad turística rural por lo que debemos entender lo que es el turismo rural y el perfil típico del turista rural nuestra localidad para que una vez comprendido estos puntos podamos crear un tipo de perfil turístico objetivo para nuestro municipio.

Palma del Río es uno de los pueblos a visitar más importantes de la provincia de Córdoba ya que es un destino idóneo para realizar turismo rural⁵. Este tipo de actividades se realizan en zonas no urbanas es decir rurales y presentan una serie de puntos estratégicos los cuales se establecen en entornos de una densidad demográfica baja, un territorio donde los paisajes están compuestos principalmente por la agricultura y unas formas de entender la vida de manera más tradicional que en entornos más desarrollados.

Este tipo de turismo es idóneo para fortalecer la economía de una localidad y el cambio social ya que es muy fácil de asociarlo con otro tipo de mercados locales, ayuda a mejorar el PIB siendo la creación de empleo un factor fundamental ya que aporta en la creación de empresas locales y es un tipo de turismo donde es fácil que tenga una demanda parecida a lo largo del año por lo que es un turismo idóneo para realizar en nuestro pueblo.

Además, el turismo rural tiene un carácter muy marcado respecto a la sostenibilidad ya que ayuda a prevalecer el entorno rural adoptando todo tipo de medidas para que pueda perdurar en el tiempo usando los recursos disponibles de una forma más sostenible.

Esta modalidad de turismo se encuentra en auge en los últimos años, ya que abarca muchas modalidades turísticas que pueden desarrollar en otros tipos de turismo o subtipos tales como el agroturismo, el turismo deportivo, el turismo activo, turismo cultural, ecoturismo, enoturismo, turismo de aventuras o experiencias entre otros...

En todo tipo de proyectos de un destino turístico debemos investigar a la demanda turísticas. Conocer multitud de factores como la procedencia de los visitantes, las fechas que se reciben más turistas, sus gustos, las edades de los turistas o sus expectativas son datos que debemos conocer ya que la satisfacción del cliente debe ser nuestra prioridad. En Palma del Río al ser un municipio nos encontramos con una falta significativa de datos oficiales ya que disponemos de datos generales a través del INE, pero no de datos más específicos del perfil del turista.

⁵ ONU Turismo entiende el turismo rural como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (ONU Turismo, 2023).

Centrándonos ahora en nuestro municipio Palma del Río queremos primeramente resaltar que es un municipio situado en la provincia de Córdoba, sus características y recursos turísticos tales como recursos monumentales y culturales, recursos naturales, recursos que favorecen el turismo de reuniones y congresos, recursos turísticos deportivos y, eventos festivos y culturales hacen que sea un destino turístico de ámbito rural donde se pueden realizar numerosas actividades y tipos de turismo que detallaremos más adelante con el análisis interno.

Basándonos en los datos del INE⁶ del año 2023 podemos apreciar que el número medio de turistas que recibió el municipio fue de 7.200 visitantes por mes siendo diciembre el mes que más turistas acudieron (8.259) y agosto el mes que menos visitantes tuvo (6.011).

Viendo los datos por mes de visitantes podemos apreciar que Palma del Río es un destino turístico con una demanda desestacionalizada ya que el interés por visitar el municipio se diversifica y se mantiene en números estables a lo largo del año algo muy común en destinos rurales (INE, 2023).

Tabla		Gráfico	Mapa
		Turistas	
Total Nacional			
14049 Palma del Río			
2023M12		8.259	
2023M11		8.172	
2023M10		7.360	
2023M09		7.167	
2023M08		6.011	
2023M07		7.626	
2023M06		6.727	
2023M05		7.669	
2023M04		7.074	
2023M03		6.491	
2023M02		6.309	
2023M01		7.567	

Ilustración 3 Número de turistas totales en 2023 de Palma del Río.

Fuente: https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=53001#_tabs-tabla

⁶ Instituto Nacional de Estadística, elabora y distribuye estadísticas de España.

Casi el 96% de los turistas que acuden a Palma del Río provienen del ámbito nacional y el 4% de los turistas provienen de países diferentes al español siendo con diferencia Francia el país que más turistas atrae a nuestro destino seguido de Alemania e Italia.

De los turistas nacionales se aprecia con mucha diferencia como la mayoría de los turistas que visitan Palma del Río provienen de nuestra propia comunidad Andalucía (color verde: 80%) seguida de la Comunidad de Madrid (color amarillo: 8%), Cataluña (3%), Comunidad Valenciana (3%) y Extremadura (2%). Esto supone que nuestra demanda está condicionada por nuestra propia comunidad siendo la mayoría de los visitantes andaluces por lo que debemos cambiar este aspecto el cual no se representa con el perfil típico del turista rural que hemos analizado anteriormente donde las comunidades que más turistas rurales aportaban eran Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana por lo que realizando estrategias adecuadas podremos solucionar esta tendencia que nos perjudica (INE, 2023).

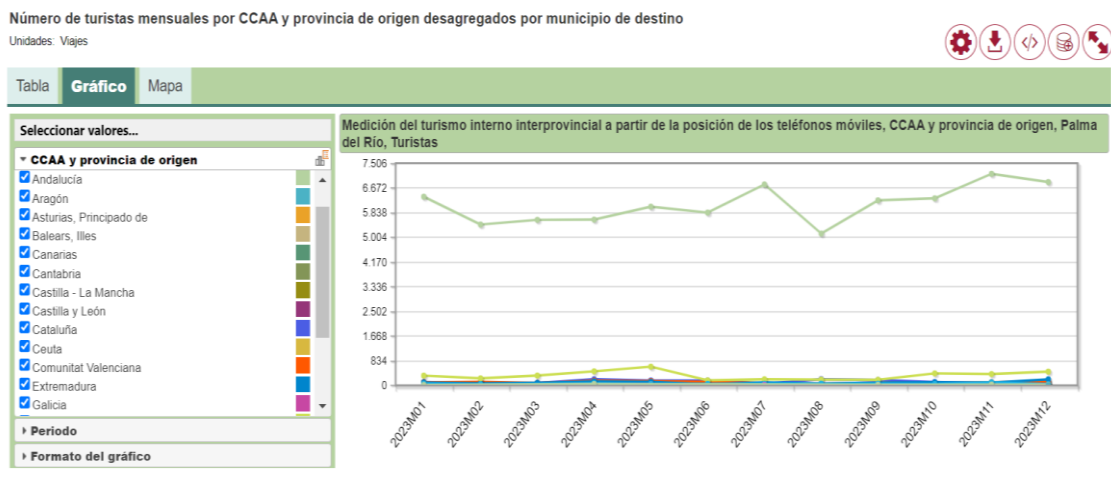


Ilustración 4 Número de turistas por CCAA en 2023.

Fuente: https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=53001#_tabs-gráfico

Dentro de los turistas que provienen de nuestra propia comunidad autónoma observamos que la provincia de Sevilla gana con mucha ventaja a las demás provincias siendo estas apenas importantes en la demanda turística de Palma del Río. En definitiva, podemos apreciar basándonos en datos del INE en el año 2023 que la mayoría de los turistas que acuden a Palma del Río provienen de la provincia de Sevilla (INE, 2023).

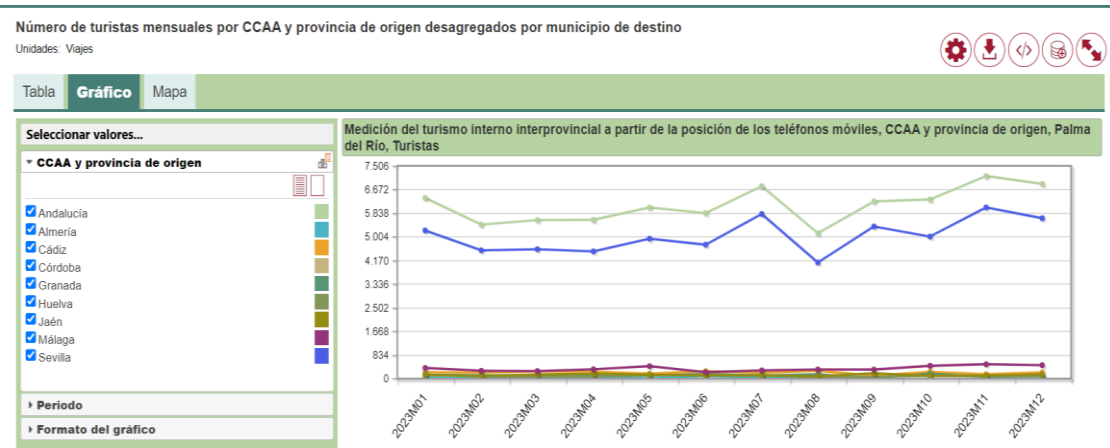


Ilustración 5 Número de turistas mensuales que acuden a Palma del Río por provincia andaluza.

Fuente: https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=53001#_tabs-grafico

He podido contactar con la Oficina de Turismo de Palma del Río que me han atendido de forma amable a algunas preguntas que tenía sobre el perfil del turista rural que visita el pueblo. La información que me han aportado ha sido a través de una llamada telefónica donde me han desarrollado el perfil de edad de los visitantes de Palma del Río son personas de entre 28 a 55 años muy por encima de la población joven de hasta 25 años y los mayores de 55 años. También he comprendido el motivo principal que tiene el turista al visitar la localidad siendo el entorno cultural, natural y las actividades de ocio y tiempo libre la motivación principal del viaje.

Como conclusión podemos definir el perfil del turista actual de Palma del Río como visitantes entre los 28 y 55 años que proceden principalmente de la provincia de Sevilla siendo las primordiales motivaciones de visita el turismo rural incidiendo en el turismo cultural, natural y las actividades de ocio y tiempo libre.

Seguidamente adjuntaré una imagen de una persona ficticia perteneciente a este perfil para mejorar nuestra comprensión de sus gustos y preferencias para que así podamos realizar una estrategia de acción más efectiva.



Ilustración 6 Perfil actual del turista de Palma del Río.

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, el perfil del turista objetivo que nos hemos planteado tras seguir las tendencias actuales del turista rural nacional y entender el destino que queremos ofrecer es el del turista rural cuya procedencia sea de ciudades grandes como Madrid o Barcelona, todas las provincias andaluzas y las que limitan con la provincia Córdoba (Ciudad Real, y Badajoz), con un poder económico medio es decir de clase media, amante de los entornos naturales y preocupada por el medio ambiente y la sostenibilidad que quieren dejar atrás sus vidas ajetreadas en ciudades grandes, apasionados de los tipos de turismo que se practican en un ambiente rural como el patrimonio monumental y cultural, el natural, el gastronómico... y las actividades que se desarrollan en este tipo de destinos donde cuya edad queremos que esté entre los 36 y los 55 años que viajen en familia o pareja cuyas estancias no duren más de 5 días.

Seguidamente adjuntaré una imagen de una persona ficticia perteneciente a este perfil para mejorar nuestra comprensión de sus gustos y preferencias para que así podamos realizar una estrategia de acción más efectiva a la hora de las estrategias.



Ilustración 7 Perfil objetivo del turista de Palma del Río.

Fuente: Elaboración propia

7. Análisis DAFO

El análisis DAFO es una herramienta importantísima para poder analizar y desarrollar la situación de hoy de nuestro destino turístico dentro del mercado para así tener la capacidad de tomar decisiones estratégicas de una manera efectiva y eficaz. En este análisis se procede a realizar un estudio desde una doble visión, el análisis externo con las amenazas y oportunidades de factores externos a nuestro destino y el análisis

interno con las debilidades y fortalezas que reúnen el conjunto de recursos internos que hemos desarrollado anteriormente (Infoautónomos, 2023).

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ○ Dependencia excesiva de turistas provenientes exclusivamente de la provincia de Sevilla. ○ Falta de promoción del Ayuntamiento de Palma del Río como destino turístico rural y escasa efectividad a la cantidad de recursos turísticos que posee. ○ Falta de promoción del turismo sostenible ○ Falta de aprovechamiento de sus recursos turísticos. ○ Escasas viviendas de uso turístico y alojamientos de tipo rural ○ Redes de transporte ineficientes para el desarrollo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Competencia muy elevada de destinos rurales tanto en el ámbito regional como en el nacional. ○ Amenaza de productos o servicios sustitutivos. ○ Alta rivalidad entre competidores. ○ Economía palmeña bastante preocupante basada en la gran importancia del sector primario. Empresas grandes empujan a la mediana y pequeña empresa.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ○ Amplia oferta de recursos turísticos a pesar de ser un municipio. ○ Gran atractivo patrimonial, cultural y natural. ○ Amplia oferta de establecimientos de restauración. ○ Planes gubernamentales y subvenciones en sostenibilidad y otros factores turísticos en el destino que han permitido el desarrollo ecológico de Palma del Río ○ Oficina de turismo presencial y, página web oficial recientemente actualizada y efectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sector turístico en auge tras la crisis provocada por la pandemia. ○ Imagen positiva de España y Andalucía como destino turístico en expansión. ○ Turismo rural de naturaleza y sostenible en continuo crecimiento. ○ Dificultad de nuevos competidores reales. ○ Planes de desarrollo económico, ecológico y turístico impulsado por la UE.

Tabla 3: Análisis DAFO Fuente: elaboración propia

8. Plan de Marketing

8.1. Objetivos del Plan

8.1.1. Fijación de Objetivos

El objetivo fundamental del desarrollo del Plan de Marketing es incrementar el número de visitantes a Palma del Río en un 25%, por lo que se han establecido una serie de objetivos a seguir:

- Atraer e influir en la mayor proporción posible al público objetivo a nivel nacional, en especial en Madrid, Barcelona y capitales cercanas a Córdoba.
- Fidelizar a nuevos turistas y conservar el mercado de turistas procedentes de Sevilla
- Aprovechamiento turístico de la Estrategia Integrada de Desarrollo Urbano Sostenible en Palma del Río.
- Lograr mejorar la calidad del servicio de red de transporte del autobús de Palma del Río.
- Colaboración y profesionalización de empresas del sector turístico de la localidad palmeña para obtener fines comunes.

8.1.2. Explicación de los objetivos

Para conseguir aumentar el número de visitantes a Palma del Río es necesario crear una fuerte imagen de marca que provocará que a través de acciones de comunicación podamos causar un mayor impacto en nuestro público objetivo logrando una diversificación de la procedencia de nuestros turistas. Debemos tener en cuenta que al ser una entidad pública y un Ayuntamiento de un pueblo no disponemos de un presupuesto elevado

La unión, colaboración y profesionalización de las empresas que operan en Palma del Río es un factor clave para obtener un beneficio económico conjunto.

Mejorar el servicio del transporte del autobús entre la Capital cordobesa y Palma del Río es esencial para el desarrollo turístico y económico de palma del Río, abordando los actuales problemas de horarios deficientes.

La Estrategia Integrada de Desarrollo Urbano Sostenible que ha sido implementada en Palma del Río tiene como objetivo mejorar la calidad de vida del pueblo de una forma sostenible y cohesionada, pero su potencial no ha sido

adecuadamente promovido en materia turística. Es necesario implementar y difundir acciones sostenibles para atraer a más habitantes y mejorar la percepción de nuestro destino.

8.2. Estrategias de Marketing para adoptar

Una vez establecidos los objetivos, se deberá explicar las estrategias que se van a establecer para el desarrollo del plan de marketing, las cuales se basaran en dos estrategias: Estrategia de comunicación y estrategia de productos

8.2.1. Estrategia de Comunicación

La estrategia que se deberá adoptar será la siguiente:

- Campañas de Publicidad Digital
- Colaboraciones y alianzas con proveedores e influencers
- Participar en Ferias de turismo a nivel nacional como Fitur e Intur.
- Campañas de publicidad en revistas especializadas en turismo.
- Promoción directa y ofertas especiales a nuestro público objetivo.

El mensaje que se deberá comunicar al futuro turista será:

- "Palma del Río: Naturaleza, Cultura y Experiencias en un entorno rural de auténtica serenidad. ¡Explora y disfruta!"
- “Palma del Río: Un Destino Rural Sostenible forjado por compromiso Ambiental y Social de sus ciudadanos”.

Para lograr conseguir nuestro objetivo fundamental, la comunicación y publicidad tienen un valor primordial por lo que la mayoría de las acciones que realizaremos irán encaminadas a cumplir con esta estrategia.

Es muy importante obtener éxito en la realización de esta táctica porque la mayoría de los objetivos que se quiere lograr están muy ligados con la comunicación.

8.2.2. Estrategia de Producto

La estrategia que se deberá adoptar será la siguiente:

- Apoyar económicamente y ayudar a profesionalizar a aquellas empresas de Palma del Río que decidan colaborar conjuntamente con el Ayuntamiento para desarrollar una oferta turística integrada, diversa y de calidad.

- Colaborar con la diputación de Córdoba y con la empresa encargada del servicio para mejorar la calidad del uso del transporte por autobús mediante la optimización de más rutas y horarios para conectar los principales puntos de interés turístico, así como la mejora de la calidad y comodidad de los autobuses.
- Desarrollar iniciativas en materia de sostenibilidad que minimicen el impacto ambiental y promuevan prácticas ecológicas entre las empresas de la localidad, los ciudadanos y los turistas.

Estas estrategias de producto son fundamentales para dar un impulso al desarrollo de los servicios turísticos de Palma del Río, adoptando medidas conjuntas con nuestros proveedores además de fomentar la sostenibilidad para desarrollar a nuestro destino en materia turística.

8.3. Líneas para la acción

8.3.1. Creación de los Planes de Acción

Para la elaboración de los planes de acción se ha tenido en cuenta los objetivos que se han planteado lograr, donde se dividirán en columnas las diversas metas que se quieren conseguir en cada decisión.

Por lo tanto, se divide la tabla en:

- Decisión: meta última que se aspira a lograr en cada plan de acción.
- Numeración: para identificar secuencialmente los planes de acción
- Acciones: son los medios para alcanzar los objetivos de los planes de acción.
- Encargado: el individuo o departamento responsable de llevar a cabo las estrategias.
- Periodo: el lapso estimado en el cual se ejecutarán todas las estrategias para alcanzar finalmente el plan de acción.

DECISIÓN	NÚMERACIÓN	ACCIONES	ENCARGADO	PLAZO
Atraer e influir en la mayor proporción posible en el público objetivo a nivel nacional, en especial en Madrid, Barcelona y capitales cercanas a Córdoba	1	Campañas publicitarias en medios digitales y revistas turísticas.	Delegación de Turismo de Palma del Río	1-2 años
		Colaboración con proveedores, empresas turísticas e influencers		
		Participar en Ferias		
		Ayudas a las empresas turísticas que colaboren con el Ayuntamiento en materia turística		
Fidelizar a nuevos turistas y conservar el mercado de turistas procedentes de Sevilla	2	Promoción directa y ofertas especiales a nuestro público objetivo por parte del Ayuntamiento	Delegación de Turismo de Palma del Río	2 años
		Ayudas y apoyo a aquellas empresas de Palma del Río que colaboren con el Ayuntamiento para desarrollar una oferta turística integrada, diversa y de calidad.		
Aprovechamiento turístico de la Estrategia Integrada de Desarrollo Urbano Sostenible en Palma del Río.	3	Campañas de publicidad en medios digitales	Delegación de Turismo de Palma del Río	1 año
		Promoción en Ferias		
		Desarrollar iniciativas sostenibles entre las empresas de la localidad, los ciudadanos y los turistas que acudan al destino.		
Lograr mejorar la calidad del servicio de red de transporte del autobús para	4	Colaborar con la Diputación de Córdoba	Delegación de Turismo de Palma del Río	6 meses

acudir a Palma del Río		Informar a la empresa encargada de los servicios de transporte de la necesidad de encontrar una solución a este problema		
		Si es necesario buscar nuevos proveedores para satisfacer este problema		
Colaboración y profesionalización de empresas del sector turístico de la localidad palmeña para obtener fines comunes.	5	Apoyar y ayudar a aquellas empresas que participen en la promoción turística de Palma del Río	Delegación de Turismo de Palma del Río	1 meses
		Ofrecer cursos especializados en materia turística para aquellos trabajadores de las empresas que hayan colaborado con el Ayuntamiento		

Tabla 3 Planes de Acción. Fuente: Elaboración propia

8.3.2. Establecimiento de Planes de Acción y Presupuestos

En esta sección se establecerán los planes de acción adecuados para cada decisión o meta a alcanzar:

- Atraer e influir en el mayor porcentaje posible al público objetivo a nivel nacional, en especial en Madrid, Barcelona y capitales cercanas a Córdoba:
 - Utilizar Redes Sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn para dirigir anuncios segmentados específicamente al target de las ciudades objetivo durante los próximos 6 meses. El coste total de realizar anuncios esporádicos en estas plataformas durante el tiempo estipulado es de unos 4.500€.
 - Colaborar con diferentes influencers donde se los invita unos días al pueblo con todos los gastos pagados para que disfruten de todos los recursos que cuenta Palma del Río. Ellos solo tendrían que comentar su experiencia y realizar posts en sus redes sociales durante el viaje. Ejemplos serían Blas

- Cantó o Juan Echanove, personas que se adaptarían al perfil de turista que queremos que nos visite. El coste sería de unos 2.500€
- Participación de nuestra campaña publicitaria en la revista Hosteltur, la revista más leída en España, durante los próximos 6 meses. El coste supondría alrededor de 2.300€ cada publicación de un apartado mensual.
 - Participar en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) que se celebrará el 22 de enero en Madrid. Se ubicará dentro del apartado de Córdoba y contaremos gracias a la diputación de nuestro propio stand, donde implementaremos numerosas estrategias para atraer visitantes para descubrir nuestro destino. El slogan será: "Palma del Río: Naturaleza, Cultura y Experiencias en un entorno rural de auténtica serenidad. ¡Explora y disfruta!"
 - La unión y colaboración de las empresas que operan en Palma del Río es un factor clave para obtener un beneficio económico conjunto. Al trabajar todos unidos, el Ayuntamiento de Palma del Río y los empresarios podrán crear una oferta turística más integrada y atractiva, con paquetes turísticos más adaptados y completos para así atraer a un mayor número de visitantes. Por lo tanto, el Ayuntamiento de Palma del Río proporcionará a estas empresas una compensación de un 2% del total de los ingresos generados por la actividad turística en Palma para impulsar nuevas iniciativas, mejora de instalaciones, servicios y productos que oferten.
- Fidelizar a nuevos turistas y conservar el mercado de turistas procedentes de Sevilla:
- Crear paquetes turísticos y ofertas especiales dirigidos específicamente a los residentes objetivo que hemos explicado anteriormente. Un ejemplo sería un paquete de una escapada de finde semana con todo incluido, promocionado a través de las redes sociales, nuestra página web y agencias de viajes especializadas durante los siguientes 2 años. El coste rondará los 1.500€
 - Desarrollar un programa de fidelización para los turistas para incentivar que vuelvan a nuestro destino o que lo visiten por primera vez. Se implementará un programa de recompensas acumulativas, donde con la colaboración de las empresas palmeñas con nuestro ayuntamiento, los

turistas podrán acumular puntos por cada actividad turística realizada en nuestro pueblo. Por actividad turística se refiere cualquier tipo de actividad turística (alojarse en un hotel, comer en un restaurante, visitar lugares emblemáticos, realizar rutas de senderismo...) Estos puntos que se irán acumulando podrán canjearse por recompensas como tours gratuitos, comidas en restaurantes gratuitas, degustación de la Naranja palmeña, bebidas en bares o supermercados o experiencias únicas en un periodo de tiempo inferior a los dos años. Este programa se implementará de tal manera para influir de manera positiva por todas las partes que participan, tanto empresas como turistas. Se implementará durante 2 años.

- Aprovechamiento turístico de la Estrategia Integrada de Desarrollo Urbano Sostenible en Palma del Río:
 - Utilizar las mismas redes sociales y las mismas estrategias para promocionar el turismo sostenible de nuestro destino turístico. En los anuncios se comentarán las medias que se han ido y se seguirán tomando gracias a las Estrategias de Desarrollo Sostenible bajo el slogan: “Palma del Río: Un Destino Rural Sostenible forjado por compromiso Ambiental y Social de sus ciudadanos”. El coste de esta acción alcanzaría los 2.500€.
 - En la feria de FITUR que se desarrollará en Madrid en la cual contaremos con un stand para nuestra localidad donde realizaremos una actividad con los visitantes a la feria para promover el destino sostenible: la actividad sería instalar mediante la tecnología de realidad virtual⁷ (VR) realizar paseos virtuales por las calles de la localidad, los senderos ecológicos y las áreas naturales más relevantes que encontramos en Palma del Río permitiendo al visitante experimentar la belleza natural y comprender todos los esfuerzos que el Ayuntamiento ha llevado a cabo en materia sostenible. El precio de contratar la tecnología virtual y el desarrollo del contenido rondaría en torno a los 4.500€.

⁷ La Realidad Virtual proporciona una experiencia completamente inmersiva, transportando al usuario a entornos alternativos que parecen totalmente reales. Con dispositivos como visores o auriculares, se sumerge en un mundo generado por computadora, donde puede interactuar con objetos y desplazarse utilizando controles táctiles, todo mientras está conectado a una consola o computadora. (Cámara Valencia, s.f.)

- Lograr mejorar la calidad del servicio de red de transporte del autobús para acudir a Palma del Río:
 - Colaborar con la diputación de Córdoba y la empresa encargada de proporcionar el servicio de transportes de autobús entre Córdoba y Palma del Río para lograr lo siguiente:
 - Mejora de horarios: en la actualidad, en los horarios intersemanales, el último autobús con salida de Palma del Río a Córdoba es a las 15.00, algo muy incoherente. Es necesario que introduzcan más horarios de salida cada dos horas hasta las 22.00. A su vez, para incrementar la llegada de turistas procedentes de la capital se deben implementar horarios de fines de semana adecuados. Los actuales no tienen sentido, habiendo solo un trayecto al día en cada salida. Será necesario proponer nuevas rutas con horarios cada dos horas desde las 09.00 hasta las 23.00 en ambas salidas para incentivar que el turista pueda visitar nuestra localidad con un mejor servicio de transportes.
 - Actualmente viajar en autobús entre Palma del Río y Córdoba cuesta alrededor de 5€ el viaje. Queremos establecer una promoción donde si compras el billete de ida y vuelta en el mismo momento en vez de costarte 10€ ambos billetes, te cueste 7€ para así incentivar la llegada de turistas por medio de este transporte lo cual supondría una acción en favor de la sostenibilidad.

- Colaboración y profesionalización de empresas del sector turístico de la localidad palmeña para obtener fines comunes:
 - El Ayuntamiento de Palma del Río proporcionará a estas empresas una compensación de un 2% del total de los ingresos generados por la actividad turística en Palma para impulsar nuevas iniciativas, mejora de instalaciones, servicios y productos que oferten.
 - Implementación de programas de formación especializados como un paso hacia la mejora y profesionalización del sector turístico. Los cursos estarán destinados para los trabajadores de todas aquellas empresas que así lo requieran. Los cursos tendrán como puntos primordiales el desarrollo del trabajador en muchos ámbitos profesionales, sociales y económicos

teniendo como fin el conocimiento de la importancia de impulsar el turismo de la localidad abordando temas fundamentales como la sostenibilidad.

- Los cursos serán presenciales y gratuitos desarrollándose en un arco temporal de 1 año. El coste para el Ayuntamiento supondría en torno 1.000€.

Haciendo una estimación los costes de la inversión supondrían unos 16.300€ por parte del Ayuntamiento de Palma del Río para implantar todas las acciones que desarrollen e impulsen el turismo de esta localidad.

Si conseguimos aplicar todas las acciones que se han desarrollado anteriormente, se podrá cumplir el objetivo fundamental del desarrollo del Plan de Marketing, que es incrementar el número de visitantes a Palma del Río en un 25% en un horizonte temporal de 3 años.

9. Conclusión

Palma del Río es una localidad andaluza donde el sector turístico carece de importancia, algo inimaginable teniendo en cuenta la inmensa cantidad de recursos turísticos que posee tales como los monumentos culturales, sus paisajes naturales ideales para realizar cualquier tipo de ruta o tener la posibilidad de realizar muchas actividades y experiencias únicas, todo incluido en un entorno rural, tranquilo y sobre todo, sostenible.

Realizar el Modelo Canvas, el Modelo Porter y el análisis DAFO, me ha proporcionado una comprensión exhaustiva del entorno competitivo, capacidades internas, y la estructura del modelo de negocio de Palma del Río, siendo una de las principales bases para desarrollar el Plan de Marketing estratégico de este destino.

Tras haber analizado todas las partes que comprenden el análisis turístico de Palma del Río, saco en claro que es un municipio muy poco aprovechado turísticamente con una demanda turística mayoritariamente sevillana, algo que me ha extrañado mucho, pero que se puede comprender sobre todo a la falta de promoción de su oferta turística.

Solamente disponían de RRSS sin apenas influencia y una página web obsoleta que, casualmente ha sido actualizada en el mes de marzo durante la realización de mi TFG algo que también era un aspecto fundamental en la comunicación del destino y que han podido solucionar tras la actualización, la cual seguro aportará sus frutos en un futuro cercano.

Por lo que he visto muy necesario realizar un Plan de Marketing encaminado al desarrollo de una estrategia de comunicación, que era el principal problema que tenía la antigua planificación, y una estrategia de producto para impulsar aspectos que creo que serían claves para, conjuntamente a unas líneas de acción estratégicas, desarrolladas e implementadas, lograr el anisado objetivo fundamental de la realización de este trabajo, impulsar el turismo de Palma del Río.

Pienso que, aunque en la actualidad el turismo rural este en pleno desarrollo y avance, sigue siendo un tipo de turismo muy poco aprovechado por los propios destinos sobre todo a la hora de promocionarse, ya que estoy seguro de que, solo en España hay muchas maravillas rurales las cuales aún no han sido descubiertas por el turista rural común el cual me incluyo en la lista. Es una pena que tantas joyas naturales y culturales

permanezcan desconocidas para muchos, privándonos así de experiencias enriquecedoras y la oportunidad de apreciar la belleza y la tranquilidad que ofrecen estos lugares únicos debido a la escasa promoción, como es el caso de Palma del Río.

Aumentar el turismo de Palma del Río es un objetivo que se puede cumplir si se realizan una serie de estrategias y acciones encaminadas sobre todo a la promoción del destino.

Por último, es importante resaltar las limitaciones que me he encontrado a la hora de realizar este Plan de Marketing.

Al ser un proyecto donde hay un límite de contenido, no he podido explayarme todo lo que hubiera querido, por lo que he tenido que limitar muchos puntos de este trabajo. Creo que podría haber hecho un trabajo más completo si no hubiese tenido esta delimitación.

Como Palma del Río es una localidad que se encuentra en Andalucía, a muchos kilómetros de Segovia, no he podido mantener un contacto directo de forma presencial con la Oficina de Turismo de Palma del Río. Me hubiese gustado plantearle las dudas que tenía de esta manera y no por teléfono o email, pero no ha sido posible.

Obtener información estadística ha resultado ser una tarea complicada, ya que apenas había referencias en el INE sobre esta localidad. Conocer tendencias actuales del turista, el ciudadano y el mercado en la región serían fundamentales para dar una visión más eficaz y realista sobre el objeto de estudio.

10. Referencias bibliográficas

Bibliografía

- Alcañiz, J. E. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC.
- Gómez Touceda, C. (2023). Obtenido de Propuesta de un plan de marketing de destino turístico para la localidad de Finisterre.
- Molinier, G. D. (2016). Plan de Marketing Turístico de Aguilar de Campóo. *Trabajo de Fin de Grado*.
- Rojo, M. M. (2007). *Historia y devoción de un pueblo: Palma del Río y la Virgen del Belén*. Córdoba: Intermedio Ediciones.

Webgrafía

- Abrasador. (s.f.). *Los 10 pueblos con mas encanto de ciudad real*. Obtenido de <https://abrasador.com/los-pueblos-mas-encanto-de-ciudad-real/>
- Andalucia.org. (2024). *Palma del río*. Obtenido de <https://www.andalucia.org/es/palma-del-rio>
- Baena Turismo. (2024). *Una Experiencia Única Ven y Descubre Baena*. Obtenido de <https://baenaturismo.com/>
- BOE. (2012). *Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía*. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2012/BOE-A-2012-876-consolidado.pdf>
- Cámara Valencia. (s.f.). *Realidad Virtual vs Realidad Aumentada: los conceptos clave*. Obtenido de [https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/realidad-virtual-vs-realidad-aumentada-los-conceptos-clave/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20la%20Realidad%20Virtual%20\(RV\)&text=Esta%20tecnolog%C3%ADa%20sumerge%20a%20los,usar%20para%20mejorar%20las%20se](https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/realidad-virtual-vs-realidad-aumentada-los-conceptos-clave/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20la%20Realidad%20Virtual%20(RV)&text=Esta%20tecnolog%C3%ADa%20sumerge%20a%20los,usar%20para%20mejorar%20las%20se)
- Camila, M. (2022). *Modelo Canvas: ¿qué es y cómo utilizarlo?* Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>

- CESAE. (2024). *Tipos de turismo en España* Business and Tourism School. Obtenido de <https://www.cesae.es/blog/tipos-de-turismo-en-espana>
- ClubRural. (2023). *Perfil y tendencias del turista rural 2022*. Obtenido de <https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/perfil-tendencias-turista-rural-2022.pdf>
- Écija Ayuntamiento. (2024). *Turismo Écija*. Obtenido de <https://turismoecija.com/>
- EspacioPymes. (2023). *Sector primario, secundario y terciario: diferencias y ejemplos*. Obtenido de <https://espaciopymes.com/noticias/sector-primario-secundario-y-terciario-diferencias-y-ejemplos/>
- ForoCiudad. (2023). *Demografía de Palma del Río (Córdoba)*. Obtenido de <https://www.foro-ciudad.com/cordoba/palma-del-rio/habitantes.html#Evolucion>
- Giner, S. D. (2018). *Social Media Marketing en destinos turísticos: implicaciones y retos de la evolución del entorno online*. Editorial UOC. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uva/titulos/116327>
- Huguet, P. G. (2024). *Los pueblos más bonitos de albacete entre castillos, ríos y cañones*. Obtenido de Viajes National Geographic: https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/pueblos-mas-bonitos-albacete-entre-castillos-rios-canonos_15597
- INE. (2023). *Cuenta Satélite del Turismo de España*. Obtenido de https://www.ine.es/prensa/cst_2022.pdf
- INE. (2023). *Número de turistas mensuales por CCAA y provincia de origen desagregados por municipio de destino*. Obtenido de https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=53001#_tabs-tabla
- INE. (2023). *Número de turistas mensuales por CCAA y provincia de origen desagregados por municipio de destino*. Obtenido de https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=53001#_tabs-grafico
- Infoautónomos. (2023). *Guía fundamental del Análisis DAFO*. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/plan-de-negocio/analisis-dafo/>

- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. (2024). *Palma del Río*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=14049>
- Junta de Andalucía. (2020). *Avance de los principales indicadores demográficos andaluces*. Obtenido de <https://ws089.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/blog/2020/08/sid-2019-avance/#:~:text=La%20edad%20media%20de%20la,mujeres%20de%2043%2C3%20a%C3%B1os>.
- Junta de Andalucía. (2022). *El presupuesto de Turismo, Cultura y Deporte crece un 42% e invierte uno de cada dos euros en políticas culturales*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/turismo/177022/ConsejeriadeTurismo/CulturayDeporte/Presupuestos2023/ArturoBernal/JuntadeAndalucia/ParlamentodeAndalucia#:~:text=La%20Consejer%C3%ADa%20de%20Turismo%2C%20Cultura,comisi%C3%B3n%20parlament>
- Junta de Andalucía. (2022). *Informe Económico de Andalucía 2022*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/inline-files/2023/07/InformeEcono%CC%81mico2022.pdf>
- Junta de Andalucía. (2023). *La economía del turismo en Andalucía*. Obtenido de https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2023-06/economia_turismo_22.pdf
- Junta de Andalucía. (2023). *La inversión en I+D en Andalucía crece un 11,03% en 2022 hasta alcanzar casi los 1.900 millones de euros*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/educacion/188330/JuntadeAndalucia/ConsejeriadeUniversidadInvestigacioneInnovacion/inversion/id/andalucia#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20en%20I%2BD%20en%20Andaluc%C3%ADa%20alcanz%C3%B3%20los%201.890,posit>
- Junta de Andalucía. (2023). *Turismo: Andalucía registró en 2022 un total de 10,4 millones de turistas atraídos por su cultura*. Obtenido de <https://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/turismo/183970/JuntadeAndalucia/ConsejodeGobierno#:~:text=Andaluc%C3%ADa%20registr%C3%B3>

%20en%202022%20un,cultura%20%2D%20Portavoz%20del%20Gobierno%20Andaluz

La Moncloa. (2023). *Gobierno y CCAA acuerdan una inversión de 478 millones de euros de fondos europeos para proyectos de sostenibilidad turística*. Obtenido de

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/270123-gobierno-ccaa-sostenibilidad-turistica.aspx#:~:text=Casi%20dos%20mil%20millones%20para,la%20edici%C3%B3n%20del%20a%C3%B1o%20pasado.>

La Moncloa. (2024). *España*. Obtenido de <https://www.lamoncloa.gob.es/espana/Paginas/index.aspx>

Luján, A. (2024). *PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA: ESTOS SON LOS MONUMENTOS Y PAISAJES EN EL OLIMPO DE LA UNESCO*. Obtenido de Viajes National Geographic: https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/estos-son-50-monumentos-paisajes-patrimonio-humanidad-espana_13602

Ministerio de Industria y Turismo. (2030). *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Obtenido de <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>

Montilla Turismo. (2024). *Turismo de Montilla*. Obtenido de <https://www.montillaturismo.es/>

OCDE. (2022). *El Producto Interno Bruto o Producto Interior Bruto (PIB)*. Obtenido de <https://www.oecd.org/espanol/estadisticas/pib-espanol.htm>

ONU Turismo. (2023). *Desarrollo de productos*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>

ONU Turismo. (2023). *Turismo Rural*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

SEPG. (2023). *Presupuestos generales del estado 2023: informe económico y financiero*. Obtenido de <https://www.sepg.pap.hacienda.gob.es/sitios/sepg/es-ES/Presupuestos/InformeEconomicoFinanciero/Documents/Informe%20Economico%20Financiero%202023.pdf>

Turismo Andalucía. (2024). *Palma del Río*. Obtenido de <https://www.andalucia.org/es/palma-del-rio>

Turismo Cuellar. (2024). *Bienvenidos a turismo de cuéllar*. Obtenido de <https://www.cuellar.es/>

Turismo Palma del Río. (2024). *Turismo Palma del Río*. Obtenido de <https://visitapalmadelrio.com/recinto-amurallado/>

Weather Spark. (2024). *El clima y el tiempo promedio en todo el año en Palma del Río España*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/34157/Clima-promedio-en-Palma-del-R%C3%ADo-Espa%C3%B1a-durante-todo-el-a%C3%B1o>