

3

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL TURISMO DE CASTILLA-LA MANCHA



3.1. DAFO

Una vez analizado el contexto económico, el modelo de gobernanza, la oferta y demanda turística y las tendencias del sector, se procede a la realización de un diagnóstico de la situación actual de Castilla-La Mancha como destino turístico.

El diagnóstico incluye un análisis tanto interno como externo, analizando las debilidades y fortalezas propias del destino y las amenazas y oportunidades derivadas del entorno.

El diagnóstico que se muestra a continuación ha sido consensuado con los agentes turísticos del destino con el fin de disponer de una visión completa de la situación actual de sector turístico de Castilla-La Mancha.



3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL TURISMO DE CASTILLA-LA MANCHA

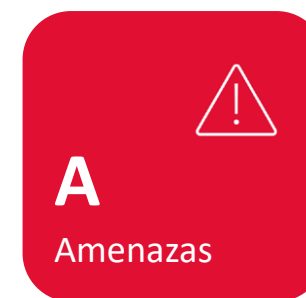
3.1. DAFO

1. Información y estudios de mercado limitados para conocer la demanda y la percepción turística de Castilla-La Mancha
2. Rentabilidad mejorable del sector de alojamiento, índices de rentabilidad bajos
3. Dimensión no equilibrada del canal de intermediación en destino, especialmente agencias receptoras y DMC
4. Estructura de gestión y promoción y dimensión territorial de la Región
5. Mejorable reconocimiento de la marca Castilla-La Mancha como destino
6. Brecha en el conocimiento de la acción pública en turismo por parte del sector
7. Mecanismos de colaboración público privado no ajustados para lograr mayor participación
8. Potencial de mejora en la coordinación pública-pública en turismo.
9. Tejido asociativo sectorial débil, atomización empresarial
10. Baja internacionalización del destino
11. Diferentes etapas en el ciclo de vida como destino de las provincias
12. Bajo grado de conocimiento de ayudas y subvenciones por parte del sector
13. Mejorable formación del sector turístico en nuevas tecnologías y sostenibilidad
14. Escaso desarrollo de recursos como productos / experiencias gestionadas en el ámbito natural y cultural
15. Modelos de gestión turística municipal con escasa innovación
16. Zonas rurales con escasa población y disponibilidad de servicios turísticos
17. Conectividad de transporte y digital limitada en algunas zonas rurales
18. Baja retención y atracción de talento debido a las características estructurales del mercado laboral del sector



3.1. DAFO

1. Nuevas formas de alojamiento y servicios turísticos de base tecnológica que necesitan regulación
2. Escenarios macroeconómicos inciertos durante la temporalidad del plan a 2030
3. Aumento de la competencia entre destinos por mercado regional, nacional e internacional
4. Concentración del turismo en iconos turísticos concretos
5. Competencia de otros sectores en la atracción de talento y dificultades para encontrar personal cualificado en el sector
6. Efectos ambientales relacionados al calentamiento global
7. Auge de modelos de negocio turístico que penalizan el desarrollo social y laboral vinculado al sector



3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL TURISMO DE CASTILLA-LA MANCHA

3.1. DAFO

1. Ubicación geográfica central, extensión y gran diversidad y calidad de paisajes de Castilla-La Mancha, riqueza paisajística única en el continente europeo.
2. Gran riqueza, diversidad, distribución y conservación del patrimonio natural y cultural. Patrimonio con reconocimiento de valor excepcional
3. Buena accesibilidad y conectividad de transporte para llegar a la Región
4. Diversidad de ofertas para un amplio rango de segmentos de mercado
5. Marco jurídico y de ordenación del turismo actualizado, figura de municipio turístico
6. Notoriedad nacional de atributos asociados a iniciativas de promoción
7. Evolución positiva de la oferta de gastronomía y relación del turismo con sector agroalimentario y artesano
8. Importancia del turismo rural en la oferta y demanda turística de todas provincias
9. Destino con uno de los mayores volúmenes de demanda y peso relativo en el segmento de turismo rural
10. Nuevas ofertas de ocio y turismo cultural con gran capacidad de atracción de visitantes
11. Apoyo al desarrollo turístico como generador de empleo, riqueza y bienestar de la población con un modelo de desarrollo sostenible



3.1. DAFO

1. Políticas regionales frente a la despoblación
2. Concienciación sobre la importancia de incorporar la sostenibilidad en el sector, valoración por parte de la demanda
3. Motivaciones de demanda alienadas con la autenticidad que favorecen productos y cadenas de valor locales
4. Avances tecnológicos y nuevas herramientas para mejorar la eficiencia de la inversión en marketing
5. Aumento del turismo rural y oportunidades para la diversificación de las fuentes de ingresos de las economías rurales
6. Crecimiento de la economía de datos y del "ecosistema turístico de datos abiertos"
7. Mayor colaboración entre la cadena de valor turística gracias a la tecnología.
8. Consolidación del sector como actividad económica esencial para la creación de riqueza y empleo
9. Aumento de la demanda de experiencias auténticas y destinos con oferta diferenciada y respetuosa con la cultura local y el medio natural
10. Consolidar el impulso al sector derivado de la aplicación de los fondos europeos en la Región
11. Castilla-La Mancha es una región atractiva para inversiones en turismo y donde se fomenta el emprendimiento
12. Crecimiento de la demanda internacional a España como destino
13. Efecto multiplicador en el empleo del sector turístico
14. Digitalización y la utilización de la inteligencia artificial para personalizar la oferta .



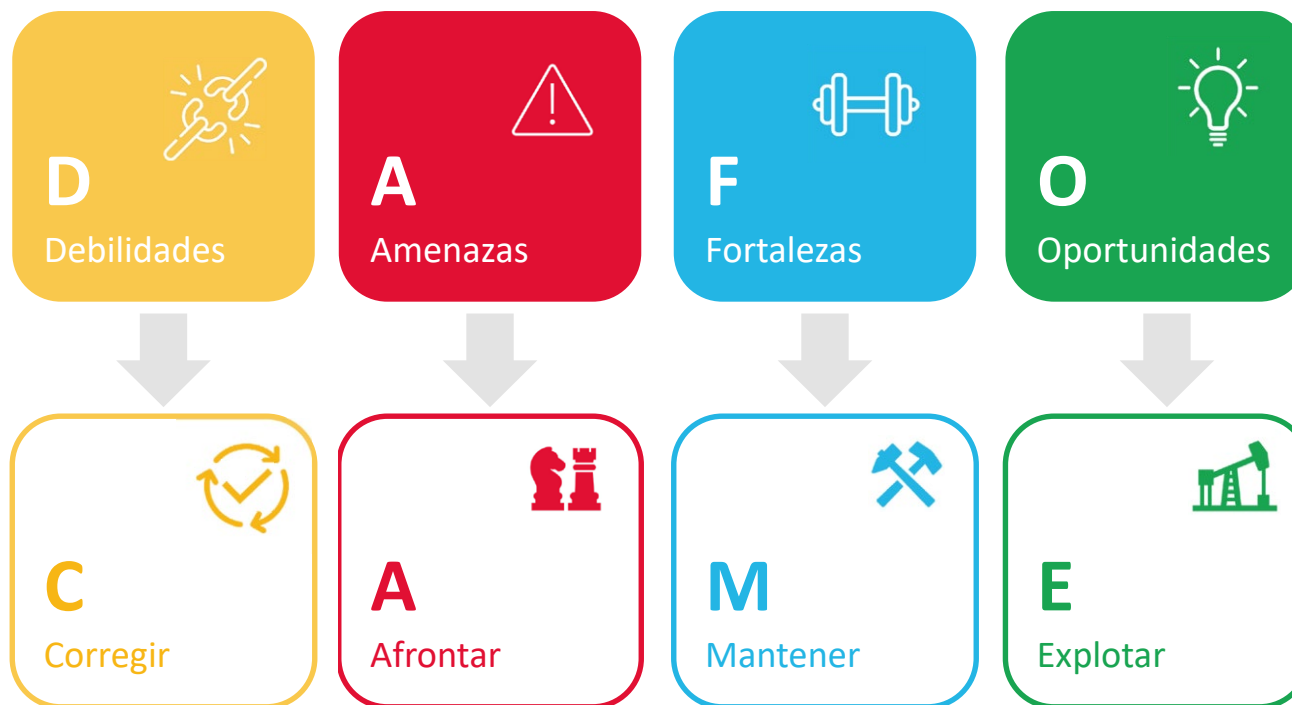
3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL TURISMO DE CASTILLA-LA MANCHA

3.2. CAME

El análisis CAME complementa el análisis DAFO, siendo una herramienta clave para definir las estrategias y acciones a implementar con relación a las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades identificadas.

Concretamente permite:

- **Corregir** las debilidades internas
- **Afrontar** las amenazas externas
- **Mantener** las fortalezas propias
- **Explotar** las oportunidades identificadas



3.2. CAME



- Fortalecer el Sistema de Inteligencia Turística
- Aumentar demanda y segmentos con mayor poder adquisitivo. Formación en Revenue Management
- Fomentar la consolidación y creación de tejido receptivo
- Cuadro de Mando Integral de la estructura de gestión
- Elaborar e implementar plan de marketing bianual
- Espacio empresas en la nueva plataforma turística
- Fomentar clubes de producto y redes de colaboración especializadas
- Actualización procesos participación Consejo de Turismo
- Ayudas para el fomento del tejido asociativo
- Elaborar e implementar plan de marketing internacional
- Apoyo a competitividad de destinos
- Formación y retención de talento
- Innovación en la gestión de recursos patrimoniales
- Apoyo a la competitividad y digitalización de destinos
- Estrategia de conectividad digital regional "Conéctate en CLM"
- Plan de conectividad de subcorredores de transporte en carretera

3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL TURISMO DE CASTILLA-LA MANCHA

3.2. CAME



- Afrontar la regulación de las nuevas ofertas y modalidades de servicios turísticos de avse tecnológica
- Seguimiento y actualización del plan estratégico de turismo para adaptarlo a posibles cambios
- Potenciar productos y experiencias singulares y con identidad de Castilla-La Mancha
- Potenciar el Sistema Integral de Calidad de los destinos de Castilla-La Mancha
- Fomentar la distribución de flujos turísticos, estudios de capacidad de carga de destinos

3.2. CAME



- Calendario de eventos estable y acciones para captar mercados limítrofes
- Aprovechamiento turístico del patrimonio cultural y natural de Castilla-La Mancha
- Puesta en valor de los sectores productivos tradicionales especialmente el artesano y agroalimentario
- Potenciar el marketing y la promoción de turismo rural en el mercado nacional
- Actualización de la Ley de Turismo para recoger nuevas tendencias y realidades del sector
- Consolidar la gastronomía local, fortalecer clubes de producto como raíz culinaria
- Aprovechar la notoriedad de nuevas atracciones turísticas innovadoras de Castilla-La Mancha
- Aprovechar la complementariedad de productos turísticos de los destinos de cada provincia para la acción de marketing

3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL TURISMO DE CASTILLA-LA MANCHA

3.2. CAME



- Consolidar modelo de desarrollo turístico sostenible, apoyo a la competitividad de los destinos
- Generación de redes y puntos de encuentro para conformar productos experienciales
- Impulso al marketing digital y la formación empresarial en la gestión del dato y el desarrollo de estrategias de marketing especializadas en segmentos
- Potenciar la generación de oferta experiencial en zonas rurales, apoyo a la competitividad de destinos rurales
- Formación y ayuda para el desarrollo de acciones de comarketing con canal de intermediación y prescriptores
- Soporte para que los fondos europeos tengan el resultado previsto en los destinos
- Considerar la transversalidad del sector y fortalecer factores impulsores de demanda
- Fortalecer las inversiones en transición verde y sostenible en el sector
- Apoyar las inversiones en toda cadena de valor turística

