



¡ Vive la Vía !

Fichas Técnicas

Guías de Viaje

Mapa

Ven en tren

Programa Vías Verdes

Info Vías Verdes

Publ

# IV Jornadas Técnicas

Turismo y Salud en las Vías Verdes

## Retos para la comercialización y la calidad turística en Vías Verdes.

*La calidad como elemento de diferenciación y excelencia en Vías Verdes. Presentación de sistemas de evolución de calidad y experiencias en sectores similares.*

*Oportunidades de acercamiento a mercados extranjeros: Análisis desde la perspectiva de los profesionales.*

*Diseño, pretest, gestión y evaluación de un producto turístico: Tren El Condado.*

*Manuel Redondo Arandilla  
7 de noviembre de 2007*



[www.mercedes.com](http://www.mercedes.com)

# La pregunta inicial sería ¿qué entendemos por calidad?



# Parece claro que se hace necesaria una doble perspectiva



**EVALUACION  
EXTERNA**


La evaluación externa permite completar la autoevaluación, con criterios objetivos y al margen de los matices y tensiones locales, se posiciona como árbitro, como espejo.

# ¿Por qué diseñar productos y no vender destinos?

- **Facilidad** para concretar cooperación entre operadores.
- Pensar en el **cliente** (tendencias de mercado) para atraer su visita.
- **Apuesta arriesgada** (promoción pública exige resultados concretos)

# Estrategia local para el sector turístico

 Promover actividades complementarias que valoren los recursos turísticos de la comarca doten de mayor atractivo turístico.

 Necesidad de impulsar nuevos productos que contribuyan y sirvan a la demanda de la comarca.

 Conseguir un argumento diferencial en la competencia con otras áreas.



INICIATIVA DE:  
ASODECO

CON LA  
COLABORACION DE:



Vive de cerca el Toro en su Naturaleza

# Tren El Condado

<< INICIO >>

< EL CONDADO >

< LOCALIDADES >

< PRODUCTOS  
TURISTICOS >



## Introducción

### TREN EL CONDADO EL TORO EN SU NATURALEZA

- > INTRODUCCION
- > VISITA AL MUNDO RURAL
- > VISITA A LA GANADERIA BRAVA
- > VIAJE A "EL CONDADO"
- > FORMULARIO DE RESERVAS
- > GALERIA DE FOTOS

La provincia de Jaén cuenta con la mayor superficie de espacios naturales protegidos de España con más de trescientas mil hectáreas. Cuatro Parques Naturales (Despeñaperros, Sierra de Andújar, Sierra Mágina y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas), dos reservas, y tres parajes naturales, constituyen el amplio patrimonio natural declarado de la provincia.

BIENVENIDA DE  
ENRIQUE PONCE



"El Condado", tierra noble por descubrir. En las estribaciones de Sierra Morena y junto al Parque Natural de Despeñaperros se sitúa El Condado, una comarca que abre sus puertas a todo aquel viajero que desee aprender y conocer sus raíces. Bosques, dehesas y olivares componen un paisaje mediterráneo. Por su situación, El Condado es un territorio de frontera, a mitad de camino entre Andalucía y La Mancha, que conserva el punto interesante de las buenas mezclas.



# COMARCA EL CONDADO

24.000 habitantes.  
1.500 Km<sup>2</sup>  
8 municipios y 17 núcleos de población.  
16 hab./Km<sup>2</sup>



En términos de desarrollo, la comarca de El Condado en Jaén es una de las zonas más deprimidas de la provincia y de Andalucía.

- Tendencia demográfica negativa.
- Dependencia acusada del sector agrícola (olivar)
- Falta de empleo (subsidio agrario).
- Baja cualificación de recursos humanos.

En este territorio y desde 1993 trabaja ASODECO, Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de El Condado, como entidad sin ánimo de lucro constituida por los ayuntamientos, sindicatos agrarios, empresas, asociaciones culturales, sociales y profesionales y agentes de todo tipo de la zona en la promoción del desarrollo rural.

En la actualidad ASODECO lo componen 82 socios y se están gestionando distintos programas europeos: LEADER, PRODER, EQUAL,... También se han incorporado competencias comarcales de Cultura y Deportes, Formación, etc.



# ¿Por qué Tren El Condado?

- Zona desconocida
- Argumentos diferenciales
- Valorizar recursos locales

La idea de este producto se concreta teniendo en cuenta una serie de factores como son:



 Concentración de **varias fincas de ganaderos**



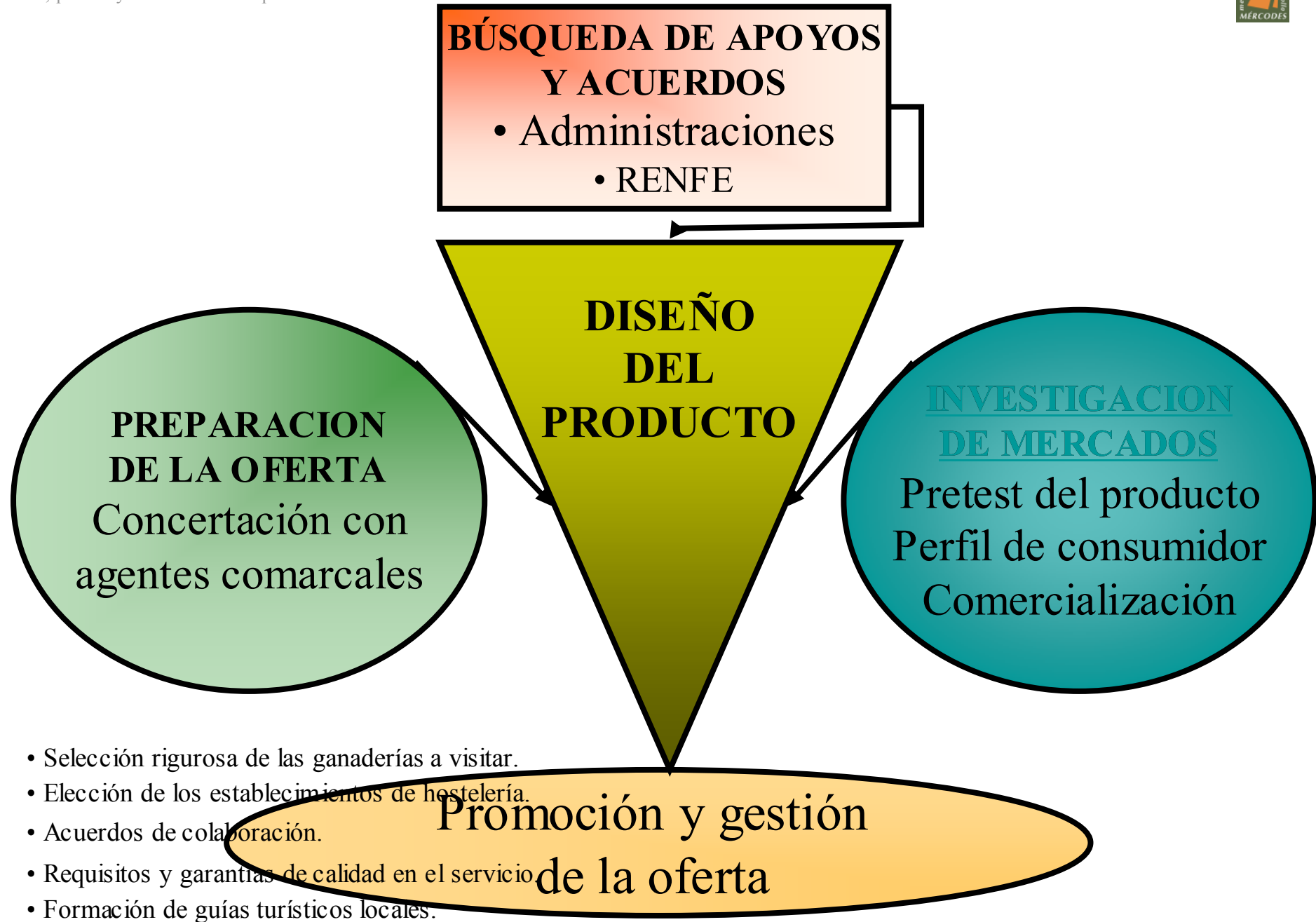
 **Comunicación ferroviaria directa con Madrid**

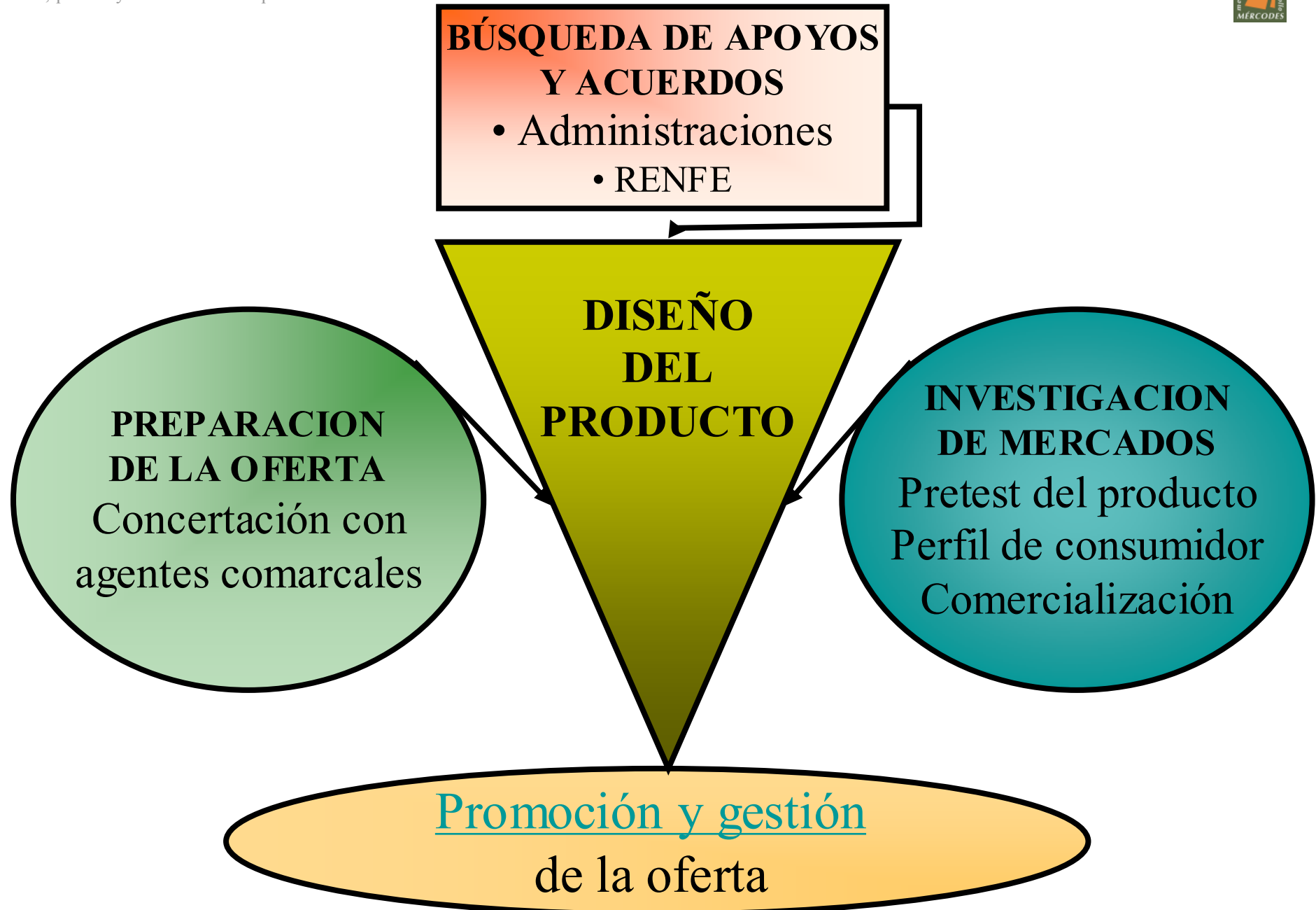


 **Gran afición existente al mundo de los toros**

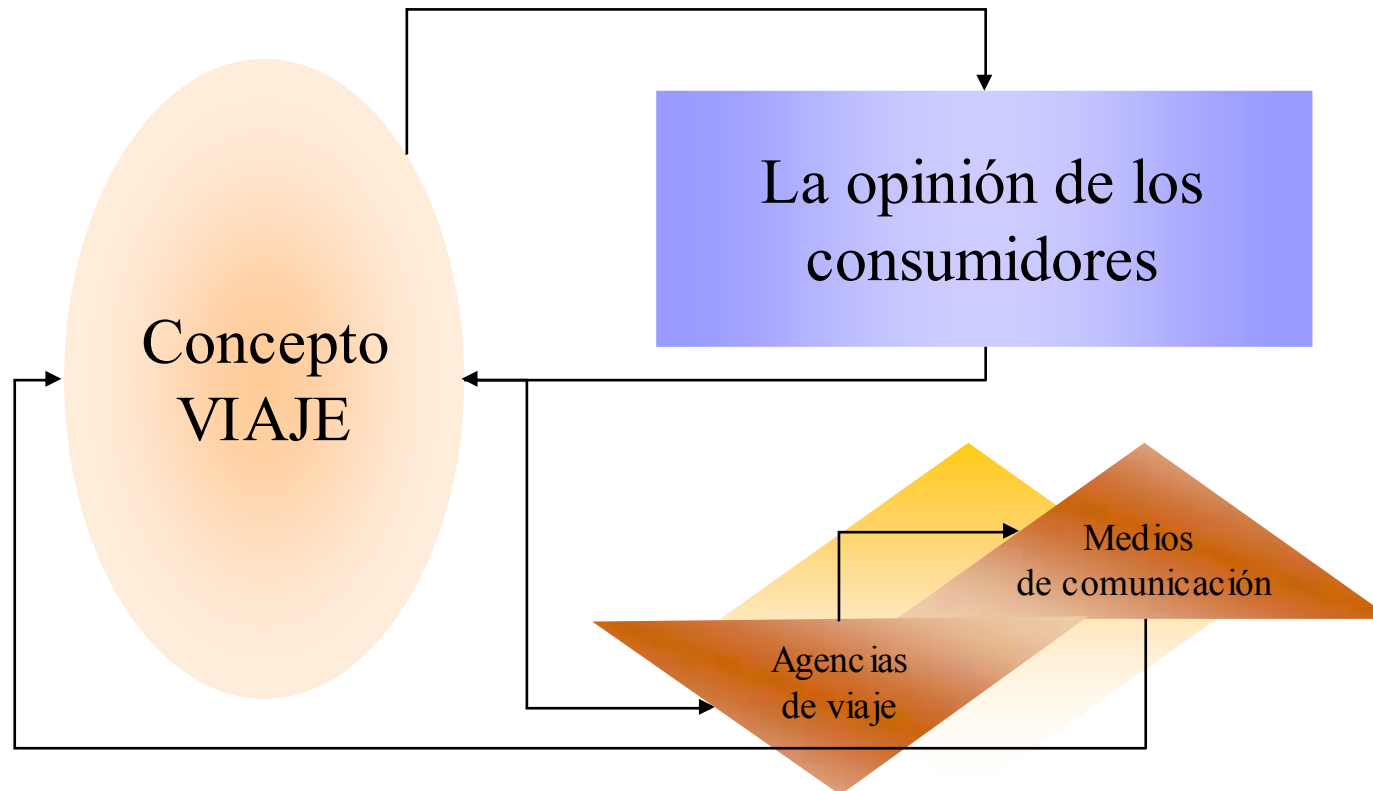


 **Iniciativa Comunitaria LEADER II.**

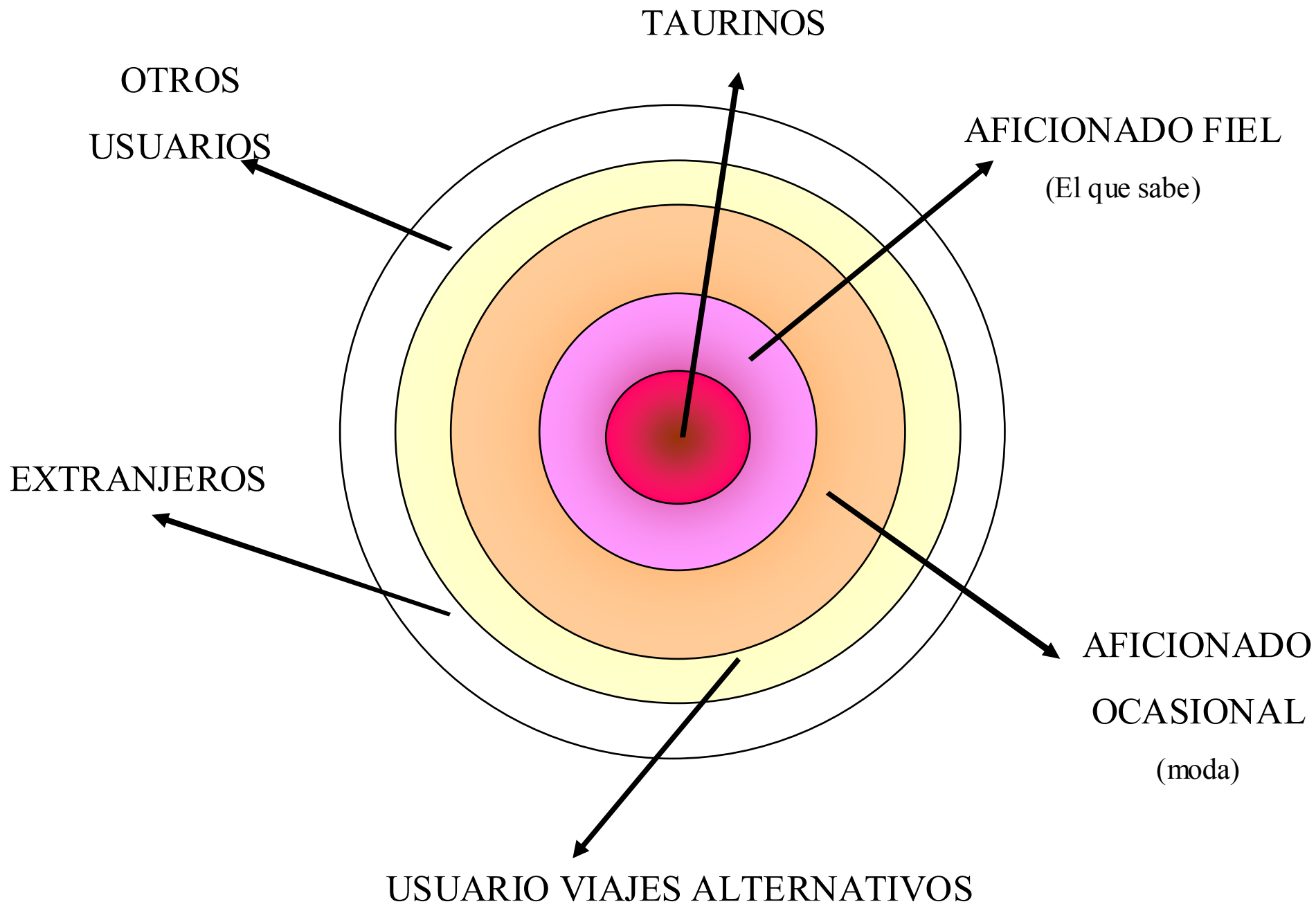




## FASES DE LA INVESTIGACIÓN



- ➔ Después de obtener la visión desde el potencial consumidor, y una vez pre-testado el concepto del producto turístico a lanzar se plantea conocer con detalle la opinión de los operadores turísticos especializados en la comercialización del producto.
- ➔ Como conclusión inicial con los consumidores también es importante sondear la percepción del producto por parte de los medios de comunicación ya que será a través de éstos como se promocionará preferentemente el nuevo producto.



Organizado por  
JUAN M. RODRIGUEZ

# FERIA Y FIESTAS DE PENTECOSTES 1998

Comité Organizador  
C/Alfonso de Ercilla, 10  
28014 Madrid, España

4 Sensacionales  
Espectáculos  
Taurinos, 4

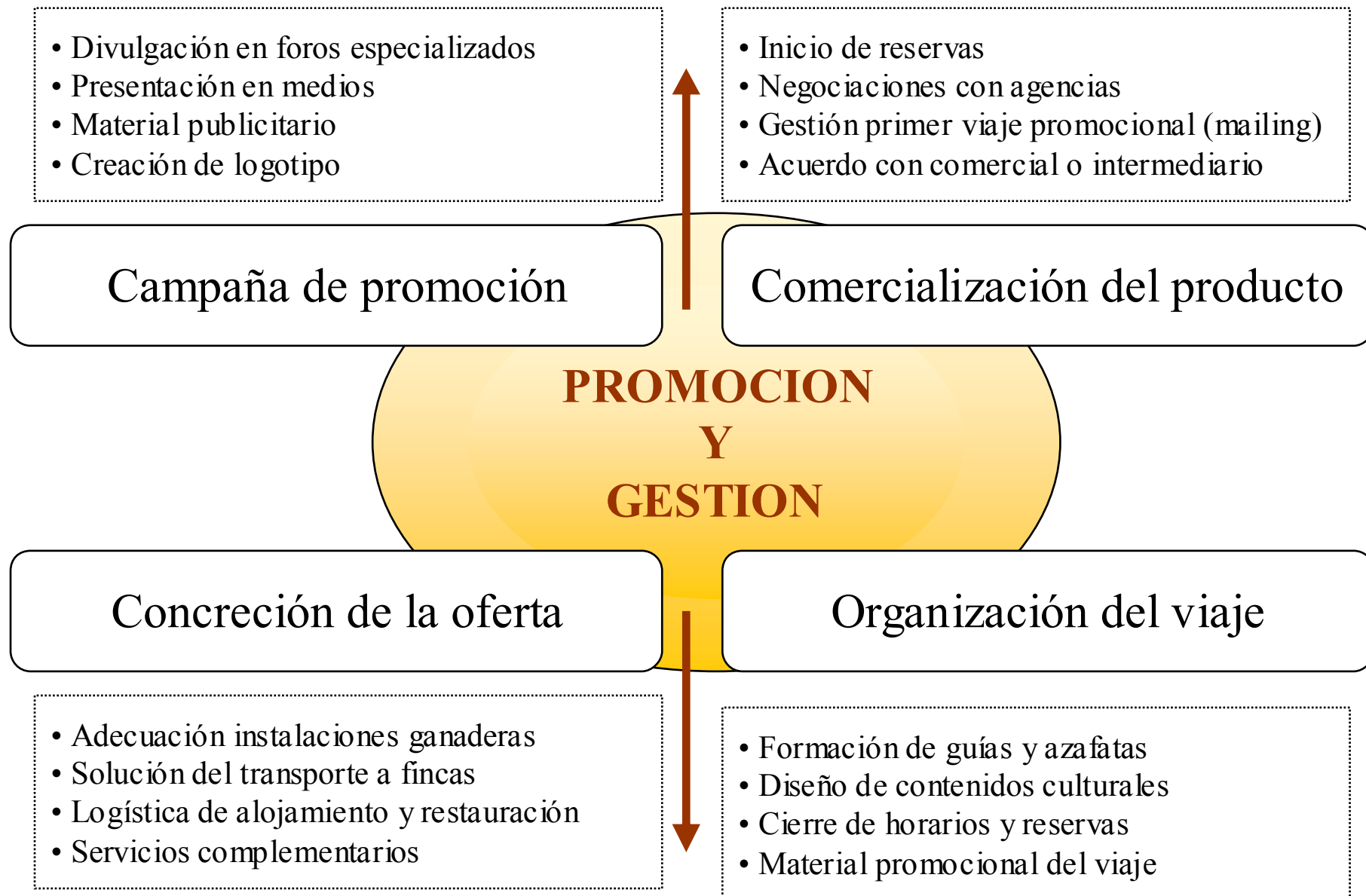
De Abono

y uno fuera de abono

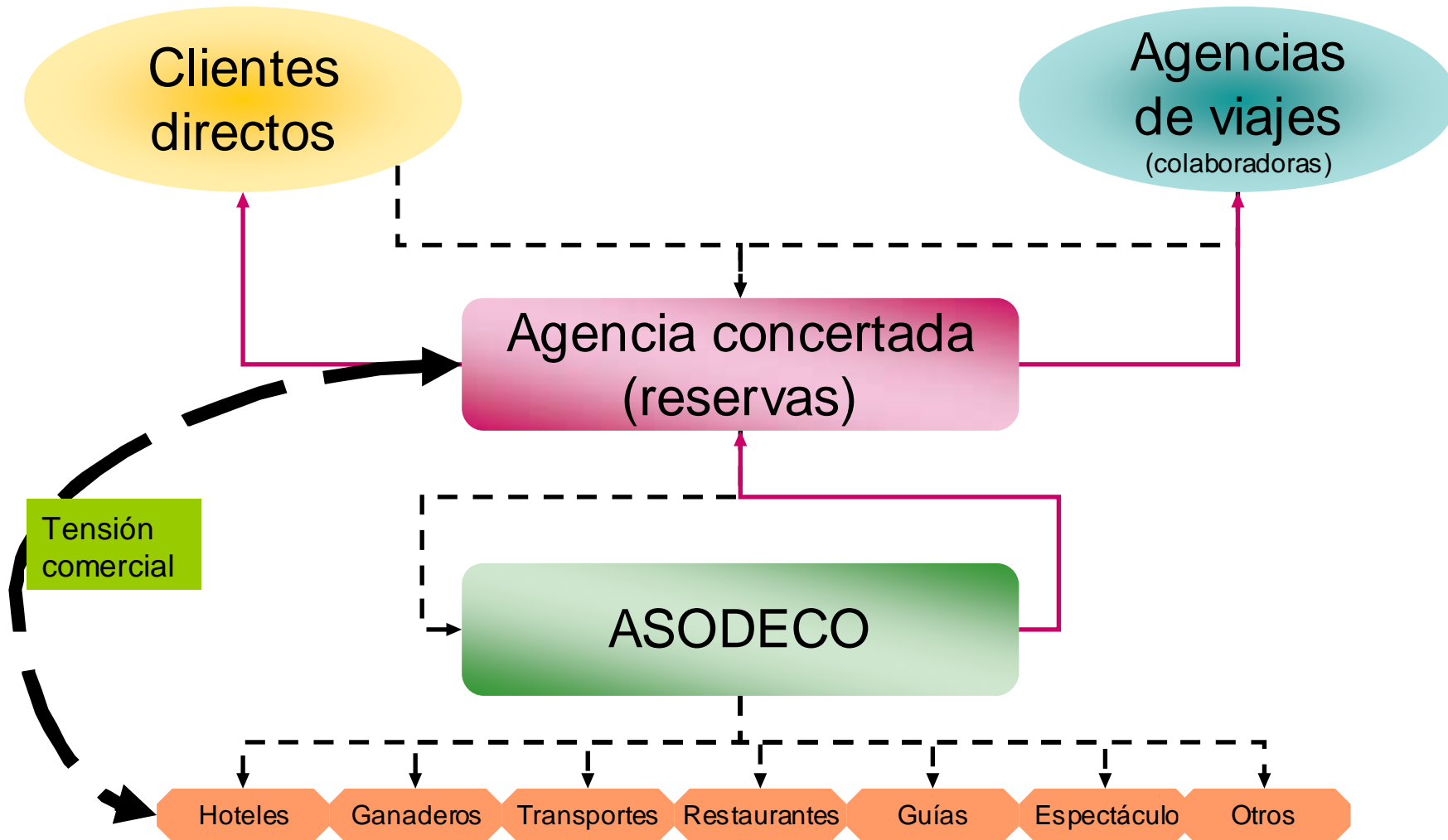
Durante los días  
28, 29, 30,  
1 y 2 de Mayo  
y 1 de Junio

# TREN TAURINO





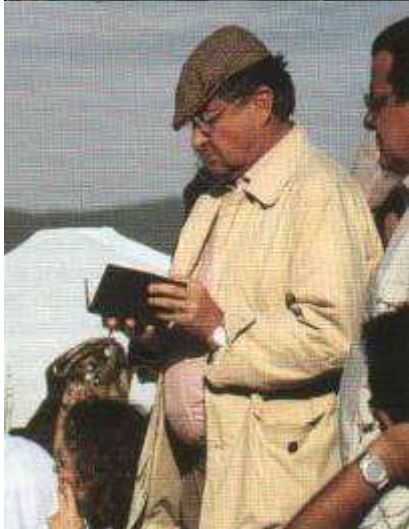
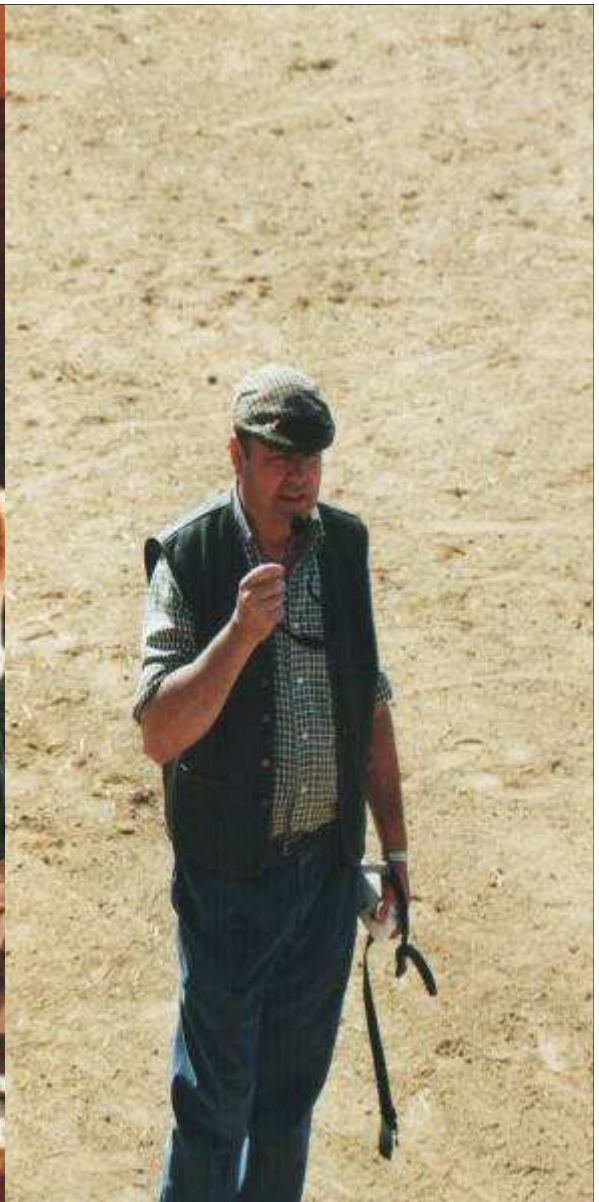
# ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNA





## Turismo rural en viaje programado para grupos





**Viaje cultural con atención personalizada de empresarios y guías**





**En contacto con la naturaleza y el medio rural**





**Para todas las edades, ambiente familiar**





## Confortabilidad en alojamientos rurales



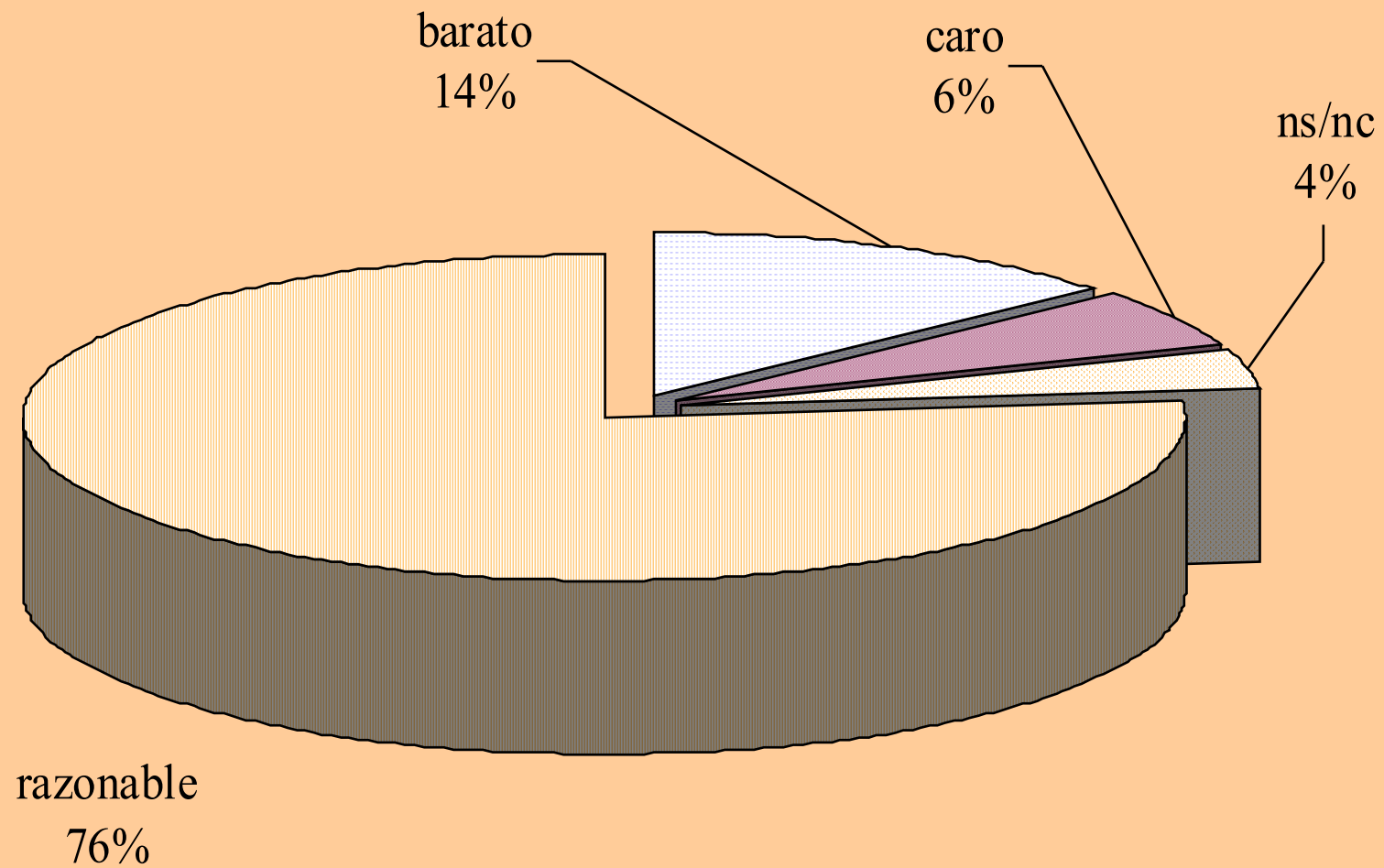


# El valor de un viaje TODO INCLUIDO





# Notable relación Calidad Precio



# Con garantías de calidad



## El ministro de Trabajo entregó el premio al tren del Condado

*El presidente de Diputación calificó en Madrid el galardón de «apoyo moral»*

LALY RAMOS • MADRID

El tren taurino del Condado recibió ayer en Madrid uno de los Premios a las 100 Mejores Ideas que cada año concede la revista Actualidad Económica, en la categoría de Viajes y Negocios. El galardón, que recogieron los responsables del proyecto de manos del ministro de Trabajo, Juan Carlos Aparicio, es un reconocimiento al trabajo de promoción turística de Asodeco en dar a conocer la comarca de El Condado a través de escapadas de fin de semana y por incentivar así la economía de la zona.

José Álvarez, alcalde de Santisteban del Puerto y presidente de

El presidente de la Diputación, Felipe López García, subrayó que



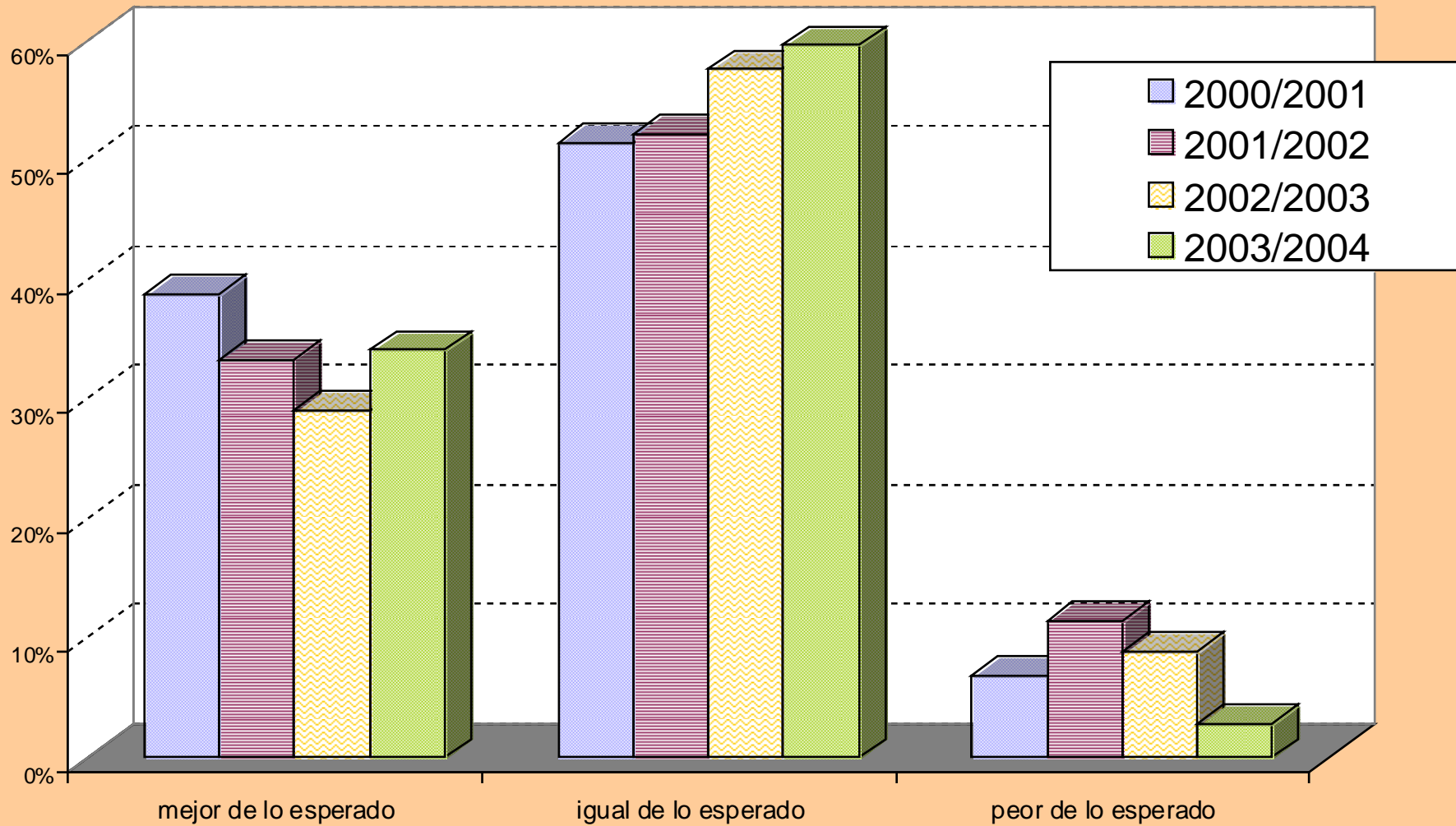


## Control de calidad

Como elemento imprescindible y obligado para los operadores locales, desde ASODECO se establece un control de calidad continuo con los viajeros sobre los servicios recibidos del conjunto de empresas participantes.

# PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD.

*Comparativa temporadas*



# Cuestiones sobre la comercialización

- Se trata de un producto de venta directa al viajero (consumidor) por lo que precisa de un **esfuerzo continuo de promoción** para permanecer en el mercado.
- Dado el precio reducido del paquete, el margen comercial resulta poco atractivo para la venta activa por parte de las agencias de viaje.
- El Tren El Condado, compite con ofertas de temporada baja de destinos maduros y con fuerte notoriedad.
- Se ha mantenido una mínima presencia multi-canal si bien la mayor notoriedad reside en la TV.
- El mercado de venta está concentrado en Madrid, habiéndose realizado tímidos intentos de expansión a otras zonas



# Evaluación de resultados

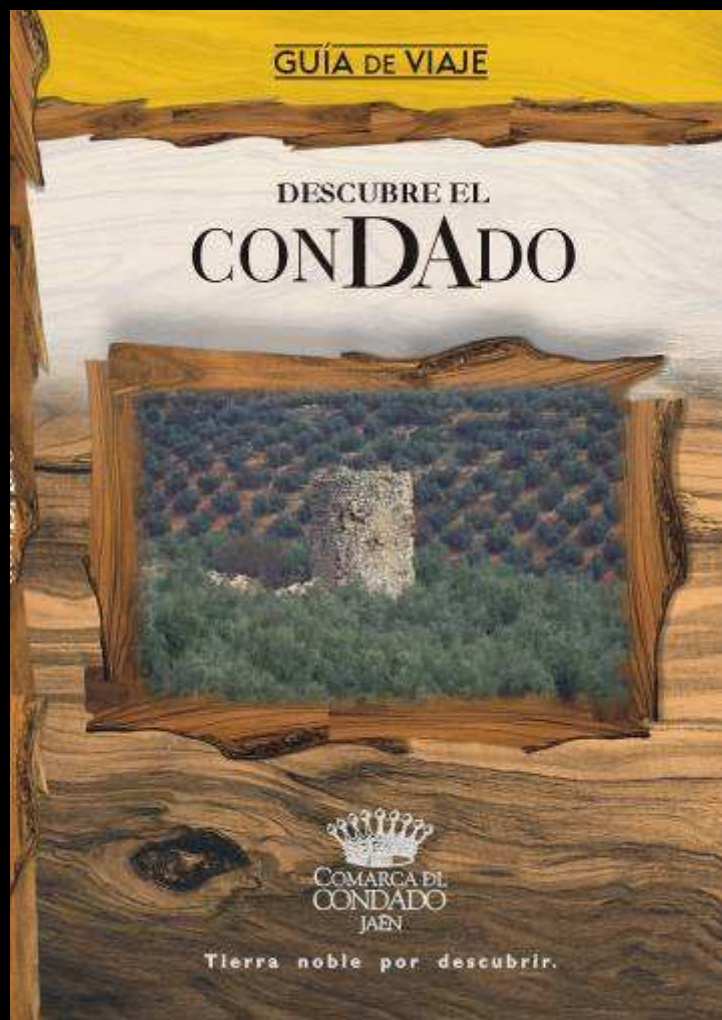
Experiencia muy positiva

```
graph TD; A[Experiencia muy positiva] --> B[Gran promoción de la comarca y el viaje]; A --> C[Repercusión directa en empresarios implicados];
```

Gran promoción  
de la comarca y  
el viaje

Repercusión  
directa en  
empresarios  
implicados





¡Más de 5000 personas!, se han acercado a la comarca en busca de la oferta turística.

# Balance

La valoración que ASODECO realiza del lanzamiento y comercialización del TREN EL CONDADO es **significativamente positiva**, por cuanto:

- Ha sido una magnífica plataforma de promoción de la comarca.
- Ha revitalizando la oferta turística de la zona, como consta con la aparición de nuevos negocios en el sector.
- Ha tenido una notable aceptación de los viajeros que lo han conocido directamente.
- Ha sido un ejemplo de cooperación y compromiso por la calidad.
- Se trata de un proyecto no cerrado a la comarca, y que puede todavía reformularse acorde con la oferta provincial del paraíso interior.

# El valor de la experiencia

- Más de dos años de preparación y diseño del producto.
- Desde octubre del 2000 está en el mercado, (temporadas de otoño a primavera).
- Buena aceptación de público y gran valoración del viaje (8,03 sobre 10 para el conjunto de servicios).
- Desde octubre del 2001 se amplía la red comercial (645 puntos de venta).
- Desde primavera del 2002 se abre la nueva línea del viaje a la carta y para empresas.
- Desde octubre del 2003 se mejora el programa de contenidos.
- En primavera del 2006 se decide parar la experiencia piloto, falta de compromiso de entidades públicas en promoción.
- La experiencia se sigue valorando como positiva en términos de dinamización y diversificación de la economía local.