

MÁSTER EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

*Plan de marketing para la creación de una oferta de turismo
rural de segunda residencia en Cincorres*

Trabajo Fin de Master (6 créditos)

Presentado por:

Alba Gisbert Tena

Dirigido por:

Andreu Blesa Pérez

NOVIEMBRE, 2014

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. INTRODUCCIÓN	6
3. TURISMO DE SEGUNDA RESIDENCIA	8
4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	10
4.1. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.....	10
4.2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO (PESTEL).....	19
4.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO.....	24
4.4. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES.....	26
5. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	33
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	36
6.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
6.2. PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO Y FICHA TÉCNICA.....	37
6.3. ANÁLISIS DE DATOS.....	39
6.3.1 Análisis de la muestra.....	40
6.3.1.1. Análisis sociodemográfico de los datos.....	40
6.3.1.2. Análisis del comportamiento y de las preferencias.....	44
6.3.2. Importancia de la distancia a recorrer para visitar Cincorres.....	50
6.3.3. Diferencias entre grupos en función de las preferencias.....	52
6.3.4. Qué precio están dispuestos a pagar y la influencia de la renta.....	58
6.4. CONCLUSIONES A PARTIR DE LOS RESULTADOS.....	61
7. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO	64
8. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING	66
9. POSICIONAMIENTO	68
10. DEFINICIÓN DE LOS PLANES DE ACCIÓN	69
10.1 DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA.....	69
10.2. DECISIONES DE PRECIO.....	80
10.3 DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN.....	85
10.4 DECISIONES DE COMUNICACIÓN.....	87
11. PLAN DE CONTROL	95
12. CRONOGRAMA	96
13. PRESUPUESTO	98
14. BIBLIOGRAFÍA	99
15. ANEXO: CUESTIONARIO	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1: Rutas BTT de Cincorres	14
Tabla 4.2: Rutas senderistas de Cincorres	15
Tabla 4.3: Espacios naturales protegidos de Cincorres	17
Tabla 4.4: Resumen del Análisis PESTEL.....	23
Tabla 4.5: Espacios naturales protegidos de Forcall	28
Tabla 4.6: Espacios naturales protegidos de Vilafranca del Cid	29
Tabla 4.7: Espacios naturales protegidos de Morella	31
Tabla 4.8: Puntos fuertes y débiles de los pueblos competidores.....	32
Tabla 5.1: Resumen del análisis DAFO.....	35
Tabla 6.1: Género	41
Tabla 6.2: Edad.....	41
Tabla 6.3: Ocupación	42
Tabla 6.4: Situación familiar	42
Tabla 6.5: Nivel de estudios superados.....	43
Tabla 6.6: Ingresos totales mensuales del hogar	43
Tabla 6.7: Nº de miembros del hogar	43
Tabla 6.8: Años que hace que visitan Cincorres en vacaciones	44
Tabla 6.9: Provincia de la localidad donde posee la primera residencia	45
Tabla 6.10: Forma de estancia	45
Tabla 6.11: Duración de las visitas por motivos vacacionales	46
Tabla 6.12: Frecuencia de las visitas a Cincorres los fines de semana	46
Tabla 6.13: Motivos que suponen un atractivo para visitar Cincorres	47
Tabla 6.14: Frecuencia con las que se realizan actividades	48
Tabla 6.15: Interés en poder realizar estas actividades en Cincorres	49
Tabla 6.16: Precio que estaría dispuesto a pagar por cada actividad.....	50
Tabla 6.18: Kilómetros * Frecuencia de las visitas	51
Tabla 6.19: Prueba Chi-cuadrado: Kilometros * Frecuencia de las visitas	51
Tabla 6.20: Interés en actividades según situación familiar	53
Tabla 6.21: Interés en actividades según género	55
Tabla 6.22: Interés en actividades para menores de 14a. según género.....	55
Tabla 6.23: Interés en actividades según tramo de edad	57
Tabla 6.24: Precio medio dispuesto a pagar por las actividades	59
Tabla 6.25: Precio medio a pagar por las actividades para menores de 14a. ...	59
Tabla 6.26: Precio medio según tramo de edad	60
Tabla 6.27: Características de las personas interesadas en cada actividad	62

1. RESUMEN EJECUTIVO

Cincorres es un pueblo pequeño situado en la comarca de Els Ports (Castellón). A pesar de sus escasos 459 habitantes empadronados, el pueblo llega a triplicar su población durante los meses de verano, cuando la localidad está más viva y activa que nunca gracias a aquellas personas que poseen en él una vivienda de segunda residencia. Dada la importancia de este tipo de habitantes para el municipio, se cree necesario que el ayuntamiento focalice su interés en las necesidades y preferencias de éstos, de forma que se pueda promover la activación del turismo de segunda residencia en Cincorres mediante nuevas actividades.

Para ello, en primer lugar, se ha llevado a cabo un análisis externo. En él se estudian los principales recursos turísticos de la localidad: paleontológicos, culturales, deportivos, gastronómicos, paisajísticos y festivos. También se realiza un análisis PESTEL que determina qué factores del entorno pueden afectar al sector del turismo de segunda residencia, entre ellos se destaca los diferentes planteamientos políticos, la crisis económica o la tradición española de poseer una segunda residencia. Además, se estudia el entorno competitivo a través de la comparación de los recursos del municipio con los de sus localidades cercanas más competitivas (Forcall, Morella y Vilafranca del Cid) y mediante el modelo de las cinco fuerzas competitivas de PORTER en el que se destaca una alta amenaza de nuevos competidores y de productos sustitutivos, un poder medio de negociación de los proveedores, un bajo poder de negociación de los clientes y una escasa rivalidad entre competidores.

Estos aspectos externos son volcados al DAFO calificándolos como oportunidades o amenazas, y añadiendo las principales fortalezas y oportunidades de Cincorres, ya que el municipio posee puntos fuertes como la posesión de recursos paleontológicos o un gran valor paisajístico, pero la falta de actividades que dinamicen el municipio actuará como un gran punto débil.

Por otro lado, se ha realizado una investigación con el fin principal de identificar las preferencias de los turistas de segunda residencia de Cincorres en cuanto a qué posibles actividades realizar en su tiempo libre en el municipio. Tras el

análisis de las respuestas de los encuestados se decide la cartera de servicios que serán ofrecidos en la localidad. Ésta constará de actividades de aventura (excursión senderista con guía sobre avifauna, excursión senderista con safari fotográfico, visita guiada a las Cuevas del Bovalar y vueltas en Quad), actividad gastronómica (menú degustación “El porc a Els Ports”) y actividades para niños de entre 3 y 14 años (cursos de natación, yincanas y taller de manualidades).

Cada uno de estos packs de actividades irá dirigido a un público objetivo distinto (personas entre 14 y 44 años, turismo de segunda residencia en general o padres/madres de hijos de entre 3 y 14 años) y se intentará transmitir siempre Cinctorres como pueblo divertido, ya que éste es el posicionamiento que se pretenderá alcanzar.

Mediante acciones concretas y definidas, y siguiendo unas estrategias de diferenciación y de desarrollo de producto, se intentará alcanzar los objetivos de marketing del plan, los cuales se centran en la consecución de cierto número de inscripciones o en la satisfacción de los clientes.

Para la fijación de los precios de la cartera de actividades anteriormente nombrada, se tendrá en cuenta el precio dispuesto a pagar por su público objetivo y se intentará cubrir los costes de cada actividad. Éstas serán ofrecidas a los consumidores mediante un canal directo de distribución.

También se ha desarrollado un plan comunicacional basándose en acciones de publicidad (folletos, carteles, bandos municipales, radio y televisión comarcal), promoción de ventas (descuentos y regalos), marketing directo y online (emails, página web y redes sociales) y marketing experiencial (experiencia gastronómica). Además, cada pack de actividades será identificado bajo una marca distinta, siguiendo una estrategia de marca mixta a través de la utilización de una marca genérica (Cinctorres) con un complemento propio para cada producto (*aventura, gastronòmic, per als xiquets*).

Finalmente, se ha llevado a cabo el plan de control de los objetivos marcados, de forma que se pueda vigilar la consecución de los mismos, el cronograma con el que visualizar cuándo se llevarán a cabo las distintas acciones y el presupuesto final de la realización de este plan.

2. INTRODUCCIÓN

Cinctorres es un municipio situado a la parte más septentrional de la Comunidad Valenciana (España). Pertenece a la provincia de Castellón, concretamente a la comarca de Els Ports, con una ubicación técnica de 40° 35'N 0° 13'O.

Se trata de un pueblo pequeño y acogedor, con 459 habitantes empadronados (Argos, 2013), quienes se localizan principalmente en el casco urbano de la población. El municipio cuenta con varios tipos de establecimientos para satisfacer las necesidades de sus habitantes y de aquellas personas que visiten el pueblo: dos tiendas de alimentación, una carnicería, una pescadería, tres bares, un pub, un hotel-restaurante, un banco y una farmacia. También encontramos diversos negocios de fontanería, electricidad, carpintería, ganadería, agricultura y construcción.

Cabe destacar que se trata de un pueblo muy dinámico, gracias a las ganas y la voluntad de sus ciudadanos, en los últimos años se ha formado un equipo de fútbol y una banda de música. Además, cuenta con diversas asociaciones culturales, de mujeres, deportivas o de jubilados, entre otras. Además, se trata de un municipio muy participativo, en el cual sus habitantes se involucran en la elaboración de todo tipo de actos, sobre todo los festivos.

Pero Cinctorres no lo forman únicamente los habitantes que viven en él los 365 días del año, sino que también hay que tener en cuenta a todas aquellas personas que llenan el municipio los fines de semana, los puentes, los festivos, los periodos vacacionales y el verano. Es decir, para Cinctorres son imprescindibles todas aquellas personas que, sean nacidos en el pueblo o no, poseen una segunda residencia en el municipio y no dudan en disfrutar de él cuando se les presenta la oportunidad. En estas fechas y gracias a estas personas, la población aumenta considerablemente, llegando a triplicar su



número de habitantes en el mes de agosto, sobre todo en sus fiestas mayores en honor a la Virgen de Gracia, patrona de Cincorres. Estos datos son los que justifican que el pueblo deba poner gran hincapié en el cuidado y el apoyo al turismo de segunda residencia.

Este tipo de turismo es fundamental para la vida del municipio ya que le aporta vitalidad, vivacidad y una fuente de ingresos importante. Teniendo en cuenta estas cuestiones, es necesario saber gestionarlo y fomentarlo correctamente. Por tanto, un plan de marketing concreto para este tipo de turismo, es decir, para el turismo rural de segunda residencia, puede ser de gran ayuda para que el municipio lo promueva de la mejor manera posible, es decir, centrándose en las necesidades y las preferencias de este tipo de turistas.

En consecuencia, el objetivo general de este plan es principalmente promover la activación del turismo de segunda residencia en Cincorres ya que, como se ha subrayado anteriormente, aporta muchísimo al municipio. Por tanto, se tendrá como finalidad, aumentar el consumo de recursos turísticos por aquellas personas que disfrutan Cincorres en sus vacaciones aprovechando que poseen su segunda residencia allí.

Concretamente, con el plan se pretende la consecución de una serie de objetivos específicos. En primer lugar, analizar los recursos turísticos adecuados para este tipo de personas. Cincorres posee gran diversidad de recursos turísticos: paleontológicos, culturales, deportivos, gastronómicos, de naturaleza y festivos, pero ¿cuáles son los preferidos por los turistas de segunda residencia? Por otro lado, en segundo lugar, configurar una oferta turística no estacional, ya que la mayoría de estos visitantes solo visita el municipio cuando se trata de un periodo vacacional largo o, incluso muchos de ellos, únicamente en el mes de agosto. Se buscare realizar algunas actividades que estén activas cualquier fin de semana corriente del año. En tercer lugar, se tratará aumentar el consumo de estos recursos turísticos, esto es, que incremente el número de ocasiones en que el turista utilice un recurso. Y, por último, se buscará la creación de empleo en el municipio, tanto empleo directo como indirecto.

3. TURISMO DE SEGUNDA RESIDENCIA

El turismo de segunda residencia o turismo residencial, es un concepto que lleva adherido mucha controversia. En primer lugar, se debe saber contestar a una gran pregunta, la cual también conlleva un gran conflicto: ¿Quiénes han de ser considerados turistas? Para dar respuesta a esta interrogación es necesario dirigirse a la definición de turismo dada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), y ésta es la siguiente: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio”

En cuanto al turismo de segunda residencia una de las definiciones más nombradas por la literatura en relación a este concepto es la que dio Fernando Herrera Romero en 1997, la cual decía que el turismo residencial “es la modalidad particular del turismo que se caracteriza por un pronunciado conjunto de relaciones y fenómenos que se suscitan por el desplazamiento voluntario y periódico, de su lugar de residencia habitual hacia una residencia secundaria por un motivo de descanso y recreación”.

Para resolver el gran enigma que se plantea en cuanto a si el turismo de segunda residencia puede ser considerado un tipo de turismo, hay que comprobar si este cumple con las condiciones que expone la OMT. Para poder ser valorado como turismo la estancia tiene que ser inferior a 12 meses consecutivos y el principal motivo de la visita deben ser el ocio y las vacaciones. Estos requisitos son perfectamente cumplidos por el turismo residencial, sin embargo el conflicto surge con lo que se entiende por entorno habitual, ya que la OMT no concreta una definición al respecto. Los únicos criterios dados para que un entorno sea considerado habitual son que debe haber:

- a) Una distancia mínima recorrida para considerar a una persona como visitante.

- b)** Una duración mínima de ausencia del lugar de residencia habitual.
- c)** Un cambio de localidad o de unidad territorial administrativa mínima.

Y aunque estos criterios que se plantean pueden considerarse bastante escasos ya que no especifican a qué duración, distancia y estacionalidad hacen referencia, el objetivo de este concepto no es más que el de evitar que se consideren turistas a las personas que realizan desplazamientos cotidianos o semanales entre su domicilio y el centro de trabajo o de estudio, u otros lugares frecuentados asiduamente.

Por tanto, tras este pequeño análisis del concepto y dejando de lado la polémica que ha habido, hay y habrá al respecto, consideraremos a partir de ahora en dicho proyecto el turismo residencial o turismo de segunda residencia como una modalidad más de turismo.

A continuación, creemos necesario destacar otra definición clara de este concepto que expresa el mexicano Daniel Hiernaux-Nicolás (2005) y que nos parece realmente útil e interesante: “el turismo de segundas residencias es aquel por el cual las personas acuden a un destino o una localidad que no es forzosamente turística per se, donde tienen la posesión por compra, renta o préstamo de un inmueble en el cual pernoctan y realizan actividades de ocio y esparcimiento”

Por tanto, de esta definición también se debe destacar que no únicamente consideraremos turistas de segunda residencia a aquellos que posean una vivienda en propiedad, sino también tendremos en cuenta a los que alquilen la vivienda o aprovechen la oportunidad de préstamo por parte de un familiar o amigo.

Y aunque, por regla general, el motivo de visita de los turistas de segunda residencia suele ser el ocio y las vacaciones también se deben tener en cuenta otros motivos similares recogidos en la definición de turista como pueden ser las visitas a amigos y familiares.

4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

4.1. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Cincorres es un municipio con una oferta turística muy diversificada, en el cual se pueden realizar un gran abanico de actividades para todo tipo de personas. A continuación, se va a realizar un análisis de los recursos turísticos que el pueblo ofrece, clasificándolos dentro del tipo de turismo al que correspondan.

Turismo paleontológico

El parque cultural Dinomania es uno de los principales activos de más potencialidad turística de Cincorres.

A través del descubrimiento, en 1998, de unos huesos fosilizados de grandes dimensiones en territorio cincorrano, por el geólogo de la localidad Ramón Ortí, se comenzaron, en 2002, una serie de excavaciones paleontológicas que dieron lugar al yacimiento Ana, actualmente conocido en el sector geológico y en el cual han sido recuperados más de 500 fósiles.

Años más tarde con la exposición “Ana, un jaciment viu” se trató de configurar un producto turístico singular donde potencializar un recurso tan importante, poniendo en marcha el Parque Natural



Dinomania. En la actualidad, todas las personas interesadas pueden visitar el yacimiento y conocer cómo se trabaja en un yacimiento paleontológico de dichas características. También podrán visualizar una reconstrucción de cómo era la localidad de Cincorres en el Cretácico Inferior y se le mostrará el mundo de la investigación de los fósiles de dinosaurio. Visitando el museo paleontológico del municipio se pueden ver los huesos encontrados y disfrutar del mundo de los dinosaurios.

Turismo cultural

Cincorres cuenta con diversos monumentos en su término, y sobre todo en su casco urbano, que forman su conjunto histórico. A continuación se comentan los más relevantes:

Palacio de Sant Joans. Edificio civil nobiliario de estilo aragonés situado en el centro del municipio, concretamente en la *Plaça Vella*. Perteneció a la familia de Sant Joan, de quien procede el nombre de esta casa palaciega. El origen data en el siglo XV, aunque su estructura actual es del s.XVII. Cabe destacar la buena conservación externa del edificio, su fachada de piedra con alerón de madera, los escudos heráldicos en policromía que se encuentran en el interior, el pavimento y las paredes repletas de cerámica zoo-mórfica y las escaleras de madera trabajada.



Iglesia de Sant Pere Apòstol. Se trata de una iglesia de estilo barroco tardío en transición al neoclásico, construida entre 1763 y 1782. Es un templo de tres naves a la misma altura con iluminación lateral. Presenta tres tramos con un crucero rematado por una alta cúpula con tambor y presbiterio con sendas capillas. La nave central, de cuatro tramos, se cubre con vuelta de cañón y las naves laterales con vueltas de arista. La fachada posee un perfil mixtilíneo flanqueado por dos torres de base cuadrada y campanarios octogonales, la cual la hace especialmente interesante.



Ayuntamiento. Conocido popularmente como "Casa de la Vila" posee la misma estructura que se le dio en sus orígenes en los siglos XV y XVI. Su conjunto arquitectónico muestra un claro



ejemplo de la arquitectura del gótico civil, donde se puede contemplar también la prisión y un retablo del siglo XV, dedicado a Sant Pere y actualmente restaurado.

Oficina de turismo. El edificio en el que, en la actualidad, reside la oficina de turismo de Cincorres, también es utilizado como sala de exposiciones temporales. Se trata de lo que antiguamente fue el Granero Municipal y, más tarde, un matadero restaurado.



Peirón de la plaza Nueva. Las cruces de término, conocidas como “peirons” en la comarca de Els Ports, eran habituales en las tierras norteñas de la Comunidad Valenciana en los siglos XIV y XV. Actualmente, y tras ser restaurado, este es el único Peiró que se conserva en Cincorres.



Museo de la faja. Cincorres siempre ha sido el pueblo de los “faixeros”. Este era el nombre que recibían los hombres del pueblo que iban vendiendo fajas por toda la península y el norte de África. Las fajas se tejían en las fábricas y en casi todas las casas del pueblo, por eso en homenaje a esto, en el año 2007, el municipio inauguró un museo al respecto.



Ermita de Sant Lluís. Dentro del recinto urbano se encuentra esta ermita bajo la advocación de Sant Lluís Beltrán, santo valenciano beatificado en 1608 y canonizado en 1671. Sus orígenes datan del siglo XVII y fue restaurada completamente en 1984.



Ermita de La Mare de Déu de Gràcia. Ermita acabada en el año 1875 y construida sobre otra que fue levantada en 1589, la cual presenta una imagen similar a la de una iglesia. Está situada a dos kilómetros de la población y tiene un especial valor para el municipio, ya que *La Mare de Dèu de Gràcia* es la patrona de Cincorres.



Ermita de Sant Marc. Ermita de 1570 y recientemente restaurada. Situada a dos kilómetros del casco urbano y donde se pueden observar arcos de diafragma góticos y arcos de medio punto.



Ermita de Sant Pere. Localizada a tres kilómetros al sur de Cincorres, la ermita de *Sant Pere Màrtir* fue construida a principio del siglo XVIII y restaurada a finales del siglo pasado. Al lado de esta ermita, se encuentra la *Torre de Navalles*, una torre medieval defensiva todavía bien conservada.



Turismo deportivo

En el ámbito deportivo, Cincorres posee diversas instalaciones donde realizar ejercicio. Por un lado, el pueblo cuenta con un polideportivo municipal con zona recreativa con jardines, pista de futbito, frontón, squash, parque infantil y bar. Por otro lado, también dispone de una piscina exterior para disfrutar en los meses de verano, remodelada el pasado 2010, y una piscina climatizada con jacuzzi, cañones de agua, solárium, baño turco y diversas máquinas para hacer deporte. Además, en esta piscina se llevan a cabo cursillos de natación para niños y para adultos y clases de aquagym-aquafitness durante el invierno.



También cabe destacar que el municipio cuenta con un campo de fútbol llamado “Pla del Mig Ull” en muy buen estado y con césped natural, donde disputa sus partidos el equipo de fútbol de 1ª regional



Club Esportiu Cincorrà. Además, el municipio posee un coto de caza y una asociación de cazadores, que practican este deporte durante unos meses al año.

En Cincorres también se puede realizar senderismo o bicicleta de montaña, disponiendo el pueblo de rutas para ambos deportes.

El centro BTT (Bicicleta Todo Terreno) de la comarca “Els Ports” está en la Fábrica Giner en Morella, pero existen diferentes puntos de partida en otras localidades cercanas como son Zorita, Forcall, Cincorres y Portell. Concretamente, desde el punto de información de Cincorres se pueden realizar las siguientes rutas con diversos niveles de dificultad, distancias y desniveles:

Tabla 4.1: Rutas BTT de Cincorres

	Dificultad	Distancia	Tiempo	Desnivel
Ruta 29: Els dinosaures d'Ana	Muy fácil	4,1 km	20'	76 m
Ruta 32: El tossal de Montargull	Difícil	8,7 km	1h 05'	260 m
Ruta 33: El Camí dels Bassis	Difícil	13,7 km	2h 10'	492 m
Ruta 34: De Cincorres a la Rambla Celumbres	Difícil	31,2 km	3h 50'	1.077 m
Ruta 36: La Roca Parda	Difícil	43,4 km	5h	1.463 m
Ruta 35: La Roca Roja	Difícil	49,4 km	5h 30'	1.684 m
Ruta 31: Cantallops	Muy difícil	8,8 km	1h 05'	292 m
Ruta 30: La Vall del Caldes	Muy difícil	40'2 km	4h 30'	1.040 m
Ruta 37: Castellfort	Muy difícil	52,3 km	6h	1.648 m

Además, para realizar senderismo Cincorres posee un total de siete rutas planificadas y marcadas para hacer deporte a la vez que disfrutar del entorno y el paisaje del municipio. A continuación, observamos la salida y la llegada de cada ruta, junto a su distancia y tiempo:

Tabla 4.2: Rutas senderistas de Cincorres

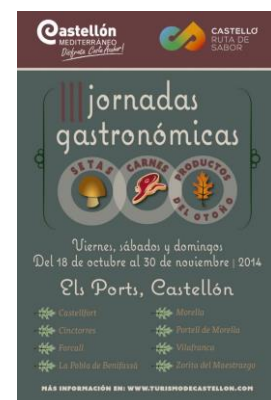
	Distancia	Tiempo
PR-CV-118: Cincorres – Sant Cristofol	5.870 m	2h 04'
PR-CV-119: Cincorres – Coll de Canteret	7.900 m	2h 22'
PR-CV-308: Cincorres - Castellfort	5.770 m	2h 36'
SL-CV-36: Cincorres - Cincorres	9.600 m	4h 10'
SL-CV-35: Cincorres - Cincorres	9.700 m	3h 45'
SL-CV-34: Cincorres - Portell	7.500 m	3h 25'
SL-CV-33: Cincorres - Cincorres	8.800 m	3h 10'

Cabe destacar que en la actualidad, Cincorres posee también un club de montaña “Club de muntanya La Roca Parda” el cual organiza marchas senderistas y carreras competitivas.

Turismo gastronómico

En cuanto a turismo gastronómico cabe mencionar que Cincorres posee tres bares (Bar Salvador, Bar el Chiringuito y Bar de Baix), un pub (Paf Ring) y un restaurante (El Faixero). Es costumbre en el municipio ir a tomar el “vermut” a los distintos bares o salir a cenar los domingos por la noche.

En especial, es necesario destacar el papel de “El faixero” para el turismo del municipio, tanto para el turismo en general como para el de segunda residencia, siendo de gran valor que un pueblo tan pequeño posea un hotel/restaurante de dichas características. Con 30 años de experiencia en los fogones, “El Faixero” ofrece una variada carta en la que se encuentran sabores y recetas tradicionales con las nuevas tendencias gastronómicas. En la actualidad, el restaurante está participando en las III Jornadas gastronómicas de Setas, Carnes y Productos del Otoño, que tienen lugar los



fin de semana del 18 de octubre al 30 de noviembre de 2014 en distintos municipios de la provincia de Els Ports (Prensa Diputación de Castellón, 2014).

Turismo de naturaleza

Es considerado de gran interés turístico los espacios naturales protegidos que posee el municipio como son la Zona de Especial Protección de Aves (ZEPA del Alt Maestrat) y el Paraje Natural de la Rambla Celumbres.

La **Rambla Celumbres**, es un paraje natural que Cincorres comparte con otros municipios de la comarca Els Ports como son Castellfort y Portell. En este paraje destacan la Roca Parda y la Roca Roja, abunda la cabra hispánica y el buitre leonado y se caracteriza por ser muy rico en plantas endémicas.



Como se ha comentado, Cincorres cuenta con una gran riqueza en la avifauna, motivo por el que fue declarado **zona ZEPA** en el año 2009. El municipio ha querido desarrollar un proyecto para conservar y promocionar la avifauna, en el cual se han realizado diferentes actuaciones como son el estudio científico de las aves, la elaboración de una guía donde están representadas las aves resultantes del estudio y la instalación de **observatorios de aves** para que los turistas o las personas interesadas puedan disfrutar de la avifauna del municipio. En los observatorios encontramos un abrevadero para las aves, un panel explicativo de las especies, y los observatorios de madera para observarlas. Los observatorios de aves están situados en la zona recreativa de La Mare de Déu de Gracia, en la ermita de Sant Marc, en la Roca Parda y en la Torre dels Moros.

Otro recurso de interés turístico dentro de esta categoría, y especialmente dentro del punto de vista ecológico, son las **cuevas del Bovalar**, situadas en el monte Bovalar de Cincorres, es decir, en las cotas más altas del término con 1259 metros. Se trata de una cueva grande en la que se necesitan dos horas para poder recorrerla y en algunas zonas se tiene que gatear para poder continuar.

Para finalizar, se muestra una tabla resumen de los espacios naturales protegidos dentro del término municipal de Cinctorres (Argos, 2014).

Tabla 4.3: Espacios naturales protegidos de Cinctorres

Figuras de protección	Abreviatura	Superficie (ha)	% de Superficie protegida
Zona de especial protección para las aves	ZEPA	3.501,89	100
Lugar de Interés comunitario	LIC	2.838,38	81,05
Paraje natural municipal	PNM	134,13	3,83
Microreserva	Mcr	3,75	0,11

Turismo festivo

En Cinctorres se celebran distintas fiestas durante todo el año. Una de las más importantes es la que se festeja el último fin de semana de enero o primero de febrero, la fiesta de **Sant Antoni**. Es una de las fiestas más tradicionales del pueblo en la que se va a por leña al monte, se monta la *barraca*, se realiza el popular arrastre de leña con las caballerías, se representa la vida del santo a través de una obra de teatro en valenciano, se enciende la *barraca*, se bendicen los animales obsequiando a sus dueños con una “coqueta” y aguardiente, y finalmente tiene lugar una orquesta gratuita en el local de fiestas del pueblo.



También son típicas de Cinctorres las **romerías** a *Sant Marc* (tercer fin de semana de abril), a *Sant Pere* (cuarto fin de semana de abril), a Sant Cristòfol (segundo sábado de mayo) y a *La Mare de Deu de Gràcia* (día siguiente a la romería a *Sant Cristòfol*). Las romerías se realizan para bendecir los términos y pedir agua. La gente va andando en procesión hasta llegar a la ermita, allí se hace una misa, se bendicen los términos, y se recoge una *prima*.

El último fin de semana de junio también son días de fiesta en Cinctorres para conmemorar al patrón del pueblo, **Sant Pere**. En esta fiesta se baila la danza tradicional del pueblo al sonido de las gaitas y con los trajes típicos.

Posteriormente, se cena por cuadrillas en el local de fiestas un menú degustación de tapas para después bailar al ritmo de un trio musical.

Por último, cabe destacar que la última semana de agosto tienen lugar las **fiestas patronales** en honor a *La Mare de Dèu de Gràcia*. Durante estos días hay actividades para todos los gustos: actos taurinos, orquestas y discómóviles, cenas en cuadrillas, actos religiosos, actividades para niños, yincanas o actuaciones de la banda y la charanga, entre otras.

4.2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO (PESTEL)

Para identificar aquellos factores del entorno que afectan al turismo rural de segunda residencia se va a llevar a cabo un análisis PESTEL del macroentorno, examinando los principales factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que tendrán repercusión sobre este tipo de turismo.

Factores políticos

- La **diferencia en los planteamientos políticos** que existen en las distintas administraciones que se ven implicadas en el desarrollo de actividades relacionadas con este tipo de turismo puede resultar una amenaza para el sector. Nos encontramos con una estructura jerarquizada (estado, autonomía, provincia y municipio) donde en diferentes eslabones pueden estar al poder distintos partidos políticos, y existe la posibilidad que las administraciones superiores favorezcan a las inferiores gobernadas por el mismo partido, saliendo, por tanto, perjudicadas las que no lo son. En el caso concreto de Cinctorres, el municipio es gobernado por el PSOE, partido diferente al del resto de eslabones superiores (PP). Por tanto, la discrepancia de opiniones y planteamientos entre unos y otros podrían influir en que el pueblo en algunas ocasiones no se viera beneficiado en ciertos aspectos, como por ejemplo en las ayudas o subvenciones.

Factores económicos:

- La **crisis económica-financiera** en la que está inmersa España desde el 2007 ha dejado a los ciudadanos españoles en una situación complicada. Tal y como indica el INE, se finalizó el año 2013 con una tasa de desempleo del 26'03% y con una renta per cápita que no ha dejado de caer desde el 2007 (Periódico ABC, 2013). Esto se traduce a una situación más precaria para las familias españolas (Cabrera, 2013), las cuales se pueden ver en la situación de eliminar viviendas, para reducir gastos afectando así al turismo de segunda residencia. Por ejemplo, una persona interesada en comprarse una casa en Cinctorres puede estar atravesando una situación económica

complicada y verse hundidos sus planes debido a no tener posibilidades de pagarla.

Otra consecuencia de la crisis económica que afecta al país es el aumento de afluencia de personas que han sufrido las pequeñas localidades en festivos o periodos vacacionales, ya que las familias españolas están optando por **alargar su estancia en sus lugares de procedencia** y reducir así el número de viajes realizados al año. Sobre todo, han aumentado las visitas a las fiestas populares de los pueblos, las cuales se están viendo muy beneficiadas por esta situación (Valero, 2012).

- **Disminución de la concesión de hipotecas.** Según los datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística, 14.704 hipotecas fueron constituidas sobre viviendas en octubre de 2013, un 23'3% menos de las registradas en el mismo mes del año anterior. Por tanto, se está hablando de la cifra total de hipotecas sobre viviendas más baja de los últimos 20 años (InfoLibre,2013). Esto puede suponer una grave amenaza para el turismo de segunda residencia, ya que la no concesión de préstamos puede suponer una disminución de compras de viviendas, a causa de que menos personas tendrán suficiente solvencia económica para adquirir una segunda residencia.
- **Subida del IVA.** A partir del 1 de septiembre de 2012, el tipo reducido aplicable a la construcción de viviendas, pasó de un 8% a un 10%. Aspecto que también influye en la construcción de una segunda residencia.

Factores sociales:

- **España tercer país con más segundas residencias.** Según una encuesta del Banco Central Europeo, los españoles son los europeos que tienen más casas para sus vacaciones. En concreto, el 36'2% de los hogares españoles cuentan con otra residencia, superando únicamente este porcentaje Chipre, con el 51'6%, y Grecia, con el 37'9%.

- **Los beneficios de jugar al aire libre para los niños.** Tanto pediatras como psicólogos infantiles hacen especial énfasis en la importancia que tiene para los pequeños de la casa pasar tiempo y jugar al aire libre. Los beneficios son múltiples: autonomía, creatividad, relaciones sociales y ejercicio. Pero conseguir pasar este tiempo fuera de casa es más complicado para los niños de ciudad, porque a la falta de tiempo de los padres y el abuso de actividades sedentarias se les suman la ausencia de suficientes espacios verdes como parques y áreas recreativas, adaptadas a los pequeños (Mariscal, 2012). Esto podría representarse como una oportunidad para el turismo rural de segunda residencia, ya que en los periodos vacacionales, los niños en los pueblos pequeños cuentan con mayor libertad, pudiendo salir a pasar tiempo al aire libre sin ser acompañados de sus padres a una edad mucho más temprana.

Factores tecnológicos:

- El gran **avance de las TIC**, Tecnologías de la Información y la Comunicación, ha permitido un gran desarrollo de la telefonía móvil o de la red online. Actualmente, las principales compañías de telefonía han ampliado su cobertura en zonas de interior o pequeños municipios donde antiguamente el hecho de comunicarse por estas vías era prácticamente imposible. Además, redes como guifi.net ofrecen, a los municipios que la instalen, la posibilidad de conectarse a la red de forma pública, abierta, libre y gratuita, otorgando mayor comodidad a municipios como Cinctorres.

Factores ecológicos:

- El Alto Maestrazgo cuenta como **Lugar de Interés Comunitario (LIC)** en la directiva 92/43/CEE de los estados miembros de la Unión Europea. Los LIC son aquellos ecosistemas protegidos para contribuir a garantizar la biodiversidad mediante la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres en el territorio. Estos lugares, seleccionados por los diferentes países en función de un estudio científico, pasarán a formar parte de las Zonas Especiales de Conservación, que se integran en la Red Natura 2000 europea. En España, la ley que ampara esto es la 42/2007, de 13 de

diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, y el código que identifica el LIC del Alto Maestrazgo es el ES5223002.

- El Alto Maestrazgo también está considerado zona ZEPA, es decir, **Zona de Especial Protección para las Aves**, las cuales son designadas según la Directiva 2009/147/CE relativa a la conservación de las aves silvestres, y forman parte de la Red Natura 2000 automáticamente. El objetivo de esta directiva es asegurar la protección eficaz de todas las aves que vivan en estado silvestre a los estados miembros, a través de la protección, la conservación, la restauración y la creación de hábitats necesarios para que sus poblaciones puedan persistir a lo largo del tiempo, así como mediante la regulación de las prácticas de captura y comercio de aquellas especies que tradicionalmente hayan sido consideradas como cinegéticas.
- También cabe destacar que según la ley 11/1994 de 27 de diciembre de la Generalitat Valenciana, Cincorres, Portell de Morella y Castellfort poseen uno de los 20 PNM de la provincia de Castellón, el **Paraje Natural Municipal de la Rambla Celumbres**. Éstos son espacios protegidos donde sólo se admitirán los usos y actividades que sean compatibles con sus recursos y valores. El espacio natural Rambla Celumbres será gestionado por los propios ayuntamientos, albergando indudables valores ecológicos, paisajísticos, histórico-culturales, y relacionados con los usos recreativos y de esparcimiento, que justifican su protección.

Factores legales:

- En la Comunidad Valenciana es la **ley 3/1998**, de 21 de mayo, la que regula el Turismo. Esta ley tiene por objeto regular la promoción y ordenación de la actividad turística, establecer los principios generales del desarrollo y fomento del turismo sostenible, determinar las líneas básicas del municipio turístico y de las bases de ordenación de los espacios turísticos, así como establecer el régimen sancionador aplicable a la materia y la organización de la administración turística de la Comunidad Valenciana.

- En cuanto a las competencias municipales en materia de turismo, según el artículo 25 de la **ley 7/1985**, el municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover actividades y prestar los servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal en las materias que enumera esta ley, de la que destacamos la promoción de la actividad turística de interés y ámbito local o la promoción del deporte e instalaciones deportivas y de tiempo libre.

Tabla 4.4: Resumen del Análisis PESTEL

FACTORES POLÍTICOS	FACTORES ECONÓMICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Diferentes planteamientos políticos entre el ayuntamiento del municipio y la administración provincial y autonómica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica-financiera • Disminución concesión de hipotecas • Subida del IVA
FACTORES SOCIALES	FACTORES TECNOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> • España 3r país con más segundas residencias. • Beneficios de jugar al aire libre para los niños. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avance de las TIC (mayor cobertura y guifi.net)
FACTORES ECOLÓGICOS	FACTORES LEGALES
<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de Interés Comunitario (LIC) • Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA) • Paraje Natural Municipal de la Rambla Celumbres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 3/1998 que regula el turismo • Ley 7/1995 para la gestión de los intereses y las competencias del municipio.

4.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO

A continuación se va a realizar un análisis del entorno competitivo del turismo rural de segunda residencia, utilizando para ello el modelo de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter. El objetivo de este análisis será determinar el atractivo de esta forma de turismo, analizando la amenaza de entrada de nuevos competidores, el poder de negociación de los proveedores y los clientes, la rivalidad entre los competidores y la amenaza de productos sustitutivos.

Amenaza de entrada de nuevos competidores:

Para determinar el nivel de amenaza de nuevos competidores en el sector del turismo de segunda residencia, en primer lugar, hay que tener en cuenta el atractivo que presenta el sector, ya que en los últimos años están incrementando de manera notable los destinos en los que se practica. Y, en segundo lugar, hay que valorar también las bajas barreras de entrada que supone, porque un municipio que quiera potenciar el turismo de segunda residencia no se enfrenta ni a barreras legales, ni a grandes requerimientos de capital. Únicamente, se puede destacar como barrera de entrada el poseer unos recursos turísticos diferenciados. Por tanto, tras estas dos reflexiones podemos calificar la amenaza de entrada de nuevos competidores en el sector del turismo de segunda residencia como alta.

Poder de negociación de los proveedores:

Para determinar el poder de negociación de los proveedores del sector del turismo de segunda residencia, primero se debe subrayar qué se entiende como proveedores. Es necesario distinguir entre proveedores públicos y los privados. Entre los proveedores públicos se encuentra la parte administrativa, es decir, las ayudas, los fondos o los permisos que desde la provincia, la comunidad o el estado se le otorguen al municipio para gestionar este turismo, por tanto, en este sentido el poder de negociación de los proveedores será elevado. Entre los proveedores privados se destacan los propios propietarios de viviendas en el municipio que quieran vender para crear más turismo de segunda residencia, las empresas del pueblo, destacando las de construcción,

pero también teniendo en cuenta el comercio. Estos proveedores, junto al propio ayuntamiento del municipio, supondrán un poder de negociación bajo, ya que están dispuestos a implicarse en el fomento de este turismo que les trae grandes beneficios. Por tanto, de forma general se dirá que el poder de negociación de los proveedores en este sector será medio.

Poder de negociación de los clientes

Para analizar el poder de negociación de los clientes en el mercado de turismo residencial, por un lado hay que considerar que existe un escaso grado de diferenciación de la oferta turística, ya que la exclusividad es muy reducida, y, además, existen productos sustitutivos, en este caso otros municipios donde realizar este tipo de turismo. Pero, por otro lado, y con más importancia que lo anterior, se debe destacar la dificultad de cambiar de municipio, ya que esto implica la posesión de una vivienda, y el coste de cambio es muy elevado. Por tanto, en general se puede considerar que el poder de negociación de los clientes es bajo.

Rivalidad entre los competidores

Aunque la escasa diferenciación entre la oferta de las distintas localidades competidoras pudiera hacer valorar esta rivalidad como alta, la posesión de una vivienda o de una familia en un municipio hace que esta rivalidad pase a ser muy baja. En la mayoría de los casos, la oferta turística no es algo determinante para visitar en tus vacaciones un pueblo u otro, lo más decisivo en esto suelen ser tus raíces con ese municipio o la posesión en el mismo de una vivienda, que hace improbable el cambio a otro municipio competidor. Por tanto, con un argumento de peso como este, consideramos baja la rivalidad entre los competidores.

Amenaza de productos sustitutivos

La gran importancia y la gran demanda que tiene el turismo de sol y playa en este país y, en concreto, en la zona mediterránea, crea una alta amenaza de productos sustitutivos para el turismo de segunda residencia, ya que supone un gran atractivo para mucha de las personas que lo practican.

4.4. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES

Para realizar un correcto análisis de la competencia en este plan de marketing turístico, vamos a considerar aquellos pueblos o ciudades que actúen dentro del mismo mercado del turismo de segunda residencia y que satisfagan las mismas necesidades que Cincorres. En primer lugar, delimitaremos el análisis descartando todos aquellos lugares de sol y playa, ya que nosotros estamos estudiando el turismo rural de segunda residencia y estos municipios costeros no cumplirían con esta primera condición. Seguidamente tendremos en cuenta la distancia de dichos pueblos con el municipio para el que estábamos realizando el análisis y, por tanto, acotaremos la competencia próxima en los distintos pueblos de Els Ports que comparten comarca y recursos con Cincorres.

Aun así, dicha comarca está formada por muchos municipios de tamaño muy pequeño que no pueden competir con Cincorres en cuanto a recursos que ofrecer a los turistas de segunda residencia, por tanto, teniendo en cuenta los atractivos turísticos de los distintos pueblos de la comarca y el tamaño de éstos, seleccionaremos como competidores directos a Forcall, Vilafranca del Cid y Morella.

Forcall es el pueblo más similar a Cincorres de toda la comarca de Els Ports, tanto en número de habitantes, ya que ambos rodean los 500 empadronados, como en características y recursos a ofrecer a los turistas de segunda residencia. Vilafranca y Morella son los otros dos grandes competidores, con los que Cincorres deberá luchar, ya que el resto de pueblos de alrededor son muy pequeños y los recursos que ofrecen a los turistas residenciales no alcanzan las posibilidades de Cincorres. Vilafranca y Morella son dos municipios grandes, de 2399 y 2724 habitantes respectivamente, que poseen gran diversidad de recursos turísticos. Además, creemos necesario destacar el gran valor turístico de Morella, que la convertirá no solo en una gran competidora de Cincorres, sino también en una localidad sobre la cual realizar benchmarking, por su gran saber hacer en el aspecto turístico, tanto del turismo en general como en el de segunda residencia.

A continuación, se realiza un análisis detallado de cada uno de los competidores:

Forcall es un pueblo que se sitúa a tan solo 10km de Cinctorres, y que posee prácticamente el mismo número de habitantes. Son pueblos con características y tradiciones muy similares. Este municipio



posee recursos culturales diversos como son, por ejemplo, la *Plaça Major*, la *Ermita de Sant Josep i Calvari*, la *Església de L'Assumpció*, el *Palau de Les Escaletes* o el *Forn de la Vila*.

En cuanto a instalaciones para el turismo deportivo, Forcall es un pueblo bastante equipado ya que se pueden practicar diversidad de deportes como tenis, frontón, fútbol y fútbol sala. Aunque no posea piscina climatizada, sí que existe la posibilidad de bañarse en verano en su piscina exterior. Forcall también cuenta con rutas senderistas y organiza una caminata cada verano llamada "Les quatre moles", debido a que el pueblo se encuentra ubicado entre 4 molas de gran riqueza paisajística y faunística, a la cual suelen asistir un gran número de participantes. Igual que Cinctorres, Forcall cuenta con diversas rutas BTT donde practicar la bicicleta de montaña y una sociedad de cazadores con su respectivo coto de caza.

Respecto a los recursos relacionados con el turismo gastronómico es necesario subrayar la variedad de bares y restaurantes que posee el municipio. Concretamente se pueden encontrar tres restaurantes (Mesón de la Vila, Palau Osset-Miro y Aguilar), siendo dos de ellos también hoteles, y tres bares (Els Ports, Ca Costa y La Volta de Guarch). Sin embargo, en la actualidad, el municipio no cuenta con ningún pub.

En relación a los recursos paisajísticos y de naturaleza, se destaca de Forcall las cuatro molas que lo rodean, como se ha comentado líneas más arriba, siendo éstas denominadas la *Mola Garumba* o *Roca de Migdia*, *Mola de Sant Pere* o *de Roc*, *Mola de Sant Marc* o *Mola de la Vila* y *Mola d'Encamaràs* o *Roca Roja*. Además, el municipio también cuenta con espacios naturales protegidos, aunque no en tanta extensión como el caso de Cinctorres (tabla 4.5).

Tabla 4.5: Espacios naturales protegidos de Forcall

Figuras de protección	Abreviatura	Superficie (ha)	% de Superficie protegida
Zona de especial protección para las aves	ZEPA	1.215,17	81,87
Lugar de Interés comunitario	LIC	898,99	60,57
Paraje natural municipal	PNM	129,70	8,74

Por lo que se refiere al turismo festivo, Forcall posee un punto muy fuerte en este aspecto y éste es que “La Santantonà” de Forcall es fiesta de Interés Turístico Autonómico y Bien de Interés Cultural Inmaterial (BIC). Por otro lado, el pueblo también cuenta con su



semana de fiestas patronales en honor a *la Mare de Deu de la Consolació i Sant Vito*, y diversas rogativas a *Sant Marc*, *Sant Joaquín de la Menadella* y *Sant Cristòfol*. Ésta última se trata de una rogativa a la misma ermita que visita Cincorres. Otra fiesta en común entre ambos municipios es la que se realiza en julio en honor a *Sant Cristòfol dels Xofers*, con la típica bendición de coches.

Vilafranca del Cid es un pueblo que le da mucha importancia a sus recursos culturales. Posee tres museos (Museo Parroquial, Museo de la Piedra en Seco y la Colección museográfica) y lugares importantes que visitar como el ayuntamiento, donde se encuentra el Retablo de la Virgen del Losar, la



iglesia parroquial, la Casa de Los Brusca, las ermitas de S. Roque y Sta. Bárbara, el Hospital de Caridad o *El Portalet* entre otros. Además, a 2 kilómetros de Vilafranca se encuentra el Santuario de la Virgen del Losar, un interesante conjunto arquitectónico formado por la ermita, la hospedería anexa, el porche, las viviendas y los corrales. Además, Vilafranca contará en los próximos meses con la primera ruta homologada para caballos en la provincia de Castellón (El Periódico Mediterráneo, 2014).

En lo que concierne al turismo deportivo, se trata de un pueblo muy preparado con instalaciones de todo tipo: campo de fútbol, piscina descubierta, piscina climatizada, polideportivo, gimnasio... Una cita deportiva de las más esperadas por los vilafranquinos y por los amantes del *running* es la marcha a pie y carrera de montaña que organiza la Asociación Cultural Entreparets.

En cuanto a los lugares donde disfrutar de la gastronomía de este municipio se destacan restaurantes como L'escudella, L'Om del Llosar, Los Arcos y Prismark, siendo los dos últimos también hoteles, y diversos bares situados en diferentes partes del pueblo (Bar Avenida, Bar Centro, Bar Moderno, Bar Pradera y Bar Vilafranca).

Acerca de los espacios naturales de Vilafranca del Cid, destacamos un paisaje singular donde predomina la piedra en seco, aspecto diferencial del entorno por su personalidad propia en formas, elementos y su abundancia. Además, a continuación, en la tabla 4.6, se muestra también los espacios naturales protegidos del municipio. A diferencia de Cinctorres, Vilafranca no es Zona de Especial Protección para las Aves, y ésta es la razón por la que encontramos el término del municipio repleto de aerogeneradores.

Tabla 4.6: Espacios naturales protegidos de Vilafranca del Cid

Figuras de protección	Abreviatura	Superficie (ha)	% de Superficie protegida
Lugar de Interés comunitario	LIC	9.400,94	100
Paraje natural municipal	PNM	148,58	1,58
Microreserva	Mrc	16,29	0,17

En cuanto a las fiestas que se celebran en el municipio, éstas son similares a las de los otros pueblos de la comarca, destacando San Antonio Abad, las fiestas patronales en honor a San Roque, la festividad de la Virgen del Losar o la festividad del Corpus.



Morella, considerado uno de los pueblos más bonitos de España, es el municipio más completo en cuanto a recursos turísticos de la comarca de Els Ports. Este



pueblo cuenta también con recursos paleontológicos que, tal y como le ocurre a Cincorres, lo diferencia del resto. Para que sus turistas de segunda residencia puedan disfrutar de los fósiles encontrados en el municipio, existe un museo donde observar las diferentes piezas y conocer más sobre la historia geológica y paleontológica de la ciudad.

En lo referente a los recursos culturales nos encontramos con una ciudad medieval declarada conjunto histórico-artístico, en la que se destacan sus murallas y puertas, el castillo, los soportales de la calle Blasco Alagón y su Basílica de Santa María la Mayor.

Por otro lado, en Morella se puede practicar gran variedad de deportes, ya que el municipio consta de un centro lúdico y deportivo, el cual recibe el nombre de “Jaume I”, que se inauguró el pasado 2008 por reclamo de las asociaciones deportivas de la ciudad. En dicho centro se puede practicar baloncesto, balonmano, fútbol sala, gimnasio, aeróbic, yoga, escalada en su rocódromo y natación y aquagym en su piscina climatizada. Además, Morella también cuenta con un campo de fútbol. Asimismo, cabe resaltar el gran número de rutas a pie marcadas en su término en las que poder practicar senderismo, la diversidad de rutas BTT (Bicicletas Todo Terreno) debido a la localización de un centro BTT próximo a la localidad, concretamente en la Fábrica Giner, y también cuenta con el primer espacio de la Comunidad Valenciana dedicado al MTB enduro y *all mountain*. Antes de finalizar con este apartado, es necesario señalar la posibilidad de realizar paseos a caballo o un circuito multiaventura en el parque de ocio Saltapins.

A continuación, en lo que concierne a los lugares donde poder degustar la gastronomía morellana, no vamos a concretar ya que existen decenas de restaurantes y bares en la ciudad, de diversos precios y con diferentes ofertas gastronómicas para todo tipo de consumidores. Asimismo, existen algunos productos típicos de la zona que se pueden encontrar en la mayoría de ellos e

incluso en los comercios del centro de la ciudad, como por ejemplo los flaons, el queso, las croquetas morellanas, los embutidos o la trufa. Además, si por la noche se quiere tomar una copa existen dos pubs con ambientes muy diferentes (El Pub y Dadà Museum Pub).

En lo referente al paisaje de Morella, se debe considerar que el término de esta ciudad es el segundo más grande del territorio valenciano, con más de 400 km. Y respecto a los espacios naturales protegidos se observa en la tabla 4.7 que existe zona de Especial Protección para las Aves en casi el 100% de la superficie morellana.

Tabla 4.7: Espacios naturales protegidos de Morella

Figuras de protección	Abreviatura	Superficie (ha)	% de Superficie protegida
Zona de especial protección para las aves	ZEPA	31.872,77	98,51
Lugar de Interés comunitario	LIC	17.786,50	55
Paraje natural municipal	PNM	360,67	1,11
Microreserva	Mrc	55,72	0,17

En cuanto al turismo festivo que ofrece Morella encontramos que existen fiestas de calendario anual en las que destacan San Antonio, Carnaval, diversas rogativas, el *Corpus Christi*, las fiestas de agosto o la feria de ganadería. Pero lo que realmente diferencia a Morella del resto son las festividades que tienen lugar cada seis años, como son L'Anunci y El Sexenni. L'Anunci como su propio nombre indica se realiza el año anterior al Sexenni para anunciar la llegada de éste, y su característica más llamativa es la gran batalla de confeti que se lleva a cabo por las calles de Morella. El Sexenni se celebra cada seis años en agradecimiento a la liberación de la ciudad de una terrible peste en el año 1672 y es una fiesta que llama mucho la atención a los turistas, ya que se engalanan todas las calles de la ciudad.



Por último, apuntar que Morella es un pueblo con el que será difícil competir, ya que tiene muchos más recursos que Cincorres, pero con esfuerzo se debe intentar disminuir la distancia de recursos que existe entre ambos municipios, e incluso hacer benchmarking de las mejores prácticas y los mejores aspectos que dicha ciudad posee.

Una vez analizados los tres municipios que forman la competencia más directa de Cincorres, en la siguiente tabla-resumen se muestran los principales puntos fuertes y débiles de cada uno de los pueblos, siempre comparando sus recursos turísticos, analizados en los párrafos anteriores, con los recursos de Cincorres, analizados en el apartado “4.1. Análisis de los recursos turísticos”.

Tabla 4.8: Puntos fuertes y débiles de los pueblos competidores

	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
FORCALL	* Santantonà (Fiesta de Interés Turístico Autonómico)	* No recursos paleontológicos * No piscina climatizada
VILAFRANCA DEL CID	* Más instalaciones y asociaciones deportivas y culturales. * Piedra en seco	* No recursos paleontológicos. * No zona ZEPA
MORELLA	* Más instalaciones y asociaciones deportivas y culturales. * Consideración como uno de los pueblos más bonitos de España. * Más restaurantes y bares. * Festividades como l’anunci y el Sexeni.	* Mucho turista ocasional puede hacer que los turistas de segunda residencia no se encuentren en un pueblo tan acogedor como Cincorres.

5. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Para concluir el análisis interno y externo del turismo rural de segunda residencia en Cíntorres se sintetizan estos aspectos de forma conjunta en un diagnóstico DAFO. Este análisis recoge por una parte las debilidades y fortalezas internas, y las amenazas y oportunidades externas. Así pues, su clasificación es la siguiente:

Debilidades:

- Falta de actividades que dinamicen el municipio y que supongan algo nuevo para el turismo de segunda residencia. La existencia de pocas actividades organizadas en el municipio puede reducir el número de visitas de los habitantes de segunda residencia a Cíntorres, o que en el mes de agosto éstas personas utilicen menor número de recursos turísticos que si existieran actividades programadas con las que pasar un rato divertido.

Amenazas:

- Diferentes planteamientos políticos entre el ayuntamiento y la administración provincial y autonómica. Debido a la estructura jerarquizada en la que nos encontramos (estado, autonomía, provincia y municipio), la existencia de diferentes partidos políticos entre Cíntorres y sus jerarquías superiores puede perjudicar al municipio en aspectos como las ayudas o subvenciones.
- Crisis económico-financiera. La crisis en la que está inmersa España desde 2007 ha causado una tasa de desempleo de 26,03% (INE, 2013), una gran caída de la renta per cápita y un recorte en los gastos de los españoles, que podría perjudicar al turismo de segunda residencia del municipio debido a que las personas que estén atravesando momentos complicados estarán menos dispuestas a comprarse una vivienda o a inscribirse a nuevas actividades.

- Disminución de la concesión de hipotecas y subida del IVA. Aspectos como estos dificultan las posibilidades de compra de viviendas, quizás a personas a las que les gustaría comprarse una segunda residencia en Cincorres, la no concesión de un préstamo hipotecario les ahogue las esperanzas de realizarlo.
- Existencia de municipios cercanos que cuentan con recursos turísticos similares a los de Cincorres. La escasa distancia a recorrer desde Cincorres a Forcall (9 km), Morella (14,6 km) y Vilafranca (33 km), puede hacer que turistas de segunda residencia opten por recursos turísticos de dichos municipios.

Fortalezas:

- Posesión de recursos paleontológicos y el parque cultural Dinomania. Se trata de recursos inimitables y con los que no cuentan el resto de municipios competidores (a excepción de Morella). Además, a través del parque cultural se dinamiza esta actividad y se consigue una atracción turística importante.
- Orografía adecuada para el desarrollo de rutas BTT y rutas de senderismo. Contar con caminos y sendas adecuados para estos tipos de deportes abre un gran abanico de oportunidades en cuanto a la realización de actividades deportivas.
- Gran valor paisajístico, con gran porcentaje de superficie protegida. Contar con una superficie totalmente protegida en cuanto a la protección de aves o ser considerado lugar de interés comunitario, son calificativos que otorgan gran valor paisajístico al municipio y hacen que visitar el entorno del mismo sea una gran experiencia para cualquier individuo interesado en la naturaleza.
- Posesión de monumentos históricos únicos. Monumentos como el Palacio de *Sant Joans* o la Iglesia de *Sant Pere Apòstol*, hacen de Cincorres un pueblo con atractivos históricos y culturales.

Oportunidades:

- Las dificultades económicas atravesadas por las familias reducen el número de viajes que éstas realizan al año y aumentan las estancias en lugares donde poseen una segunda residencia.
- España es un país con mucha tradición de segunda residencia, de hecho es el tercer país europeo que posee más residencias de esta clasificación. En concreto, el 36'2% de los hogares españoles cuentan con otra residencia. Solo superan esta cifra Chipre y Grecia.
- Pediatras y Psicólogos recomiendan que los niños jueguen al aire libre, y es en los pueblos pequeños, como Cincorres, donde éstos pueden tener más libertad.
- El avance de las TIC ha permitido un gran desarrollo de la telefonía móvil y de la red online y que estas hayan mejorado en gran medida en los pueblos de interior. En la actualidad, Cincorres cuenta con cobertura de la mayoría de telefonías móviles y con la posibilidad de conectarse a la red de forma pública, libre y gratuita mediante guifi.net, facilidades con las que no contaba el municipio años atrás.

Tabla 5.1: Resumen del análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de actividades que dinamicen el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferentes planteamientos políticos • Crisis económica-financiera • Disminución concesión hipotecas • Subida IVA • Municipios cercanos con recursos similares.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos paleontológicos • Orografía para BTT y senderismo • Gran valor paisajístico • Monumentos históricos únicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de las estancias en segundas residencias • Tercer país con más segundas residencias • Recomendación por pediatras del juego al aire libre para los niños • Avance de las TIC

6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

6.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

La siguiente investigación de mercado tendrá como finalidad principal la consecución de los objetivos que se enumeran a continuación:

Objetivo general: Identificar las preferencias de los turistas de segunda residencia de Cincorres en cuanto a qué posibles actividades realizar en su tiempo libre en el municipio.

Objetivos específicos:

1. Conocer aquellos motivos que resultan más atractivos a nuestro público objetivo para visitar Cincorres.
2. Saber qué actividades son las más realizadas en Cincorres en la actualidad por esta población de segunda residencia.
3. Averiguar si existe relación entre la distancia que tienen que recorrer los encuestados desde su primera residencia hasta Cincorres y la frecuencia con la que visitan el municipio.
4. Averiguar si hay diferencias entre grupos en función de las preferencias de los encuestados para diseñar una oferta de actividades.
5. Determinar el precio que estarían dispuestos a pagar estos consumidores por cada una de las actividades propuestas y si éste varía en función de los ingresos que entran al hogar del encuestado.

6.2. PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO Y FICHA TÉCNICA

Se ha llevado a cabo una investigación cuantitativa a través de la realización de 120 encuestas a personas mayores de 14 años que disfrutan habitualmente de Cincorres en sus vacaciones, a través de un muestreo no probabilístico de conveniencia y utilizando como herramienta de recolección de información un cuestionario semiestructurado.

El cuestionado ha sido realizado exclusivamente a aquellas personas que disfrutan habitualmente de sus vacaciones y de sus fines de semana en Cincorres y no a aquellas que poseen su primera residencia allí.

Se trata de un pueblo muy pequeño, donde las personas que disfrutan de él se conocen y, por esta razón, ha sido fácil para la investigadora seleccionar directamente a través del propio conocimiento la unidad de análisis. Por tanto, no ha sido necesaria una pregunta filtro o discriminatoria para conocer si el encuestado forma parte o no de la población objeto de estudio (turistas de segunda residencia en Cincorres) ya que directamente no se ha pasado la encuesta a personas que no cumplan con dichas características.

Además, para el tramo de 14-17 años, se ha tenido en cuenta que son menores de edad y se ha consultado anteriormente a los padres si el menor podía contestarnos la encuesta o directamente ésta ha llegado al joven por medio de sus tutores legales.

Ficha técnica

Universo de estudio: Personas que disfrutan habitualmente de sus vacaciones y sus fines de semana en Cincorres (Turistas de segunda residencia).

Método de recogida de información: Encuesta personal estructurada.

Ámbito de estudio: Regional.

Tamaño de la muestra: 120 encuestas válidas.

Procedimiento de muestreo: Muestreo realizado mediante la técnica no probabilística de conveniencia cumpliendo unas cuotas preestablecidas por sexo y edad del encuestado.

Error muestral: $\pm 9,128\%$ ($p=q=0,5$; nivel de confianza=95,5%)

Cuestionario: Cuestionario semiestructurado con preguntas cerradas y preguntas abiertas.

Fecha de trabajo de campo: Julio y Agosto 2014

Para la obtención del error muestral cabe tener en cuenta que para una población mayor de 100.000 habitantes, como es el caso de nuestro universo de estudio, ya que tenemos en cuenta a personas de numerosas provincias, y $p=q=0,5$; nivel de confianza=95,5% dividimos 1 por la raíz de muestra ($1/\sqrt{120}$).

6.3. ANÁLISIS DE DATOS

La investigación cuantitativa se ha llevado a cabo utilizando como herramienta de recolección de información un cuestionario semiestructurado, diseñado en base a los objetivos de la investigación previamente señalados.

El cuestionario ha sido formulado en base a una serie de preguntas tanto abiertas, en las que se recoge abiertamente el municipio de procedencia o número de años que visitan el pueblo los encuestados, como cerradas, donde algunas de las respuestas vienen dadas por la escala Likert, del 1 al 5, de forma que los entrevistados muestren su grado de atracción, frecuencia o interés con la proposición planteada.

Las dos primeras preguntas que se plantean en el cuestionario tratan sobre los años que el cuestionado lleva visitando Cincorres en sus vacaciones y sobre la localidad en la que tienen su primera residencia. Estas cuestiones se plantean como preguntas abiertas y nos sirven para asegurarnos que los encuestados llevan los suficientes años visitando Cincorres como para ser consideradas de segunda residencia y con alta probabilidad de seguir visitando el municipio los próximos años. Saber el municipio donde viven, es decir donde tienen su primera residencia, nos permite asegurarnos que nadie ponga ahí Cincorres, de forma que nos puede servir incluso de segundo filtro para asegurarnos de no analizar la encuesta de ninguna persona de las que vivan allí de forma permanente.

Las preguntas 3, 4 y 5 son preguntas cerradas y discretas a partir de las que se pretende saber un poco más sobre la unidad de análisis a través de la forma de estancia que utiliza en sus vacaciones en Cincorres, la duración de sus vacaciones en el municipio y la frecuencia con la que visita Cincorres los fines de semana.

Posteriormente, con el fin de conocer los motivos más atractivos de las visitas al municipio y el tipo de actividades que en la actualidad los turistas de segunda residencia realizan en Cincorres, se plantean las preguntas 6 y 7, dos preguntas numéricas donde el encuestado contestará siguiendo una escala Likert del 1 al 5.

La pregunta número 8 es prácticamente la más importante del cuestionario, y también se trata de una pregunta numérica o continua en una escala Likert, donde los turistas de segunda residencia muestran cuál es su grado de interés en una serie de actividades que el municipio podría ofrecer. Además esta pregunta tiene una parte abierta para que el encuestado plantee cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por aquellas actividades que le han resultado interesantes. Al dejar esta pregunta abierta, nos aseguramos que el individuo conteste aquello que realmente él pagaría por ese servicio y no decantarse por la opción de precio más bajo si hubiéramos dejado esta pregunta con opciones cerradas.

Por último, se han incluido al final del cuestionario las preguntas de clasificación que permiten conocer el perfil socio-demográfico de los entrevistados. A través de preguntas de respuesta única se conoce el tramo de edad, la ocupación principal, la situación familiar, el nivel de estudios superado, los ingresos totales mensuales que entran en el hogar, el número de miembros del hogar y el género de cada encuestado.

En el anexo que se adjunta al trabajo se muestra el cuestionario utilizado tal y como se les ha repartido a los entrevistados.

6.3.1 Análisis de la muestra

6.3.1.1. Análisis sociodemográfico de los datos

En la presente investigación se ha entrevistado a un total de **120 personas**, representativas de la población objeto de estudio, mayores de 14 años que habitualmente disfruten de sus vacaciones y sus fines de semana en Cinctorres, pueblo en el cual son considerados como turistas de segunda residencia por tener, tal como decía Hiernaux-Nicolás (2005), la posesión por compra, renta o préstamo de un inmueble en el que pernoctan y realizan actividades de ocio.

Mediante la realización de un análisis de frecuencias se puede determinar que el 46,7% de las personas entrevistadas son hombres (56 personas), mientras que el 53,3% restante (64 personas) son mujeres (Tabla 6.1).

Tabla 6.1: Género

	Frecuencia	Porcentaje válido
Hombre	56	46,7
Mujer	64	53,3
Total	120	100,0

En cuanto a la **edad** de los entrevistados, predominan aquellos individuos en edades comprendidas entre 18 y 24 años (25,8% de los encuestados), seguidos de cerca por otros tramos de edad como el de 45 a 54 años (20,8%), el de 35 a 44 años (18,3%) y el de 25 a 34 años (17,5%). Los restantes intervalos de edad quedan representados en menor medida, sobre todo el referente al de 65 años o más (2,5%) (Tabla 6.2).

Tabla 6.2: Edad

	Frecuencia	Porcentaje válido
De 14 a 17	8	6,7
De 18 a 24	31	25,8
De 25 a 34	21	17,5
De 35 a 44	22	18,3
De 45 a 54	25	20,8
De 55 a 64	10	8,3
65 o más	3	2,5
Total	120	100,0

Por lo que respecta a la ocupación de los turistas de segunda residencia que han contestado esta encuesta, más de la mitad de los mismos, concretamente un 58,3%, se encuentra trabajando, un 29,2% son estudiantes y el resto de situaciones ocupacionales son mucho menos representativas con porcentajes de 5% para los jubilados y los parados, y de 2,5% para los trabajadores/as en el hogar (Tabla 6.3).

Tabla 6.3: Ocupación

	Frecuencia	Porcentaje válido
Estudiante	35	29,2
Trabajo	70	58,3
Trabajo en el hogar	3	2,5
Jubilado/a	6	5,0
Parado/a	6	5,0
Total	120	100,0

En lo referente a la **situación familiar** de los encuestados, cabe destacar como mayor porcentaje el de los solteros con un 37,5% y son las parejas con hijos independizados las menos representativas de la muestra (8'3% de los entrevistados) (Tabla 6.4)

Tabla 6.4: Situación familiar

	Frecuencia	Porcentaje válido
Soltero/a	45	37,5
Pareja sin hijos	27	22,5
Pareja con hijos pequeños	20	16,7
Pareja con hijos mayores de 14 años	18	15,0
Pareja con hijos independizados	10	8,3
Total	120	100,0

Si pasamos a analizar el **nivel de estudios** superados por cada uno de los individuos entrevistados apreciamos que la mayoría de ellos poseen estudios secundarios (34,2%) o universitarios (36,7%), y que la categoría "sin estudios" es la menos representativa con mucha diferencia quedándose en un mínimo porcentaje del 0,8%. Esto nos indica que generalmente nos encontramos con personas formadas. Además, más de la mitad de los entrevistados, concretamente el 55%, posee estudios universitarios o post-universitarios (Tabla 6.5).

Tabla 6.5: Nivel de estudios superados

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sin estudios	1	0,8
Primarios (EGB, Primaria...)	12	10,0
Secundarios (BUP, ESO, Bachiller, CF...)	41	34,2
Universitarios	44	36,7
Post-universitarios (Máster, Doctorado)	22	18,3
Total	120	100,0

Por lo que respecta al **nivel de ingresos** de las personas entrevistadas cabe señalar una distribución bastante equitativa entre los distintos intervalos, con una pequeña progresión desde el primero hasta el último (Tabla 6.6).

Tabla 6.6: Ingresos totales mensuales del hogar

	Frecuencia	Porcentaje válido
0€ - 1.000€	20	16,7
1.001€ - 1.500€	19	15,8
1.501€ - 2.000€	25	20,8
2.001€ - 2.500€	25	20,8
Más de 2.500€	31	25,8
Total	120	100,0

Por último, en lo referente al **número de miembros que habitan en el hogar**, se observa cómo un 36,7% de los entrevistados forman parte de un hogar formado por 4 personas, seguido de aquellos que conviven 3 miembros en casa (30,8%) y de los que son únicamente dos personas en el hogar (20,8%). Los casos de un miembro o cinco miembros son los menos comunes dentro de esta muestra (Tabla 6.7).

Tabla 6.7: N° de miembros del hogar

	Frecuencia	Porcentaje válido
Un miembro	12	10,0
Dos miembros	25	20,8
Tres miembros	37	30,8
Cuatro miembros	44	36,7
Cinco miembros	2	1,7
Total	120	100,0

6.3.1.2. Análisis del comportamiento y de las preferencias

A continuación, se va a realizar un análisis global de los datos obtenidos a través de los cuestionarios. Para esto se llevarán a cabo análisis descriptivos, tanto de frecuencias como de medias. Estos análisis se realizan sobre una única variable de la cual se obtiene una descripción general. Utilizaremos análisis de frecuencias cuando tratemos con variables discretas o nominales y el análisis de medias cuando vayamos a estudiar variables continuas o numéricas.

En primer lugar, vamos a averiguar los **años que hace que estas personas visitan Cincorres** de forma regular en vacaciones. Y, como se observa en la tabla 6.8, la mayoría de los turistas de segunda residencia que visitan Cincorres llevan haciéndolo muchos años, concretamente el porcentaje más alto lo encontramos entre los valores 21 y 30 años (33,3%).

Tabla 6.8: Años que hace que visitan Cincorres en vacaciones

	Frecuencia	Porcentaje válido
Entre 1 y 3 años	1	0,8
Entre 4 y 10 años	8	6,7
Entre 11 y 20 años	28	23,3
Entre 21 y 30 años	40	33,3
Entre 21 y 40 años	21	17,5
Más de 41 años	22	18,3
Total	120	100,0

Respecto a la **provincia de la cual proceden** estos individuos, es decir, aquella donde poseen su primera residencia, observamos que destacan notablemente dos. El 48,3% de la muestra vive habitualmente en Castellón de la Plana (58 personas) y el 35% en Barcelona (42 personas). Los 18 individuos restantes residen en otras provincias e incluso uno de los encuestados ha indicado vivir en el extranjero, particularmente en Alemania (Tabla 6.9).

Tabla 6.9: Provincia de la localidad donde posee la primera residencia

	Frecuencia	Porcentaje válido
Castellón	58	48,3
Zaragoza	1	0,8
Barcelona	42	35,0
Madrid	4	3,3
Lérida	1	0,8
Valencia	11	9,2
En el extranjero	1	0,8
Tarragona	1	0,8
Teruel	1	0,8
Total	120	100,0

Por otro lado, a través de la tabla 6.10, podemos averiguar qué **tipo de estancia** utilizan los entrevistados en sus vacaciones en Cincorres. Destacan aquellas personas que poseen una vivienda en propiedad donde poder disfrutar de sus vacaciones en el municipio (57,5%) y aquellas que lo hacen en la vivienda de un familiar (35%). También existen algunos individuos que deciden alquilar una vivienda para pasar sus vacaciones en Cincorres (7,5%), pero no existe nadie que utilice un hotel u otro tipo de estancias.

Tabla 6.10: Forma de estancia

	Frecuencia	Porcentaje válido
Vivienda en propiedad	69	57,5
Vivienda en alquiler	9	7,5
Vivienda de un familiar	42	35,0
Hotel	0	0,0
Otros	0	0,0
Total	120	100,0

Examinando las siguientes tablas se puede observar la **duración de las visitas** a Cincorres por motivos vacacionales y la **frecuencia de las visitas** los fines de semana. Así pues, en la tabla 6.11 contemplamos una distribución bastante equitativa de los días seguidos al año que los encuestados pasan en Cincorres. Por otro lado, respecto a la frecuencia de las visitas los fines de semana se aprecia en la tabla 6.12 que la mayoría de individuos afluyen al municipio cuando se celebra alguna fiesta (30,8%), uno o más fines de semana al mes (27,5%) o algún fin de semana cada tres meses (26,7%). Siendo pocas

personas las que acuden con menor frecuencia y muy pocas las que lo hacen todos los fines de semana.

Tabla 6.11: Duración de las visitas por motivos vacacionales

	Frecuencia	Porcentaje válido
Menos de 10 días seguidos al año	35	29,2
Más de 10 días seguidos al año	22	18,3
Más de 20 días seguidos al año	39	32,5
Más de 30 días seguidos al año	24	20,0
Total	120	100,0

Tabla 6.12: Frecuencia de las visitas a Cincorres los fines de semana

	Frecuencia	Porcentaje válido
Prácticamente todos los fines de semana	3	2,5
Uno o más fines de semana al mes	33	27,5
Algún fin de semana cada tres meses	32	26,7
Cuando hay alguna fiesta	37	30,8
Con menos frecuencia	15	12,5
Total	120	100,0

Para continuar con este análisis descriptivo de los datos, se procede a la realización de diversos análisis de medias para las preguntas 6, 7 y 8 del cuestionario.

En la tabla 6.13, donde encontramos la media aritmética de todas las valoraciones sobre los motivos que suponen un atractivo para visitar Cincorres a sus turistas de segunda residencia, observamos que lo más valorado para visitar el municipio es pasar tiempo con familiares y amigos (4,66), descansar y desconectar de la rutina (4,58), disfrutar de las fiestas del municipio (4,32) y disfrutar de la naturaleza visitando paisajes de la zona (4,13). Con este análisis damos respuesta al primer objetivo de la investigación, el cual pretende conocer cuáles son los principales motivos por los que nuestro público objetivo visita el municipio.

Tabla 6.13: Motivos que suponen un atractivo para visitar Cincorres

	N	Mín.	Máx.	Media
Hacer deporte	120	1	5	2,86
Visitar monumentos, museos...	120	1	5	2,18
Visitar el yacimiento de dinosaurios	120	1	5	2,21
Disfrutar de la gastronomía cincorresana	120	1	5	3,66
Disfrutar de la naturaleza de la zona	120	1	5	4,13
Disfrutar de las fiestas del municipio	120	1	5	4,32
Descansar y desconectar de la rutina	120	1	5	4,58
Pasar tiempo con familiares y amigos	120	2	5	4,66
La tranquilidad para ir con niños	120	1	5	3,38
La climatología y el tiempo de la zona	120	1	5	3,86

En relación a la frecuencia con la que los entrevistados realizan ciertas actividades en sus estancias en Cincorres encontramos la tabla 6.14. Ésta muestra como la actividad que los turistas de segunda residencia realizan con más frecuencia en Cincorres es el senderismo por su cuenta con un valor medio de 3,46 sobre 5. A esta actividad le siguen la visita a los monumentos del municipio, la natación, la visita a los museos o a los observatorios de aves. Esta tabla nos resuelve el segundo objetivo del plan, ya que este era saber qué actividades son las más realizadas en Cincorres actualmente por la población de segunda residencia.

Tabla 6.14: Frecuencia con las que se realizan actividades

	N	Mín.	Máx.	Media
Natación	120	1	5	2,33
Fútbol/Futbito en el polideportivo	120	1	5	1,57
Senderismo por tu cuenta	120	1	5	3,46
Salidas senderistas organizadas	120	1	5	1,78
Correr por la montaña por tu cuenta	118	1	5	1,81
Carreras organizadas	120	1	5	1,47
Bicicleta de montaña	119	1	5	1,49
Frontón	120	1	5	1,93
Squash	119	1	5	1,39
Campeonato futbito organizado por los quintos	119	1	5	1,57
Campeonato frontón organizado por los quintos	119	1	5	1,54
Campeonato squash organizado por los quintos	120	1	5	1,20
Visita al yacimiento de dinosaurios por tu cuenta	120	1	5	2,08
Visita al museo de dinosaurios por tu cuenta	120	1	5	2,06
Excursión organizada al yacimiento y museo	119	1	5	1,66
Visita al museo “La Faixa”	120	1	5	2,26
Degustación menú “Caza y Setas”	119	1	5	2,02
Degustación menú “Trufa”	120	1	5	2,07
Visita a los monumentos de Cincorres	120	1	5	2,67
Visita a las Cuevas del Bovalar	120	1	5	2,03
Visita a los observatorios de aves	119	1	5	2,12
Escuela de verano para los niños en julio	120	1	5	1,37

Por otra parte, la tabla 6.15 muestra qué nuevas actividades resultarían más interesantes para los entrevistados poder practicar en Cincorres. Las actividades que han alcanzado una media más alta y que, por tanto, tendrían más aceptación entre este tipo de turistas son los paseos a caballo, la visita guiada a las cuevas del Bovalar, las excursiones senderistas ya sean con guía sobre el avifauna o con safari fotográfico, las excursiones en quad y el menú degustación “El Porc als Ports”

Tabla 6.15: Interés en poder realizar estas actividades en Cincorres

	N	Mín.	Máx.	Media
Cursos natación adultos en agosto	119	1	5	2,03
Cursos natación para tus hijos en agosto	120	1	5	2,27
Clases de zumba para adultos en agosto	120	1	5	2,37
Clases iniciación a la escalada en agosto	120	1	5	2,54
Visita guiada a los monumentos del pueblo	120	1	5	2,82
Excursión senderista con guía sobre el avifauna	120	1	5	3,11
Excursión senderista con safari fotográfico	120	1	5	3,08
Excursiones en grupo por las rutas BTT	120	1	5	2,52
Clases de formación en futbito para adultos	120	1	5	1,50
Clases de formación en frontón para adultos	120	1	5	1,80
Clases de formación en squash para adultos	120	1	5	1,58
Clases de formación en futbito para tus hijos	120	1	5	1,88
Clases de formación en frontón para tus hijos	120	1	5	2,01
Clases de formación en squash para tus hijos	120	1	5	1,83
Menú degustación “El porc a Els Ports”	120	1	5	3,02
Partidas de paintball	120	1	5	2,88
Fin de semana multideportivo	119	1	5	2,71
Yincanas para menores de 14 años en agosto	120	1	5	2,59
Talleres de manualidades para menores de 14a.	120	1	5	2,43
Carreras infantiles por edades	120	1	5	2,30
Visita guiada a las Cuevas del Bovalar	120	1	5	3,26
Vueltas en quad	120	1	5	3,02
Paseos a caballo	120	1	5	3,27

Finalmente, dentro de la pregunta 8 se ha pedido a los entrevistados que contestaran también cuánto estarían dispuestos a pagar por cada una de las actividades propuestas. Calculando la media aritmética del precio que estarían dispuestos a pagar por cada una de las actividades observamos en la tabla 6.16 que las actividades en las que más dinero se gastarían nuestros encuestados son el fin de semana multideportivo (19,40€), el menú degustación “El Porc als Ports” (17’80€) y las partidas de paintball (16,20€). Pero, hay que mencionar que estos datos por si solos no aportan mucha información ya que se deben contrastar con el coste que conlleva cada una de las actividades y el interés que han mostrado los entrevistados en realizarlas, lo cual se analizará en próximos apartados.

Tabla 6.16: Precio que estaría dispuesto a pagar por cada actividad

Tabla 6.17: Km. desde cada provincia a Cinctorres

	N	Mín.	Máx.	Media
Cursos natación adultos en agosto (1h.)	92	0	30	6,38
Cursos natación para tus hijos en agosto (1h.)	74	0	20	5,49
Clases de zumba para adultos en agosto (1h.)	86	0	15	5,01
Clases iniciación a la escalada en agosto (1h.)	92	0	20	6,32
Visita guiada a los monumentos del pueblo	100	0	20	5,63
Excursión senderista con guía sobre el avifauna	103	0	20	7,11
Excursión senderista con safari fotográfico	96	0	25	7,82
Excursiones en grupo por las rutas BTT	85	0	25	7,13
Clases formación en futbito para adultos (1h.)	79	0	25	4,10
Clases formación en frontón para adultos (1h.)	82	0	20	4,45
Clases formación en squash para adultos (1h.)	80	0	20	4,58
Clases formación en futbito para tus hijos (1h.)	72	0	20	4,39
Clases formación en frontón para tus hijos (1h.)	71	0	20	4,90
Clases formación en squash para tus hijos (1h.)	70	0	52	5,66
Menú degustación "El porc a Els Ports"	101	0	30	17,80
Partidas de paintball	94	0	40	16,20
Fin de semana multideportivo (Bono completo)	93	0	90	19,40
Yincanas para menores de 14 años en agosto	75	0	30	6,60
Talleres de manualidades para menores de 14a.	72	0	15	5,71
Carreras infantiles por edades	72	0	20	4,26
Visita guiada a las Cuevas del Bovalar	104	0	35	7,24
Vueltas en quad (1h)	98	0	30	11,08
Paseos a caballo (1h)	99	0	50	11,25

6.3.2. Importancia de la distancia a recorrer para visitar Cinctorres

En este apartado vamos a analizar el tercer objetivo de la investigación, dado que los dos primeros han podido ser resueltos en el apartado anterior de descripción de la muestra. Dicho tercer objetivo consiste en averiguar si existe relación entre la distancia que tienen que recorrer los encuestados desde su primera residencia hasta Cinctorres y la frecuencia con la que visitan el municipio.

Para ello se procede a realizar un contraste Chi-Cuadrado, ya que las dos variables que vamos a analizar son de naturaleza discreta. Mediante este análisis se pretende conocer la relación existente entre las preguntas 2 (¿En qué localidad tienes tu primera residencia?) y 5 (¿Con qué frecuencia sueles

visitar Cincorres los fines de semana?). Al encontrarnos frente a unas preguntas con muchas subcategorías, se ha creído conveniente reclasificarlas para poder trabajar mejor los datos. La pregunta 2, la cual estaba dividida en 9 provincias, ha sido reclasificada en 3 valores según la distancia entre la provincia de la primera residencia del encuestado y Cincorres (1-Menos de 100km, 2- Entre 100 y 200km y 3- Más de 200km). En la tabla 6.17 se observa la distancia en kilómetros según Google Maps. La pregunta 5, la cual estaba dividida en 5 posibilidades de respuesta, se ha reclasificado agrupándolas en 2 (1- Al menos algún fin de semana cada 3 meses y 2- Cuando hay alguna fiesta o con menor frecuencia). Una vez reclasificadas las dos variables, realizamos el contraste Chi-cuadrado y mostramos los resultados en las tablas 6.18 y 6.19.

Provincia/País	Distancia
Castellón	98,2
Zaragoza	182
Barcelona	280
Madrid	401
Lleida	194
Valencia	167
Alemania	1806
Tarragona	184
Teruel	123

Tabla 6.18: Kilómetros * Frecuencia de las visitas

	Menos de 100 km. (%)	Entre 100 y 200 km. (%)	Más de 200 km. (%)
Al menos algún fin de semana cada 3 meses	60,3	66,7	48,9
Cuando hay alguna fiesta o con menor frecuencia	39,7	33,3	51,1
Total	100	100	100

Tabla 6.19: Prueba Chi-cuadrado: Kilometros * Frecuencia de las visitas

	Valor	g.d.l.	Signif. Asintótica bilateral
Chi cuadrado de Pearson	2,074	2	0,354

Como observamos en la tabla 6.18, las personas que viven a menos de 100km o entre 100 y 200km de Cincorres visitan más frecuentemente el municipio que las que tienen su primera residencia a más de 200km. Pero, por ejemplo, que las personas que viven a entre 100 y 200 kilómetros visiten con mayor frecuencia el municipio que aquellas que sólo tienen que recorrer 100 kilómetros (66,7% frente a 60,3), desmonta la posible hipótesis sobre que

aquellos individuos que tienen que recorrer una menor distancia fueran a visitar más a menudo el municipio.

Además, la tabla 6.19 que expone la significatividad asintótica bilateral del contraste de Chi-cuadrado de Pearson, demuestra que las diferencias que puedan haber entre estos grupos no son estadísticamente significativas. Esto lo sabemos al observar que el nivel de significatividad es superior a 0,05 ($0,354 > 0,05$). Por tanto, rechazamos la hipótesis que planteábamos inicialmente sobre que la distancia a recorrer influiría a la hora de la frecuencia de las visitas al municipio.

6.3.3. Diferencias entre grupos en función de las preferencias

En cuanto al cuarto objetivo, este es el más relacionado con el objetivo general de la investigación y en el que más nos interesa profundizar. Se trata de averiguar si existen diferencias entre grupos en función de las preferencias de actividades. En la tabla 6.15 se han mostrado las medias del nivel de interés de los encuestados con respecto a las actividades propuestas en la pregunta 8 del cuestionario. A continuación, se analizarán más profundamente aquellas que han obtenido una media superior a 3 y que, por tanto, se considera que han resultado interesantes a gran parte del turismo de segunda residencia de Cinctorres, y estas actividades son:

- Excursión senderista con guía sobre el avifauna
- Excursión senderista con safari fotográfico
- Menú degustación “El porc a Els Ports”
- Visita guiada a las Cuevas del Bovalar
- Vueltas en quad
- Paseos a caballo

Observamos que ninguna actividad orientada a niños ha sido puntuada con una media superior a 3, y nos planteamos la hipótesis de que quizás esto es debido a que el análisis se ha realizado al total de la muestra y que, obviamente, aquellas personas sin hijos menores de 14 años no están interesadas en contratar estas actividades. Por tanto, se cree conveniente desarrollar un

análisis de la varianza para averiguar si esta suposición es correcta (tabla 6.20). El análisis ANOVA nos permite analizar dos variables de distinta naturaleza, una discreta y otra continua, y con su realización se pretende generar grupos comparando las medias de cada uno de estos. Para que las diferencias entre los grupos sean significativas y, por tanto, podamos obtener grupos heterogéneos, la significatividad resultante del análisis debe ser inferior a 0,05.

Para que el análisis ANOVA sea más sencillo, se ha realizado una recodificación de variables de la pregunta 11 sobre la situación familiar en dos grupos en vez de cinco, siendo estos grupos las familias con hijos menores de 14 años y el resto de situaciones (soltero/a, pareja sin hijos, familia con hijos mayores de 14 años y pareja con hijos independizados)

Tabla 6.20: Interés en actividades según situación familiar

Interés por realizar las actividades	Grupo	N	Media	Sig.
Cursos natación para tus hijos (3 a 14 a.) en agosto	Familia hijos menores 14	20	3,95	0,000
	Resto situaciones	100	1,93	
Clases de futbito para tus hijos (de 3 a 14 a.)	Familia hijos menores 14	20	2,75	0,001
	Resto situaciones	100	1,71	
Clases de frontón para tus hijos (de 3 a 14 a.)	Familia hijos menores 14	20	3,15	0,000
	Resto situaciones	100	1,78	
Clases de squash para tus hijos (de 3 a 14 a.)	Familia hijos menores 14	20	2,70	0,000
	Resto situaciones	100	1,65	
Yincanas para menores de 14 años en agosto	Familia hijos menores 14	20	3,70	0,001
	Resto situaciones	100	2,37	
Talleres de manualidades para menores de 14 años.	Familia hijos menores 14	20	3,55	0,000
	Resto situaciones	100	2,21	
Carreras infantiles por edades	Familia hijos menores 14	20	3,25	0,001
	Resto situaciones	100	2,11	

A partir de la tabla 6.20 percibimos que las familias con hijos menores de 14 años otorgan una media mucho más elevada a estas actividades que el resto de situaciones familiares, y que estas diferencias son significativas ($0,000 < 0,05$)

y $0,001 < 0,05$). Encontramos que dentro de la categoría familia con hijos menores de 14 años, cinco de las siete actividades propuestas para este público, son valoradas con más de un 3 de media. Pero, debido a que creemos que podría ser contraproducente ofrecer las 5 actividades en un municipio tan pequeño, seleccionaremos las tres con mayor valoración por parte del público objetivo de estas actividades, y éstas son:

- Cursos de natación para tus hijos (niños de 3 a 14 años) en agosto
- Yincanas (juegos de competición) para menores de 14 años en agosto
- Talleres de manualidades para menores de 14 años

A continuación, se va a analizar qué tipo de personas son el público objetivo de todas las actividades seleccionadas, tanto las dirigidas a adultos como las de los niños. Empezaremos con la realización de otro análisis ANOVA con la variable continua sobre las preferencias de dichas actividades y la variable discreta género (hombre o mujer), ya que nos interesaría saber si existen diferencias entre sexos a la hora de realizar la posterior promoción de las actividades. Para el caso de las actividades dirigidas a personas con hijos menores de 14 años, se ha creado una nueva base de datos en el SPSS donde solo aparezcan dichas personas y el análisis no se vea afectado negativamente por el resto de situaciones familiares.

Tabla 6.21: Interés en actividades según género

Interés por realizar las actividades	Grupo	N	Media	Sig.
Excursión senderista con guía sobre avifauna	Hombres	56	3,13	0,908
	Mujeres	64	3,09	
Excursión senderista con safari fotográfico	Hombres	56	3,09	0,968
	Mujeres	64	3,08	
Menú degustación “El porc a Els Ports”	Hombres	56	3,23	0,138
	Mujeres	64	2,84	
Visita guiada a las Cuevas del Bòvalar	Hombres	56	3,32	0,666
	Mujeres	64	3,20	
Vueltas en quad	Hombres	56	3,21	0,182
	Mujeres	64	2,84	
Paseos a caballo	Hombres	56	3,13	0,335
	Mujeres	64	3,39	

Tabla 6.22: Interés en actividades para menores de 14a. según género

Interés por realizar las actividades (familias con hijos menores de 14a.)	Grupo	N	Media	Sig.
Cursos de natación para menores de 14 años	Hombres	9	4,33	0,234
	Mujeres	11	3,64	
Yincanas para menores de 14 años	Hombres	9	4,33	0,031
	Mujeres	11	3,18	
Talleres de manualidades para menores de 14 años	Hombres	9	4,11	0,115
	Mujeres	11	3,09	

En la tabla 6.21 se observan pequeñas diferencias entre las preferencias de hombres y mujeres, pero mirando la significatividad de este estudio concluimos que estas no son estadísticamente significativas (significatividades superiores a 0,05) y, por tanto, no será necesario tener en cuenta el sexo del público objetivo a la hora de ofrecer este tipo de actividades.

Sin embargo, en la tabla 6.22, donde solo se han tenido en cuenta aquellas personas que tienen hijos menores de 14 años, ya que estas actividades van

dirigidas a este segmento, aparece una diferencia significativa entre el interés en contratar yincanas para sus hijos de hombres y mujeres. Los hombres puntúan con una media superior a las mujeres esta actividad (4,33 y 4,18 respectivamente) y la diferencia es estadísticamente significativa ($0,031 < 0,05$). El resto de actividades no muestran significatividad es sus diferencias entre medias por género.

Continuamos con este análisis de mercado preguntándonos a qué tramo de edad debemos dirigir las actividades seleccionadas como preferidas por nuestros encuestados. Para ello procederemos a realizar un análisis de la varianza entre el grado de preferencias de estas actividades y la pregunta 9 que indica el tramo de edad del entrevistado. Volvemos a encontrarnos con una pregunta con muchas posibles respuestas, concretamente 7 tramos de edad, y, por tanto, creemos necesaria una reclasificación de las variables para poder trabajar mejor los datos y obtener únicamente tres segmentos de mercados en cuanto a la edad de los posibles participantes a dichas actividades (1-Entre 14 y 24 años, 2- Entre 25 y 44 años y 3- Más de 45 años).

Para estudiar las valoraciones de los distintos tramos de edad debemos observar la tabla 6.23 que se muestra más adelante.

Para la actividad referida a la excursión senderista con guía sobre avifauna encontramos preferencias muy similares entre los distintos grupos de edad con una significatividad muy elevada que nos indica que no existe ningún tipo de diferencia importante que nos indique dirigir esta actividad a un segmento de edad concreto. Sin embargo, para la otra excursión senderista, es decir, la que incluye safari fotográfico sí existen diferencias significativas ($0,007 < 0,05$) entre los distintos tramos de edad, y esto es debido a que las personas de más de 45 no están tan interesadas en realizar un safari fotográfico y, por tanto, han puntuado esta actividad con una media bastante inferior a las personas de entre 14 y 44 años.

En cuanto al menú degustación “El porc a Els Ports”, destacamos que el tramo de edad más joven es el menos interesado (2’82), pero que esta diferencia no se considera estadísticamente significativa ($0,554 > 0,05$).

La visita guiada a las Cuevas del Bovalar es una actividad más demandada por el tramo de edad de 25 a 44 años (media de 3,70), seguidos de aquellos que tienen entre 14 y 24 años (media de 3,21), y son las personas de más de 45 años las menos interesadas en realizar esta visita (media de 2,82). La significatividad es inferior a 0,05 (0,026) y, por tanto, son diferencias a tener en cuenta a la hora de ofrecer esta actividad.

Por lo que se refiere a las vueltas en quad y los paseos a caballo, es el grupo de edad más joven, de 14 a 24, el que ha mostrado más interés por la realización de estas actividades, con medias de 3,72 y 4,08 respectivamente. Seguidos por el siguiente tramo de 25 a 44 años (3,23 y 3,42) y siendo los mayores de 45 años los menos interesados en disfrutar de una experiencia en quad o a caballo (2,05 y 2,26).

Tabla 6.23: Interés en actividades según tramo de edad

Interés por realizar las actividades	Grupo	N	Media	Sig.
Excursión senderista con guía sobre avifauna	De 14 a 24	39	3,10	0,643
	De 25 a 44	43	3,26	
	Más de 45	38	2,95	
Excursión senderista con safari fotográfico	De 14 a 24	39	3,38	0,007
	De 25 a 44	43	3,37	
	Más de 45	38	2,45	
Menú degustación “El porc a Els Ports”	De 14 a 24	39	2,82	0,554
	De 25 a 44	43	3,14	
	Más de 45	38	3,11	
Visita guiada a las Cuevas del Bovalar	De 14 a 24	39	3,21	0,026
	De 25 a 44	43	3,70	
	Más de 45	38	2,82	
Vueltas en quad	De 14 a 24	39	3,72	0,000
	De 25 a 44	43	3,23	
	Más de 45	38	2,05	
Paseos a caballo	De 14 a 24	39	4,08	0,000
	De 25 a 44	43	3,42	
	Más de 45	38	2,26	

Este análisis de edades no tiene tanta importancia para el caso de las tres actividades dirigidas a niños, ya que el 70% de los padres con niños menores de 14 años se encuentran en el tramo de edad comprendido entre 35 a 44 años y en el 30% se encuentran entre 25 a 34 años y entre 45 y 54 años. Aunque

probemos a realizar este análisis, encontramos muy pocas diferencias y todas ellas no significativas.

A la hora de promocionar las actividades que se van a realizar, también puede ser interesante saber qué nivel de estudios poseen los clientes a los que nos dirigimos. Así pues, se va a llevar a cabo un análisis ANOVA para comprobar si las actividades son preferidas por personas con un nivel de estudios determinado. Para eso, reclasificamos la variable estudios superados en tres ítems: Sin estudios o primarios, secundarios y universitarios o post-universitarios.

Al realizar el análisis no obtenemos diferencias significativas en ninguna de las actividades y, por tanto, concluimos que el nivel de estudios no afecta al interés que tienen los encuestados respecto a las actividades.

Lo mismo ocurre en el caso de la situación familiar de los encuestados, el indicador de significatividad es superior a 0,05 en el caso de todas las actividades y, por tanto, también concluimos que la situación familiar del cliente no afectará a la preferencia de las actividades.

6.3.4. Qué precio están dispuestos a pagar y la influencia de la renta

El quinto y último objetivo de esta investigación de mercado es determinar el precio que estarían dispuestos a pagar estos consumidores por cada una de las actividades propuestas y si éste varía en función de los ingresos que entran al hogar del encuestado. En primer lugar, mirando la tabla 6.24 vamos a recordar la media que estaban dispuestos a pagar los encuestados de cada una de las actividades seleccionadas (Datos extraídos de la tabla 6.16) y añadiremos el precio medio a pagar para las actividades dirigidas a niños utilizando la base de datos donde únicamente se tiene en cuenta a los encuestados que poseen hijos menores de 14 años (tabla 6.25).

Tabla 6.24: Precio medio dispuesto a pagar por las actividades

	N	Mín.	Máx.	Media
Excursión senderista con guía sobre el avifauna	103	0	20	7,11
Excursión senderista con safari fotográfico	96	0	25	7,82
Menú degustación “El porc a Els Ports”	101	0	30	17,80
Visita guiada a las Cuevas del Bovalar	104	0	35	7,24
Vueltas en quad (1h)	98	0	30	11,08
Paseos a caballo (1h)	99	0	50	11,25

Tabla 6.25: Precio medio a pagar por las actividades para menores de 14a.

	N	Mín.	Máx.	Media
Curso de natación (menores 14) en agosto (1h)	18	3	10	5,5
Yincanas (menores de 14 años) en agosto	18	0	15	5,61
Talleres de manualidades (menores de 14 años)	17	0	15	5,82

Para observar si hay relación entre el precio que están dispuestos a pagar los encuestados por cada una de estas actividades y los ingresos que entran en sus hogares, se ha realizado un análisis de la varianza donde se ha observado que la media de euros apenas varía entre los distintos niveles de ingresos y que, además, esas pequeñas diferencias no son estadísticamente significativas.

De la misma forma, se ha realizado el análisis con respecto a la ocupación principal, para confirmar o desmentir la hipótesis sobre si los trabajadores están dispuestos a pagar más que las personas que están en el paro o los estudiantes, pero las diferencias tampoco han sido significativas y, por tanto, no relacionaremos estas dos variables.

Sin embargo, en el ANOVA realizado entre el precio que están dispuestos a pagar los encuestados por las actividades y el tramo de edad en que se encuentran sí se han observado diferencias significativas en algunos casos, por eso se adjunta la tabla 6.26 donde observarlas.

Tabla 6.26: Precio medio según tramo de edad

Precio dispuesto a pagar por actividad	Grupo	N	Media	Sig.
Excursión senderista con guía sobre avifauna	De 14 a 24	36	7,56	0,239
	De 25 a 44	39	7,64	
	Más de 45	28	5,79	
Excursión senderista con safari fotográfico	De 14 a 24	34	8,41	0,006
	De 25 a 44	40	9,05	
	Más de 45	22	4,68	
Menú degustación “El porc a Els Ports”	De 14 a 24	34	16,26	0,208
	De 25 a 44	38	18,74	
	Más de 45	29	18,38	
Visita guiada a las Cuevas del Bovalar	De 14 a 24	35	7,63	0,041
	De 25 a 44	41	8,32	
	Más de 45	28	5,18	
Vueltas en quad	De 14 a 24	37	11,46	0,677
	De 25 a 44	39	11,44	
	Más de 45	22	9,82	
Paseos a caballo	De 14 a 24	38	11,58	0,925
	De 25 a 44	39	10,87	
	Más de 45	22	11,36	

Encontramos diferencias estadísticamente significativas en dos actividades. En primer lugar, la excursión senderista con safari fotográfico ($0,006 < 0,05$), en la cual los tramos de edades de 25 a 44 años y de 14 a 24 años están dispuestos a pagar una cantidad de dinero bastante superior a la que querrían gastarse los mayores de 45 años (9,05 y 8,41 frente a 4,68). En segundo lugar, en la visita guiada a las Cuevas del Bovalar, de la misma forma que ha ocurrido en la actividad anterior, son las personas más mayores las que menos dinero están dispuestas a pagar (5,18 frente a 7,63 y 8,32 de los otros tramos de edades).

6.4. CONCLUSIONES A PARTIR DE LOS RESULTADOS

Tras los análisis pertinentes se obtienen una serie de conclusiones de la investigación sobre el turismo de segunda residencia en Cincorres. En primer lugar destacamos que los principales motivos por los que nuestros encuestados visitan Cincorres son pasar tiempo con familiares y amigos, descansar y desconectar de la rutina, disfrutar de las fiestas del pueblo y disfrutar de la naturaleza y paisajes de la zona.

Otra deducción de este análisis es la no relación entre la localidad donde los entrevistados poseen su primera residencia con la frecuencia que éstos visitan Cincorres los fines de semana.

También observamos que la actividad más practicada en el municipio de Cincorres es el senderismo. Además, dos de las nuevas actividades más demandadas son relacionadas también con el senderismo (excursión senderista con guía sobre el avifauna y excursión senderista con safari fotográfico).

A continuación, procedemos a sintetizar en la tabla 6.27 las principales características de las personas interesadas en realizar las actividades seleccionadas como más demandadas por el turismo de segunda residencia en Cincorres.

Tabla 6.27: Características de las personas interesadas en cada actividad

Excursión senderista con guía sobre el avifauna
<ul style="list-style-type: none"> • Precio medio dispuesto a pagar: 7,11€
Excursión senderista con safari fotográfico
<ul style="list-style-type: none"> • Más éxito entre las personas de 14 a 44 años • Precio medio dispuesto a pagar: 7,82€ • Los menores de 44 años están dispuestos a pagar un precio superior.
Menú degustación “El porc a Els Ports”
<ul style="list-style-type: none"> • Precio medio dispuesto a pagar: 17,80€
Visita guiada a las Cuevas del Bovalar
<ul style="list-style-type: none"> • Más éxito entre las personas de 14 a 44 años • Precio medio dispuesto a pagar: 7,24€ • Los menores de 44 años están dispuestos a pagar un precio superior.
Vueltas en quad
<ul style="list-style-type: none"> • Más éxito entre los tramos de edad “De 14 a 24” y “De 25 a 44” • Precio medio dispuesto a pagar: 11,08€
Paseos a caballo
<ul style="list-style-type: none"> • Más éxito entre los tramos de edad “De 14 a 24” y “De 25 a 44” • Precio medio dispuesto a pagar: 11,25€
Cursos de natación para tus hijos (menores 14 años)
<ul style="list-style-type: none"> • El 70% de los padres con hijos menores de 14 tienen entre 35 y 44 a. • Actividad más valorada por familias con hijos menores de 14a. • Precio medio dispuesto a pagar: 5,5€
Yincanas para menores de 14 años
<ul style="list-style-type: none"> • Más interés por parte de los hombres • El 70% de los padres con hijos menores de 14 tienen entre 35 y 44 a. • Actividad más valorada por familias con hijos menores de 14a. • Precio medio dispuesto a pagar: 5,61€
Talleres de manualidades para menores de 14 años
<ul style="list-style-type: none"> • El 70% de los padres con hijos menores de 14 tienen entre 35 y 44 a. • Actividad más valorada por familias con hijos menores de 14a. • Precio medio dispuesto a pagar: 5,82€

Estudiando los resultados se cree conveniente eliminar los paseos a caballo de las actividades a ofertar, debido a que los encuestados han marcado un precio medio a pagar de 11,25€, cantidad que contrastándolo con la inversión necesaria y los precios impuestos por la competencia, no sería suficiente para mantener activa dicha actividad.

Una vez comentado esto, se decide agrupar las actividades en tres ofertas turísticas dirigidas a tres segmentos distintos. En primer lugar, se ofertarán las actividades de aventura (Excursiones senderistas con guía sobre avifauna y con safari fotográfico, visita guiada a las Cuevas del Bovalar y vueltas en quad) a un público objetivo de entre 14 a 44 años, que en la mayoría de ocasiones estará dispuesto a pagar un precio superior por este tipo de actividades. Cabe destacar que aunque en el caso de la excursión senderista con guía sobre avifauna no haya salido este tramo de edad significativamente distinto al resto, se ha decidido dirigirla también a este segmento debido a la similitud con la otra excursión senderista con safari fotográfico y entre las cuales se podrían llevar a cabo economías de escala. En segundo lugar, se realizará una oferta gastronómica a través del menú degustación “El Porc als Ports” con un marketing indiferenciado debido a la no existencia de características distintas entre los demandantes de esta oferta. Y, por último, se ofertará actividades para niños entre 3 y 14 años, cuyo segmento estará formado por padres de entre 35 a 44 años en su mayoría.

7. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

El mercado al que nos dirigimos posee unas características comunes que son importantes subrayar. Este plan de marketing va dirigido a turistas de segunda residencia de Cinctorres, es decir, personas que visitan regularmente el municipio en sus vacaciones o durante algunos fines de semana. Se trata de individuos que poseen en propiedad o en alquiler una vivienda en Cinctorres o bien que disfrutan del municipio alojándose en casa de un familiar. Además, se trata de personas que les gusta disfrutar de su pueblo, hacer actividades en él rodeados de sus amigos y su familia, disfrutar de sus paisajes y naturaleza, y desconectar de la rutina de la vida diaria.

Dentro de este mercado general al que nos dirigimos, cabe destacar la existencia de tres públicos objetivos más concretos, formados por personas con ciertas características comunes a las que vamos a dirigir tres ofertas turísticas distintas con diferentes acciones de marketing.

En primer lugar tenemos el público objetivo al que dirigir las actividades relacionadas con la aventura, como son la excursión senderista con guía sobre la avifauna, la excursión senderista con safari fotográfico, la visita guiada a las Cuevas del Bovalar y las vueltas en Quad. Es un segmento marcado por la variable demográfica edad, ya que se trata de personas entre 14 a 44 años que se atreven a probar actividades diferentes a las acostumbrados a realizar, y compartir éstas con amigos y familiares, estando dispuestos a pagar un precio superior al resto de personas con una edad superior.

El segundo público objetivo al que nos dirigimos es a aquel formado por los amantes de la gastronomía de la comarca, ya que la actividad ofrecida es el menú degustación “El Porc a Els Ports”. En este caso, no existe variable demográfica que nos segmente este mercado, sino que se trata de una actividad dirigida a un mercado de masas dentro de la acotación de turista de segunda residencia de Cinctorres. Son personas, de cualquier edad, género, nivel de estudios o situación familiar, que les guste la carne del cerdo y sean conscientes de la importante producción de ésta en la comarca, es decir, personas que valoran el degustar un producto gastronómico de la zona.

Además, se trata de individuos que están dispuestos a pagar alrededor de los 18€ por este tipo de menú, sin importar el nivel de ingresos que entran en su hogar mensualmente.

Y el tercer, y último, público objetivo al que dirigimos nuestras acciones de marketing está formado por madres y padres de niños entre 3 y 14 años que están dispuestos a apuntar a sus pequeños a actividades como cursos de natación, yincanas o talleres de manualidades. Para ello, estas personas están dispuestas a pagar un precio algo superior a los cinco euros por sesión, para que sus hijos realicen deporte o se entretengan aprendiendo cosas nuevas y relacionándose con otros niños de sus edades.

8. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING

Una vez efectuado el análisis y diagnóstico de la situación, se van a fijar los objetivos de marketing que se quieren alcanzar. Éstos van a estar divididos en las nuevas tres ofertas turísticas que se les ofrece a los turistas de segunda residencia de Cinctorres, por lo que los objetivos uno y dos están relacionados con las actividades de aventura, el objetivo número tres con la oferta gastronómica y los objetivos cuatro y cinco tienen que ver con las actividades infantiles.

Objetivo nº 1: Que las actividades de aventura, al finalizar el año 2015, alcancen el siguiente mínimo de usuarios: Excursión senderista sobre avifauna 60 usuarios, excursión senderista con safari fotográfico 60 usuarios, visitas guiadas a las Cuevas del Bovalar 60 usuarios y vueltas en Quad 75 usuarios.

Objetivo nº 2: Utilización de los Quads una media de 5 personas al mes, desde septiembre a mayo, de forma que se desestacionalice esta actividad por la necesidad de mantener estos vehículos todo el año.

Objetivo nº 3: Servir una cantidad mínima de 120 menús gastronómicos “El Porc a Els Ports” durante los meses de abril y mayo de 2015.

Objetivo nº 4: Que el 75% de los padres o madres de los niños que hayan participado en las actividades infantiles muestren una satisfacción superior a 4 en una escala del 1 al 5.

Objetivo nº 5: Conseguir que cada actividad infantil supere en el mes de agosto de 2015 las 25 inscripciones.

A continuación, se explicarán las principales estrategias a seguir para la consecución de estos objetivos.

En primer lugar, y siguiendo la clasificación genérica de Porter en cuanto a ventaja competitiva perseguida y amplitud del mercado, destacamos que Cincorres pretende seguir una estrategia de diferenciación. Para esto, el municipio centrará sus esfuerzos en crear una oferta que pueda ser percibida por el turismo de segunda residencia de Cincorres como única y no comparable con lo que puedan ofrecer otros municipios. Para ello se basará la oferta en la diversión y todas las actividades estarán enfocadas en conseguir esta sensación en sus participantes. Además, se ofrecen paquetes de actividades distintos para diferentes grupos socio-demográficos con gustos diferentes, de forma que se genere una oferta familiar diferenciada.

En segundo lugar, y dentro de las estrategias de crecimiento descritas por Ansoff, Cincorres sigue una estrategia de desarrollo de productos. El municipio ha considerado oportuno desarrollar nuevos productos turísticos que resulten atractivos en un mercado actual como es el turismo de segunda residencia. Mediante esta estrategia se pretende que este mercado ya presente en la localidad, tenga más actividades que realizar en el municipio, estando estas adaptadas a sus preferencias, y con las cuales se podrá aumentar el tráfico de personas en el municipio.

9. POSICIONAMIENTO

En la actualidad, nos encontramos con un municipio cuyo posicionamiento está basado en los dinosaurios, para ello los últimos años se ha trabajado en acondicionar el museo y el yacimiento (ComarquesNord, 2010), de forma que éste sea el principal atractivo del pueblo en el que debe pensar cualquier persona a la que se le venga a la mente Cincorres. Además, en la actualidad se sigue apostando por este posicionamiento invirtiendo en promocionar dicha actividad con micromecenazgo y “apps” (El Periódico Mediterráneo, 2014).

Sin embargo, creemos necesario un reposicionamiento del municipio, y el más idóneo sería pensar en el municipio como lugar para pasar el tiempo de manera divertida, es decir, Cincorres como pueblo divertido. Para alcanzar este posicionamiento debemos conseguir generar experiencias divertidas para los turistas de segunda residencia de Cincorres, y éstas las obtendremos a través de la realización de tres tipos de actividades que generarán diversión a tres públicos objetivos distintos. Para los más pequeños del pueblo, es decir, los niños de entre 3 y 14 años, se conseguirá que estos pasen buenos momentos a través de la realización de cursos de natación, yincanas competitivas y talleres de manualidades. A las personas de entre 14 y 44 años, se les aportará momentos de diversión en las salidas senderistas, las visitas a las Cuevas del Bovalar o a través de la conducción de Quads por los alrededores del municipio. Y para toda la población de segunda residencia en general, se les ofrecerá la posibilidad de disfrutar comiendo un buen menú degustación del cerdo de la comarca.

Con el adecuado desarrollo de las actividades e intentando que éstas sean entretenidas y que hagan pasar a nuestros públicos objetivos un buen rato de esparcimiento y de risas con el resto de compañeros de actividad, se logrará que los turistas de segunda residencia al pensar en Cincorres lo primero que se les venga en mente sea la diversión que se genera en el municipio, y que sea esto lo que transmitan al resto de públicos potenciales.

10. DEFINICIÓN DE LOS PLANES DE ACCIÓN

10.1 DECISIONES DE PRODUCTO Y MARCA

Los productos, o más bien servicios, que se les va a ofrecer a los turistas de segunda residencia de Cinctorres son aquellas actividades en las que ellos han mostrado mayor interés en la encuesta que se les ha realizado a una muestra representativa durante los meses de julio y agosto, y cuyos resultados han sido analizados en la investigación de mercado del apartado 6. Concretamente, se les ofrecen tres ofertas de actividades para tres públicos objetivos distintos.

Actividades de aventura:

- Excursión senderista con guía sobre el avifauna de la zona
- Excursión senderista con safari fotográfico
- Visita guiada a las Cuevas del Bovalar
- Vueltas en quad

Oferta gastronómica:

- Menú degustación “El porc a Els Ports”

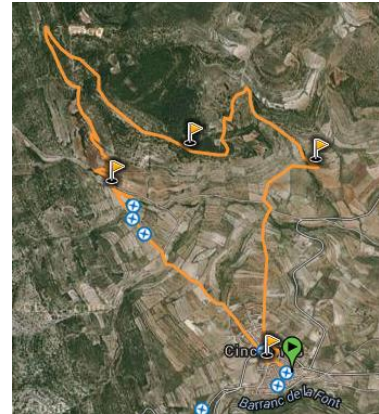
Actividades infantiles:

- Cursos de natación para niños de entre 3 y 14 años
- Yincanas (juegos de competición) para niños entre 3 y 14 años
- Talleres de manualidades para niños entre 3 y 14 años

A continuación, se procederá a la explicación detallada de cada uno de estos servicios.

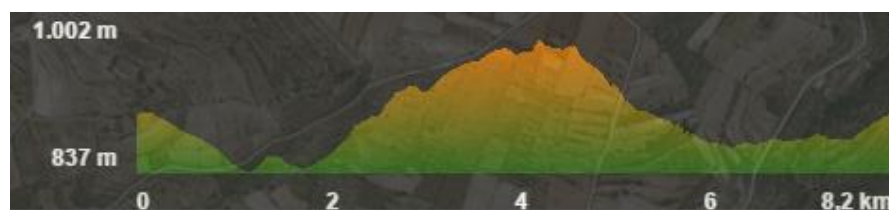
Excursión senderista con guía sobre el avifauna de la zona

Esta actividad se basará en la realización de una ruta senderista en la que disfrutar de la gran variedad de especies de aves que habitan en Cinctorres. Esta ruta será guiada por un especialista de la comarca en avifauna y se realizará el siguiente recorrido: Salida desde Cinctorres, concretamente desde la plaza de la Iglesia, y se recorrerán senderos del municipio



hasta la *Torreta dels Moros*. De ahí se desciende a la zona de la ermita de *La Mare de Déu de Gràcia* y, posteriormente, se vuelve al municipio acabando la ruta en la *Plaça del Pou*. Son un total de 8,2 kilómetros con un desnivel acumulado de 216 metros, siendo la altitud mínima 837 metros y la máxima 1.002 metros. No se trata de una excursión dura y complicada, sino una ruta para aprender y disfrutar de la riqueza de avifauna, motivo por el que esta zona ha sido declarada Zona de Especial Protección para las Aves. Durante la ruta, se aprovechará la existencia de dos observatorios de aves, uno en la Torre de los Moros y otro en la Virgen de Gracia, para apoyar la explicación del experto. En éstos se encuentra un bebedero para las aves, un panel explicativo de las especies y los observatorios de madera.

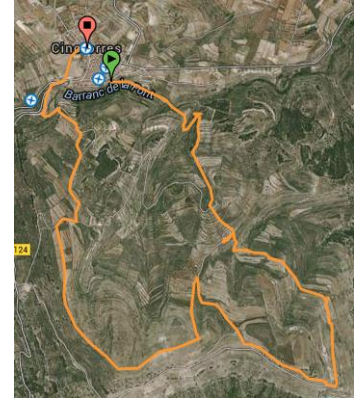
En la parada que se realizará en *La Mare de Déu de Gràcia* se les ofrecerá un picoteo a los asistentes donde podrán reponer fuerzas comiendo fruta y algunas pastas típicas de Cinctorres, además de beber agua o bebida isotónica.



Excursión senderista con safari fotográfico

La realización de una excursión por el término de Cincorres con una persona experta en fotografía dará la oportunidad a los clientes de esta actividad de pasar una tarde diferente disfrutando de las vistas que nos ofrecen los alrededores de Cincorres, a la vez que conseguir unas instantáneas preciosas con las que poder presumir de municipio.

Dicha excursión comenzará desde la plaza del ayuntamiento de Cincorres y de ahí se recorrerán los alrededores del municipio hasta la ermita de *Sant Pere*, siguiendo por el *Mas de Collet*, *Mas Nou* y, posteriormente, se llegará a la *ermita de Sant Marc*, desde donde se regresará al pueblo. Esta ruta posee una altitud máxima de 1.100 metros desde la cual se puede contemplar unas vistas dignas de fotografiar:



Morella, Castellfort y el propio Cincorres, la *ermita de Sant Cristòfol* y *La Roca Parda*. La distancia a recorrer en esta ruta será de 10,35 km. con un desnivel acumulado de 430 metros. En esta actividad también se les ofrecerá a los participantes un picoteo, de iguales características que el de la excursión sobre la avifauna, que tendrá lugar en la *ermita de Sant Marc*.

Los asistentes a la excursión deberán traer sus cámaras fotográficas o su teléfono móvil para conseguir las mejores instantáneas. La persona encargada de dirigir la marcha será un experto en fotografía, quien aconsejará a los caminantes desde donde tomar las mejores fotos y cuáles son los mejores ángulos. A la vez, esta persona llevará con él una buena cámara fotográfica con la que realizar fotos grupales a los asistentes, para que ellos puedan tener fotografías con sus familiares y amigos alrededor de preciosos paisajes. Dos días después de la excursión, los asistentes podrán pasarse por el ayuntamiento de Cincorres con su pendrive para recoger estas instantáneas.



Visita guiada a las Cuevas del Bovalar

Se trata de visitar unas cuevas situadas en el monte del Bovalar, hacia las cotas más altas del término municipal de Cincorres con 1259 metros. Es una cavidad con galerías de dimensiones más bien modestas, pero la gran cantidad de formaciones hacen de ella una cueva muy interesante de visitar. En muchas zonas se tiene que gatear y es básicamente una cueva de recorrido horizontal.

La actividad de la visita guiada a estas cuevas se realizará en grupos de 10 personas y éstas irán acompañadas de un experto en espeleología de la Sociedad Deportiva ESPEMO de Morella, que dará las instrucciones de cómo moverse por la cavidad a todos los asistentes y que, posteriormente, en



el interior les enseñará las mayores curiosidades de ésta, como por ejemplo la gran cantidad de raíces que cuelgan del techo en algunos puntos de la cavidad. Además se les explicará las diferentes fases evolutivas que ha tenido la cueva.

A los participantes se les pedirá que asistan a la visita con ropa vieja y robusta, como por ejemplo, monos de trabajo, y con guantes para no hacerse daño en las manos. Desde la actividad se les proporcionará un casco con una luz frontal que les protegerá de cualquier golpe y les iluminará dentro de la cavidad.

Vueltas en Quad

Para la realización de esta actividad el ayuntamiento tendrá en su posesión 5 Quads, uno de ellos será un cuadriciclo ligero, el cual se puede conducir con los permisos de clase AM, A1, A2, A o B, y los cuatro restantes serán cuadriciclos no ligeros, los cuales necesitan un permiso de la clase B para ser conducidos. Además, todos estos vehículos poseerán un seguro de responsabilidad civil.

Cuando una o varias personas quieran utilizar un vehículo de éstos deberán acudir al ayuntamiento donde se realizarán las gestiones del alquiler para ese

mismo momento, si los vehículos están libres, o realizar la pertinente reserva para un día y una hora determinada. Junto con el alquiler del Quad también se les entregará el correspondiente casco homologado.

Las personas menos familiarizadas con este tipo de vehículos también pueden solicitar, con reserva anticipada, una excursión de una hora con Quad, en la que un monitor hará de guía a máximo 4 personas por el término de Cincorres enseñándoles el manejo básico de un Quad de dichas características.

Menú degustación “El porc a Els Ports”

El Menú degustación del cerdo denominado “El porc a Els Ports” será ofrecido por el restaurante “El Faixero” durante los meses de marzo y abril. Se ha considerado ofrecerlo en estos meses debido a que es una época del año en la que en el municipio de Cincorres todavía



hace fresquito y apetece degustar este tipo de carnes. Además, son fechas en las que los turistas de segunda residencia visitan la localidad por sus vacaciones de Semana Santa, Fallas y Magdalena.

Este menú constará de seis platos. Los tres primeros se servirán en el centro de la mesa a compartir entre los comensales, y éstos serán: Jamón y quesos de la comarca, carpaccio de manitas, y oreja de cerdo. Los tres siguientes se servirán individualmente para la degustación de tres especialidades del cerdo: Brochetas de solomillo de ibérico, presa ibérica al Pedro Jiménez con compota de frutas, y carrillada de cerdo. Junto al menú también se servirá pan con ajo aceite y tomate. Al finalizar los clientes podrán elegir uno de los postres de la casa.

En el momento de los postres, o al finalizar la comida, uno de los camareros, o si es posible el propio dueño del restaurante, se dirigirá a los clientes para preguntarles si el menú ha sido de su agrado. De esta forma se transmitirá cercanía a los consumidores, a la vez que servirá al restaurante como consejo

sobre que platos han gustado más, o cuales no han agradado tanto, de cara a la elaboración del menú para los años siguientes.

Cursos de natación para niños de entre 3 y 14 años

Esta actividad se basará en la realización de cursos de natación para niños de entre 3 y 14 años durante el mes de agosto. Los cursos serán divididos en dos quincenas para que puedan disfrutar de ellos tanto aquellas familias que están durante todo el mes de agosto en el municipio, como aquellas que sólo lo hacen la segunda quincena del mes. Con estas clases, los niños aprenderán y mejorarán la natación durante tres horas semanales, divididas en tres días (lunes, miércoles y viernes).

Las clases serán impartidas por personas tituladas en dicho ámbito, es decir, con posesión del título de monitor federativo de natación. Para ello, podrán contratarse a personas individuales con dicha titulación o alguna empresa dedicada a este fin, como por ejemplo “Esport i Diversió”, empresa vilafranquina dedicada al deporte y a la recreación, y la cual tiene experiencia en la realización de cursos de natación para bebés, niños, adultos, tercera edad y embarazadas.

La organización final de las clases no se llevará a cabo hasta tener el listado final de inscritos. Según el número de alumnos se contratará más o menos profesores y éstos el primer día de curso realizarán una prueba a cada niño para poder clasificarlos por grupos y niveles.

Los cursos se llevarán a cabo en las piscinas de Cinctorres. Aquellos grupos formados por niños más pequeños o por los niveles de iniciación, realizarán las clases en la piscina climatizada, mientras que los grupos dedicados al



perfeccionamiento del deporte, los cuales necesitan una piscina con unas dimensiones superiores, realizarán las clases en la piscina exterior, situada en las mismas instalaciones que la anterior.

Yincanas (juegos de competición) para niños entre 3 y 14 años

Esta actividad será realizada durante una tarde del mes de agosto y su finalidad es entretener a los más pequeños del municipio, a la vez que inculcarles que la diversión y el deporte van unidos de la mano.

La yincana constará de tres pruebas, a las cuales se les podrá regular el nivel de dificultad según la edad del grupo de niños que vayan a realizarla.

La primera de ellas es un juego muy sencillo el cual consiste en la búsqueda de tapones. Los monitores habrán escondido tapones de botellas de distintos colores alrededor del polideportivo del pueblo, en el campo de futbito, en el de frontón, por los columpios...y en un tiempo determinado, por ejemplo 5 minutos, los grupos de niños deberán encontrar los máximos posibles. Una vez transcurrido el tiempo, se realizará el recuento de tapones por grupo, teniendo en cuenta que cada color posee una puntuación, por ejemplo los tapones negros otorgarán 5 puntos, los rojos 3 puntos y los blancos 1 punto. El equipo que más puntos haya acumulado será el vencedor.

La segunda prueba es la carrera de pistas. Este juego consiste en una carrera de relevos (zigzaguar conos, salto de obstáculos, pasar por debajo de unas cuerdas...) en la que durante el trayecto los niños irán recogiendo tarjetas con pistas que les ayudarán a resolver el misterio de la prueba. Una vez los participantes lleguen al final del recorrido deberán decidir si resolver el misterio con las pistas obtenidas, o regresar corriendo, para dar el relevo al siguiente compañero y que vuelva a hacer la carrera para encontrar nuevas pistas. Ganará el equipo que antes resuelva el acertijo. El acertijo podrán ser desde únicamente letras para formar una palabra dándoles el tema (animales, frutas...) para los más pequeños, hasta películas o frases hechas para los participantes de mayor edad.

La tercera y última actividad es la sardina, una variante más original del escondite. Se elige a un niño para que haga de "sardina". La sardina se esconde preferentemente en un sitio amplio, mientras los demás pequeños cuentan hasta 100. Una vez terminado el tiempo de espera, cada niño debe intentar encontrar a la "sardina". Quien la encuentre en vez de descubrirle,

debe esconderse junto a ella. Así sucesivamente hasta que el último en encontrar la sardina pierde. Éste será la nueva “sardina” en la próxima partida.

Como monitores de dicha actividad se contratarán a personas jóvenes, siempre mayores de 18 años, con vitalidad y ganas de pasar un buen rato con los niños. Se exigirá la posesión del título de monitor de tiempo libre o posesión de algún grado formativo o carrera universitaria relacionada con el mundo de la educación (magisterio, INEF...).

Talleres de manualidades para niños de entre 3 y 14 años

Este taller de manualidades será realizado una tarde del mes de agosto en el local multiusos del municipio, normalmente llamado local de fiestas. Se prepararán mesas donde los pequeños podrán realizar sus manualidades guiados por los profesores, los cuales poseerán las mismas características que en el caso de las yincanas.

Una de las manualidades a realizar será la bola anti estrés de arroz, la cual les ayudará a desarrollar la coordinación y la paciencia. Para esta manualidad será necesario arroz, embudos y globos de colores, y los pasos a realizar serán los siguientes: llenar el globo de



arroz con ayuda del embudo, cuando esté lleno se corta la boquilla del globo, se coge otro globo al cual también se le corta la boquilla si se pone encima del primero cubriendo el agujero. Se les pueden hacer cortes de distintas formas a los globos y utilizar tantos como se quiera de distintos colores para personalizar la bola anti estrés. Si se fabrican tres, se pueden realizar malabares con ellas y pasar un buen rato con los niños.

La segunda manualidad consistirá en realizar un portalápices con un rollo de papel higiénico. A parte de esto último, también serán necesarios palos de madera, cola blanca, pincel, pinturas y otros materiales para decorar el portalápices. En primer lugar, se pegarán los



palos alrededor del rollo de papel higiénico con la cola blanca. Posteriormente, se pintarán éstos al gusto del niño y, para finalizar la manualidad, se pegarán

los elementos decorativos. Al inferior del bote se le puede colocar un trozo de cartón pintado para hacer de base. Los niños que no quieran colocar los palos, también pueden cubrir el rollo con una cartulina personalizada.

La tercera, y última manualidad, será la realización de botellas o botes de cristal decorados con sal coloreada, para ello será necesario sal, tizas de colores, papeles y frascos de vidrio. El procedimiento comenzará echando un poco de sal sobre un papel y esta



sal se coloreará frotando la tiza del color que se desee sobre ella. Una vez la sal esté teñida de ese color se echará dentro del frasco de cristal, y se hará lo mismo con otros colores hasta conseguir que el frasco quede totalmente personalizado con sal de distintos colores.

Para la realización de las distintas manualidades, se les pedirá a los niños que todos aquellos que puedan traigan un tarro de cristal. De todas formas, desde la organización se conseguirán varios botes para aquellos niños que no los hayan podido traer.

GESTIÓN DE MARCAS

Para hablar de la gestión de marcas en este proyecto, hay que tener en cuenta la existencia de una política de marca en el municipio. En la actualidad, la localidad sigue una estrategia de marca mixta a través de la utilización de una marca genérica con un complemento propio para cada producto. Es decir, utiliza como marca genérica o corporativa el propio nombre del municipio “Cíntorres” y a éste se añade un complemento dependiendo del tipo de servicio o actividad que va a representar. Tenemos ejemplos como “Cíntorres dinomanía”, “Cíntorres emprendedor” o “Cíntorres espacio sostenible” entre otros.

Creemos que se trata de una estrategia de marca adecuada y es por ello que se seguirá la misma línea incorporando tres nuevas marcas a esta política ya establecida. Éstas serán “Cíntorres aventura”, “Cíntorres gastronòmic” y “Cíntorres per als xiquets”. Con el complemento que acompaña a la marca corporativa Cíntorres se pretende transmitir lo más claramente posible las características de las actividades englobadas en cada pack ofertado.

Otro aspecto que se ha tenido en cuenta a la hora de la creación de las marcas es el propio público objetivo de las mismas, y éste principalmente es el turismo de segunda residencia de Cíntorres. Se trata de un pueblo de habla valenciana, y la gran mayoría de personas que disfrutan de sus vacaciones en él tienen este idioma como lengua materna, así que se ha creído conveniente seguir también en este aspecto la política de marca actual, y crear marcas en valenciano de forma que transmitan más a los clientes, y se sientan más identificados con las mismas.

En cuanto al logotipo para transmitir estas marcas, también creemos conveniente seguir en la línea del ya presentado en 2010 por el



ayuntamiento del municipio para la marca “Cíntorres, Dinomania, Parc Cultural”, sustituyendo en este caso la palabra dinomanía por “aventura”, “gastronòmic” y “per als xiquets”, suprimiendo “parc cultural” y sustituyendo el dibujo de un dinosaurio por otros más característicos de cada una de las

ofertas turísticas. La decisión de seguir con la misma línea de logotipo es para crear un nexo de unión entre todas las marcas de la localidad que actúan bajo la marca corporativa Cincorres y transmitir esto a los turistas. Además, se cree que esta línea de logotipo cumple con las reglas básicas de un buen logotipo. En primer lugar, se trata de un logotipo sencillo, fácil de visualizar y de interpretar, siendo, además, exportable, ya que el



ayuntamiento podrá utilizar esta línea de logotipo en diferentes productos y servicios. Por otro lado, no solo se trata de un logotipo estético, sino que también transmite dónde se realizan las actividades, en Cincorres, y qué tipo de pack se ofrece, de aventura, de gastronomía o dirigido a los pequeños de la casa. También se debe tener en cuenta que es un logotipo corporativo, ya que transmite los valores del ayuntamiento, a la vez que es positivo evocando conceptos como la aventura, la gastronomía y los niños, todos ellos relacionados con la diversión. Asimismo es funcional, ya que se puede hacer uso de él en diferentes soportes (online, offline...).

Por otra parte, se creará un eslogan cuyo objetivo principal será recordar a los consumidores de estas actividades cuál es el principal objetivo de las mismas: la diversión. Es necesario que sea un eslogan corto, simple y creíble, que defienda el espíritu y la personalidad del municipio. Además debe contener las palabras “Cincorres” y “Diversió”, por tanto creemos que “Cincorres és diversió” es la opción más adecuada y directa para crear el posicionamiento deseado en la mente de los consumidores.

10.2. DECISIONES DE PRECIO

Debido a que se trata de unos servicios ofrecidos desde una institución pública, como es el ayuntamiento de Cincorres, no se busca la maximización de beneficios con la realización de estas actividades, sino que el objetivo que se persigue es la generación de tráfico en el pueblo para otorgarle vitalidad y vivacidad, y a la vez crear puestos de trabajo directos e indirectos. Por tanto, la determinación de los precios se realizará en base al coste de las mismas, a excepción de la oferta gastronómica, la cual es ofrecida por una institución privada como es un restaurante y sí que se busca la generación de beneficio para el mismo. Además, también se tendrá en cuenta el precio dispuesto a pagar por el público objetivo de cada oferta turística. A continuación, se va a fijar el precio final de cada actividad en base a estos criterios.

Excursión senderista con guía sobre el avifauna de la zona

Uno de los principales costes de la excursión senderista con guía sobre el avifauna es la contratación de un experto en aves para la realización de la ruta, lo que significará un coste de 60€ (4h de trabajo a 15€/h). Además, a los asistentes se les ofrecerá un picoteo basado en bebida como agua e isotónica (15€), fruta (20€) y pastas típicas de Cincorres (30€). Para la preparación de dicho picoteo, dos personas del ayuntamiento deberán invertir 3h de trabajo (comprando, preparando y sirviendo esta merienda) que supondrá un coste de 60€ más. También se realizará un gasto de 20€ en la compra de comida para las aves con la que se intentará ver más de cerca a alguna de ellas.

El total de estos costes ascienden a 205 euros. Y la demanda esperada para dicha actividad es de 60 personas. Según el número de inscritos los costes pueden variar, al necesitar más inversión en comida y bebida. El coste de esta actividad para este número supuesto de asistentes ascendería a 3'5 € por persona, pero se cree conveniente estimar un precio final de 6€ por individuo, para subsanar los gastos de comunicación que esta actividad comparte con el resto de actividades u otros gastos imprevistos. Además, dicho precio está bastante por debajo del que han indicado en las encuestas el público objetivo de esta actividad (7,6€). Cabe añadir, que si los ingresos de esta actividad

superaran a los costes de la misma, el ayuntamiento destinaría dicha diferencia a aspectos relacionados con la actividad, como en este caso podrían ser alimentos para las aves o el acondicionamiento de la senda.

Excursión senderista con safari fotográfico

Los costes de la excursión senderista con safari fotográfico son prácticamente iguales a los de la anterior actividad por sus similitudes, ya que se tratan de dos excursiones senderistas con dos temáticas distintas.

Los costes serán el resultado de los gastos relativos a las cuatro horas de trabajo del experto que guiará la ruta (60€), esta vez en fotografía, los 65€ del picoteo estimado para 60 personas y los 60€ relativos a las 3 horas de trabajo de personal del ayuntamiento en la compra y preparación de la merienda. Por tanto, el coste total asciende a 185€. Como ya se ha comentado en el caso anterior, hay que tener en cuenta otro tipo de gastos como son los de comunicación, por eso se cree oportuno sacar al mercado esta actividad por 6€, siendo también elevada la diferencia entre dicho precio y el precio dispuesto a pagar por el público objetivo de esta actividad (8'73€).

Visita guiada a las Cuevas del Bovalar

Para la realización de esta actividad será necesaria la compra por parte del ayuntamiento de diez cascos de seguridad y diez luces frontales para las personas que realicen la visita a las Cuevas del Bovalar. Estos objetos se adquirirán en www.mandala-climb.com por un precio de 24'95€/unidad los cascos y 8'75/unidad las linternas frontales. Por tanto, el coste total de la compra de materiales ascenderá a 337€.

El guía de esta actividad será un experto en espeleología de la sociedad deportiva ESPEMO de Morella, al cual se le deberá pagar 15€/hora más 10€ de transporte. Por tanto, cuando solo realice una visita guiada de dos horas de duración, el coste será de 40€ y cuando en una misma tarde hayan dos grupos para la visita guiada ascenderá a 70€.

La demanda esperada es la relativa a la realización de la actividad dos días en el mes de agosto con dos grupos de 10 personas cada día y otros dos grupos

en semana santa. Es decir, 60 personas dentro de la programación oficial de esta actividad para el 2015. Con esta demanda el precio por persona ascendería alrededor de los 9€, pero debido a que 8€ es el precio máximo dispuesto a pagar por los turistas de segunda residencia de entre 14 y 44 años, se cree oportuno marcar como precio final de la actividad 8€, ya que aunque no se cubran totalmente los gastos, éstos pueden ser cubiertos por otro tipo de turistas o habitantes del municipio aunque no sean especialmente nuestro público objetivo, o mediante la realización de más excursiones durante los fines de semana a petición de los clientes.

Vueltas en Quad

Para poder ofertar esta actividad, el ayuntamiento de Cinctorres debe realizar cierta inversión, ya que es necesaria la compra de los cinco Quads. Comparando precios se cree que en www.maquinariayocio.com pueden comprarse los cinco ejemplares a un precio razonable. El Quad pequeño de 49cc, el cual se puede conducir con cualquiera de los permisos AM, A1, A2, A o B, tendría un coste de 265€, y los cuatro Quads de 125cc ascienden a 520€ la unidad. Además, serían necesarios cinco cascos de 49€ cada uno (www.outletmoto.com). Por tanto, la inversión remonta a 2.590€.

Además, debemos añadir el gasto de mantenimiento de éstos vehículos que asciende a 180€ y el gasto de gasolina relativo a las 75 horas aproximadas de utilización de los mismos (324€).

Para esta actividad es imposible intentar cubrir costes a corto plazo, pero hay que pensar que es una actividad que a medio o largo plazo puede dar vitalidad al municipio. Además, hay que tener en cuenta que sería un atractivo turístico no solo para los habitantes de segunda residencia, sino también para las personas que viven todo el año en el municipio, o para aquellas personas que realizan turismo de forma ocasional en hoteles o casas rurales, pudiendo ofertar esta actividad en algunos de los packs que ofrece el hotel-restaurante “El Faixero”.

Teniendo en cuenta el precio dispuesto a pagar por el público objetivo de esta actividad (11'45€) por una hora de alquiler de un quad, creemos conveniente

estipular un precio de 12€ alquiler de quad + casco, siendo este un precio muy competitivo en el mercado de este tipo de actividades. Con una previsión de 75 alquileres al año, en menos de tres años la inversión estaría recuperada.

Aquellos grupos de personas que quieran realizar las vueltas en quad con guía deberán pagar 25€ más por este servicio, estimando una demanda para esto del 30% de las personas que utilicen los Quads. Además, en los meses que transcurren desde septiembre a mayo se realizará un descuento del 10% en esta actividad.

Menú degustación “El porc a Els Ports”

El caso del menú degustación del cerdo es diferente al resto de actividades, ya que ésta sí que será ofrecida por una empresa privada como es el hotel-restaurante “El Faixero”. El precio dispuesto a pagar por el turista de segunda residencia por la degustación de este menú es de 17,80€. Por tanto, se cree razonable ofrecer el menú a un precio de 15€ (Bebida y cafés no incluidos). Esto proporciona al restaurante cierto margen de beneficio debido a los acuerdos con sus proveedores de la comarca y al tratarse de una carne cuyo precio no es muy elevado. La producción de un menú les supondrá un coste aproximado de 7€. A parte de esto, también se deberán tener en cuenta los costes de promoción del menú, los cuales son más elevados el primer año de lanzamiento. Por otro lado, la demanda prevista es de 120 menús servidos.

Cursos de natación para niños de entre 3 y 14 años

Para los cursos de natación será necesaria la contratación de uno o dos monitores, a los que se les pagará 15€/h. El coste de dicha actividad ascenderá dependiendo del número de alumnos inscritos. Estimando una demanda de 25 niños, organizados por tres grupos de diferentes niveles de 7/8 alumnos, sería necesario contratar 3 horas diarias de servicio los tres días de la semana que se realizarían los cursos. Esto ascendería a 9 horas semanales, es decir, 36 horas mensuales que supondrían un coste total de la actividad de 540€.

Si observamos las encuestas realizadas, los padres de niños menores de 14 años están dispuestos a pagar 5'5€ la hora por clases de natación para sus

hijos, por tanto, está actividad resulta rentable y útil para ayudar con el mantenimiento de las piscinas de Cinctorres.

El precio final que se cobrará por las clases de natación será 3'5€/hora, por lo que ascenderá a 42€ mensuales. A aquellos que únicamente quieran asistir a una quincena el precio será de 25€ (4,15€/h). Además, se les exigirá tener el bono mensual de la piscina (15€) o pagar la entrada a la misma (4€).

Yincanas (juegos de competición) para niños entre 3 y 14 años

Se estima una demanda de 30 niños de entre 3 y 14 años para los juegos de competición, de tal manera es necesaria la contratación de tres monitores, ya que se crearán tres grupos de diez niños cada uno. A estos monitores se les remunerará a 12€ la hora, y deberán invertir un total de 4 horas en la preparación y el desarrollo de los juegos (1h organizando los juegos + 3h llevándolos a cabo con los niños). Por tanto, el coste de personal asciende a 144€, o lo que es lo mismo 4'8€ por niño. Teniendo en cuenta que el precio que están dispuestos a pagar los padres de los pequeños es de 5,61€ y que se cumplen las expectativas de demanda, la actividad será ofertada al público por un precio final de 5€.

Talleres de manualidades para niños entre 3 y 14 años

El coste del personal en este taller de manualidad es el mismo que en el caso de la actividad de las yincanas infantiles, 144€, y la demanda prevista en también la componen 30 niños. Sin embargo, en esta actividad es necesaria la compra de material para realizar las manualidades y esto es: arroz, globos, tijeras, embudos, palos de madera, pinceles, pinturas, sal, cartulinas y tizas. Para ello se destina un presupuesto de 36€, teniendo en cuenta que el ayuntamiento ya posee algunos de estos materiales. Por tanto, el precio al que se ofrecerá esta actividad a los turistas de segunda residencia de Cinctorres es de 6€. Se trata de un precio 0,18€ superior al que ellos han dicho en la encuesta que están dispuestos a pagar, pero en la comunicación de esta actividad se destacará la inclusión en dicho precio del material para las manualidades (a excepción del tarro de cristal el cual, si es posible, cada alumno deberá traer uno de su casa).

10.3 DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN

Para la distribución de las actividades ofrecidas por el ayuntamiento de Cincorres a sus turistas de segunda residencia se utilizará un canal de distribución directo, sin ningún nivel de intermediación. Es decir, las actividades serán ofrecidas directamente desde el Ayuntamiento de Cincorres a los consumidores o, en el caso de la oferta gastronómica, desde el restaurante a los clientes. Existen varias razones que justifican la elección de una distribución directa de las actividades entre las que destacamos las características del mercado, ya que se trata de hacer llegar estas actividades a un mercado bastante claro y concentrado, las características del producto, debido a que son actividades ofrecidas por el propio ayuntamiento y éste es conocedor de cómo hacerlas llegar a su público objetivo y, por último, por la necesidad de conseguir unos bajos costes de explotación de las actividades, de forma que se las pueda ofrecer a los clientes a un precio económico.

Con esta distribución directa también se pretende conseguir facilidad de acceso a las actividades, tanto a las inscripciones o reservas de las mismas, como a su lugar de realización. A continuación, se explica las distintas posibilidades que tienen los usuarios de realizar las inscripciones a las actividades, es decir, cuáles serían los puntos de venta de las mismas.

Para el caso de las actividades de aventura, las inscripciones para las excursiones senderistas, las reservas para las vueltas en Quad y las visitas guiadas a las Cuevas del Bovalar, podrán realizarse tanto personalmente como de forma online. Las personas podrán acudir al ayuntamiento o a la oficina de turismo de Cincorres para inscribirse o reservar una de estas actividades, y si prefieren realizar dicho trámite desde su casa, podrán hacerlo por el Facebook o la página web del ayuntamiento. Otro método para realizar la inscripción, será a través de llamada telefónica al ayuntamiento del municipio. En todos estos lugares se les pedirá nombre y apellidos, teléfono de contacto y email. Los usuarios deberán realizar el pago en el momento de la inscripción, bien en efectivo en el ayuntamiento o la oficina de turismo, o por transferencia bancaria, pensando en los casos de inscripción online.

El caso del menú “El porc a Els Ports” es diferente. El pago de éste no tendrá que ser efectuado en el momento de realizar la reserva, sino posteriormente a la degustación del menú, tal y como tradicionalmente se ha hecho en hostelería. Los clientes que quieran visitar El Faixero para degustar este menú, podrán realizar la reserva en las propias instalaciones del hotel-restaurante, vía teléfono o de manera online a través del Facebook o la página web de El Faixero. Simplemente será necesario dejar un nombre para realizar la reserva, un número de teléfono de contacto y el número de comensales que van a asistir. También se puede degustar el menú sin haber realizado una reserva con anterioridad, acudiendo directamente al restaurante, pero siempre asumiendo el cliente el riesgo de encontrarse el local completo y que no pueda llevarse a cabo la comida o la cena.

Por último, por lo que respecta a las actividades infantiles, la realización de las inscripciones y los pagos serán de igual forma que las de las actividades de aventura, realizando el pago en el momento de la inscripción, en efectivo o por transferencia bancaria, y pudiendo apuntarse en el ayuntamiento u oficina de turismo del municipio, a través de llamada telefónica o de manera online mediante Facebook o página web. Pero existe una excepción en estas actividades, y ésta tiene que ver con la que corresponde a los cursos de natación para niños de 3 a 14 años. En este caso, se añade un punto más donde poder realizar la inscripción y el pago de la actividad, y éste no es otro que la piscina municipal de Cinctorres, utilizando el propio establecimiento como unidad de distribución.

10.4 DECISIONES DE COMUNICACIÓN

El plan comunicacional desarrollado para dar a conocer las distintas actividades que ofrecerá el Ayuntamiento de Cincorres irá dirigido a los productos-mercados establecidos, es decir, tendrán tres públicos objetivos dependiendo del tipo de actividades al que vaya destinada cada acción de comunicación. Las acciones comunicacionales relacionadas con las actividades de aventuras irán dirigidas a turistas de segunda residencia de Cincorres que posean entre 14 y 44 años, las vinculadas a las actividades infantiles tendrán como público objetivo a padres y madres de niños de entre 3 y 14 años y las acciones relacionadas con la oferta gastronómica irán dirigidas a toda la población de segunda residencia.

A la hora de decidir qué mix de comunicación sería el adecuado para nuestro plan de comunicación es necesario tener en cuenta distintos factores. En primer lugar, las actividades que se ofrecen no son servicios con precios elevados y se dirigen a un mercado de consumo, por lo que estos aspectos nos llevan a la conclusión de invertir en publicidad y promoción de ventas, y dejar de lado la venta personal, herramienta más adecuada para productos de alto precio y para mercados industriales. Otra razón que nos lleva a la elección de este tipo de herramientas es que la estrategia seguida por el ayuntamiento es de tipo “pull”, es decir, éste dirige sus esfuerzos de marketing hacia los clientes finales para inducirlos a inscribirse en las actividades que se ofrecen. Además, se trata de que el consumidor tome consciencia y conocimiento de las actividades, ya que éstas se encuentran en una fase introductoria en su ciclo de vida y hay que saber transmitirles toda la información necesaria a los posibles clientes de las mismas y convencerles de que son la mejor opción en la que invertir su tiempo de ocio.

Por tanto, el mix de comunicación utilizado para dar a conocer estas actividades estará formado por acciones de publicidad, promoción de ventas, marketing directo y online, y marketing experiencial.

Publicidad

En líneas generales, se llevará a cabo una publicidad informativa, ya que es la más adecuada para el lanzamiento de nuevas actividades y generar demanda para las mismas. Esta publicidad será expuesta en diferentes medios: folletos, publicidad exterior, bandos municipales, radio y televisión comarcal.

Se elaborarán dos tipos de folletos, uno para las actividades de aventura y otro distinto para las actividades infantiles, ya que cada una de estas actividades va dirigida a un público objetivo distinto. En ellos se expondrá la información relativa a todas las nuevas actividades dentro de esa categoría que serán realizadas en el municipio. Con la realización de los folletos se pretende tangibilizar los servicios, a la vez que dar a conocer al consumidor las características de estas actividades de forma concreta, precisa y detallada. Se desarrollarán unos folletos vistosos, atractivos para los clientes, donde aparecerán las principales características de cada actividad, el precio a pagar y el beneficio que éstas aportarán a sus consumidores, de forma que estimulen la demanda. Además, aparecerán en los folletos los lugares y las formas de inscripción y de pago de las actividades, a la vez la última página del folleto será una hoja de inscripción, con posibilidad de ser arrancada, y dónde el consumidor podrá apuntar todos sus datos y llevarlos a los puntos de inscripción ya preparados de casa, de esta forma el folleto también actuará como mecanismo para facilitar la compra. Se elaborarán un total de 400 folletos, 200 sobre las actividades de aventura y otros 200 para las infantiles. Éstos serán repartidos a partir de mitad mes de julio por los bares y comercios del municipio, a la vez que también podrán ser encontrados en el ayuntamiento y la oficina de turismo.

En cuanto a publicidad exterior, se elaborarán carteles acerca de las actividades. También se elaborarán dos carteles distintos, uno para las actividades de aventura y otro para las infantiles. En ellos habrá menor información que en los folletos, únicamente se informará de las actividades que se ofrecen y los lugares donde realizar las inscripciones o las reservas. Se elaborarán un total de 14 carteles, 7 sobre las actividades de aventura y otros

7 sobre las infantiles, éstos se colgarán en los lugares donde se suele exponer la información relevante del municipio: ventana de correos (en la plaza principal de la localidad) y *als quatre cantons* (lugar habitual de paso de los vecinos del municipio). A su vez, también se colgarán en algunos de los comercios o bares de Cinctorres (*Bar de Baix, El Xiringuito, Casa Aguedita...*)

Tanto en los folletos como en los carteles se incorporará un código QR para que los usuarios puedan realizar la inscripción a las actividades desde sus dispositivos móviles.

Otro medio que nos servirá para publicitar las actividades será la realización de bandos municipales.

Éstos consisten en transmitir por megafonía información de interés para los habitantes del pueblo. La existencia de altavoces por todo el municipio permite que cuando suena la canción “Sóc Cinctorrà”, todos los vecinos del municipio se asomen a sus ventanas para escuchar qué información se les aporta desde el ayuntamiento del pueblo. De esta forma, se podrán publicitar las actividades para informarles a los posibles clientes la existencia de éstas, dónde acudir para inscribirse o el día que van a ser realizadas. En concreto se realizarán los bandos el día que se abran las inscripciones, posteriormente cada cuatro o cinco días a modo de recordatorio, el día de antes de la actividad y el mismo día a primera hora de la mañana.

En el caso de la oferta gastronómica, se llevarán a cabo 5 carteles y 200 folletos. Los carteles serán colgados en el propio restaurante “El Faixero”, principalmente en su zona de bar y caja, un par de meses antes del comienzo de la temporada del menú “El Porc a Els Ports”, de forma que aquellas personas que visiten la zona de bar o restaurante, conozcan la existencia de este menú de temporada. En sitios visibles del local también encontrarán



folletos, en este caso dípticos sencillos, que los clientes podrán llevarse a sus casas, y donde se les informará de las características de este menú, los meses en que es servido y los platos de los que consta. Los carteles serán expuestos también en distintas partes del pueblo el fin de semana de *Sant Antoni* y los días de semana santa, cuando muchos turistas de segunda residencia visitan el municipio. Además, en la oficina de turismo también se podrán encontrar folletos sobre el menú.

Como en el caso anterior, tanto los carteles como los folletos, llevarán impresos un código QR para que los clientes puedan realizar sus inscripciones mediante sus dispositivos móviles.

También se promocionará el menú gastronómico “El Porc a Els Ports”, en la radio y televisión comarcal durante los fines de semana de las vacaciones de Semana Santa, fecha donde la oferta del menú acaba de comenzar y muchos habitantes de segunda residencia se encuentran en el municipio. Concretamente, se anunciará por “Els Ports Ràdio” y “Nord Televisió” los días 3, 4, 5, 10, 11 y 12 de abril. Los anuncios serán elaborados por estos medios, lo que supondrá un coste de 160€, e informarán de la presencia del menú durante la semana santa y hasta finalizar el mes de mayo, el lugar donde se ofrece (Restaurante El Faixero) y el precio del mismo. Se enfatizará que se trata de un menú de gran calidad con carne de la misma comarca, diciendo que es importante saber lo que comemos. En la radio se anunciará los días enunciados arriba, un total de dos veces diarias, a mitad mañana y por la tarde, mientras que en el caso de “Nord Televisió” se emitirá una vez al día, concretamente antes del inicio del telediario del medio día. El anuncio realizado para la radio tendrá una duración de 15” con un coste de 9’3€ por vez emitido, por lo que su coste final ascenderá a 111,6€ y en el caso de la televisión el spot será de 20” con un coste de 30€ por vez emitido, suponiendo un coste total de 180€.

Promoción de ventas

Para incentivar a corto plazo la inscripción a las actividades se realizarán diferentes acciones de promoción de ventas.

En primer lugar, en cuanto a las excursiones senderistas englobadas por la oferta de aventura, se intentará incentivar que los turistas de segunda residencia realicen las dos excursiones, tanto la relacionada con la avifauna como la del safari fotográfico. Para ello, aquellos clientes que se inscriban a las dos caminatas recibirán un vale de un 15% de descuento en su próxima compra en Shedmarks, tienda de artículos y ropa de montaña situada al cercano municipio de Vilafranca del Cid. El vale será válido desde el 1 de septiembre hasta el 31 de diciembre y aplicable a compras de cualquier importe. La posibilidad de realizar esta promoción es gracias a un acuerdo con este comercio, ya conocido por patrocinar salidas senderistas y carreras de montaña de la comarca.

En segundo lugar, y para desestacionalizar la actividad de los Quads, se ofrecerá a los clientes un descuento del 10% para esta actividad durante los meses de septiembre a mayo. Con esta promoción se pretende alcanzar el objetivo relacionado con la consecución de 5 reservas mensuales durante estos meses del año, de forma que se pueda costear el mantenimiento de estos vehículos.

En tercer lugar, en lo referente al menú degustación “El Porc a Els Ports” se obsequiará con una copa de vino a aquellas personas que reserven su menú con anterioridad al 1 de abril de 2015. Las copas serán servidas el día que los clientes realicen la degustación del menú. La principal razón de esta oferta, es conseguir una reacción rápida por parte de los clientes al ver la promoción y que las reservas sean realizadas lo antes posibles, de esta forma el restaurante podrá planificarse mejor la temporada.

En cuarto, y último, lugar, en el caso de las actividades infantiles, se pretende que los padres o madres con hijos de entre 3 y 14 años, inscriban a sus pequeños a las tres actividades que se realizarán para ellos en el mes de agosto. Para conseguir esto, se obsequiará con un gorro y unas gafas de

natación aquellos niños que realicen las tres actividades (cursos de natación, yincanas y taller de manualidades). Este material también servirá como elemento de comunicación de la actividad a otros públicos potenciales, ya que el gorro llevará inscrito “Cinctorres per als xiquets”.



Además, dentro de este grupo de actividades, y concretamente en la relacionada con los cursos de natación, se realizará una acción muy popular en la promoción de ventas, y esta no es otra que los paquetes de producto a precio reducido. En este caso, se ofrecerá un precio más bajo a aquellas personas que inscriban, desde un inicio, a sus hijos a las dos quincenas que se realizarán de los cursos de natación. El precio por una quincena es de 25€ y los clientes que realicen las dos quincenas deberán pagar 42€, saliéndole por tanto la quincena a 21€.

Marketing directo y online

A través de la utilización de técnicas de marketing directo se pretende cultivar relaciones con los clientes. Nuestro público objetivo es muy concreto y nos interesa cuidarlo y satisfacerlo.

A través de la información aportada en las inscripciones, los registros a la página web del municipio y demás datos que posea el ayuntamiento, se generará una base de datos. Uno de los datos que figurará en ésta serán los emails de los inscritos a cada actividad, y con estas direcciones realizaremos marketing directo vía email. Se les enviarán email personalizados, es decir, dirigiéndose a ellos por el nombre e informándoles de las nuevas actividades dependiendo de algunos de sus datos. Por ejemplo, si es una persona con hijos menores de 14 años, se le enviará información sobre las próximas actividades infantiles, si es una persona entre 14 y 44 años, se le informará de las actividades de aventura y a todas ellas información sobre el menú “El porc a Els Ports” un par de meses de que llegue la temporada de degustación. Además, el día de su cumpleaños recibirá una oferta especial para la utilización de los Quads. Por otra parte, posteriormente a la realización de la actividad se les enviará una encuesta para que puedan evaluar su satisfacción al respecto y

comentar posibles mejoras, de forma que se les transmita que su opinión también nos importa.

Otra herramienta importante para la promoción de las actividades es la página web www.cinctorres.es. Su uso principal será que el cliente pueda observar las actividades que ofrece el ayuntamiento y su inscripción en alguna de ellas en caso de estar interesado. Para ello, se exigirá un registro a dicha página web donde se les pedirá principalmente datos demográficos. Será importante contar con un diseño web atractivo y que sea fácil su movimiento en ella, por tanto, se contratará a una empresa especializada en ello para la revisión de la página web y la corrección de los aspectos necesarios. Además, en el caso de la actividad gastronómica también será promocionada por la web del restaurante www.elfaixero.net donde los clientes podrán ver el menú y realizar su reserva.

Las redes sociales son otro elemento de gran importancia para la difusión de las actividades, ya que es una buena forma de establecer contacto con el público objetivo, además de crear notoriedad de marca. En la actualidad, la inmensa mayoría de la sociedad tiene alguna red social y la utiliza a menudo, por eso hemos creído necesaria la presencia en aquellas redes con mayor actividad en nuestra sociedad, es decir, Facebook, YouTube y Twitter (Soto y Tomé, 2014). Además, también se tendrá en cuenta la hora en la que publicar en ellas, siendo las más recomendadas de 13:00 a 15:00 para Facebook y de 9:00 a 16:00 en Twitter (www.puromarketing.com). Además estos son momentos del día, antes o después de la hora de comer, en que nuestro público objetivo estará en sus viviendas y la probabilidad de conectarse a la red, durante sus vacaciones, aumenta.

El ayuntamiento ya posee cuentas en Facebook y Twitter, por lo que se intentará potenciar más estos perfiles, darles más uso y transmitir tanto información de las actividades, como publicar información u artículos interesantes sobre temas relacionados con las mismas. En el caso de YouTube, se creará un canal donde colgar vídeos relacionados con las actividades, o vídeos de las propias actividades una vez llevadas a cabo.

En el caso de “El Faixero”, el hotel-restaurante posee las tres redes sociales, pero la única que usa habitualmente es Facebook. Por tanto, sería necesaria

una reactivación del resto de redes sociales, porque con todas ellas se podrá promocionar el menú y colgar información acerca de los beneficios de la carne de cerdo o de la calidad de la carne de la comarca. Como se observa, las redes sociales no solo nos van a servir para promocionar la actividad o el menú, sino que deben ser utilizadas para mantener un contacto continuo con el cliente y proporcionarle información relevante para él sobre sus temas de interés. Debemos saber publicar aquello que ellos quieren encontrarse.

Marketing experiencial

Para la promoción del menú degustación “El Porc a Els Ports” se opta también por la utilización de marketing experiencial. Este será realizado los 4 fines de semanas anteriores al comienzo de la temporada de este menú. Durante estos días, aquellas personas que vayan a tomar algo al bar de El Faixero, se les servirá junto con lo pedido una tapa pequeña de presa ibérica al Pedro Jiménez con compota de frutas. Junto a esta irá un sobre, el cual el cliente abrirá y encontrará una nota que dirá: “Tiene una misión para nosotros y ésta tendrá recompensa. Debe degustar el manjar ofrecido y transmitir lo que usted ha sentido”. Más abajo el cliente encontrará las instrucciones del juego y éstas consisten en que el consumidor que prueba dicha tapa, deberá escribir lo que ha sentido al degustarla, escribir su número de teléfono o su email en el sitio indicado para esto, y devolver la tarjeta a una urna que se encontrará en la entrada del bar del hotel. Al finalizar los cuatro fines de semana en los que se realizará esta experiencia, desde El Faixero se elegirán las cinco frases más originales y descriptivas de la experiencia. Estas cinco se colgarán en el Facebook del restaurante donde los seguidores podrán votar su frase favorita. Aquella que más votos reciba hará a su autor ganador de un menú degustación “El Porc a Els Ports” para dos personas.

11. PLAN DE CONTROL

Para comprobar hasta qué punto se están cumpliendo los objetivos previstos, se deberá llevar a cabo un control sobre los resultados que se van obteniendo. A continuación, se detallan los indicadores que permitirán comprobar esto.

El primer objetivo planteado consiste en conseguir que las actividades de aventura, al finalizar el año 2015, alcancen el siguiente mínimo de usuarios: 60 usuarios para cada una de las excursiones senderistas, 75 para las vueltas en Quad y 60 usuarios en el caso de la visita guiada a las Cuevas del Bovalar. El indicador para este objetivo será el número de contratos efectuados a fecha 31/12/2015 para cada actividad.

El segundo objetivo pretende que los Quads sean utilizados por una media de 5 personas al mes, desde septiembre a mayo, de forma que se desestacionalice esta actividad por la necesidad mantener estos vehículos todo el año. Para el control de este objetivo se utilizará como indicador el número de contratos firmados en esta actividad antes del 31/05/2015

En tercer lugar, para servir una cantidad mínima de 120 menús gastronómicos “El Porc a Els Ports” durante los meses de abril y mayo de 2015, el indicador será la contabilización de los menús servidos del 01/04/2015 al 31/05/2015.

Como cuarto objetivo se pretende que el 75% de los padres o madres de los niños que hayan participado en las actividades infantiles muestren una satisfacción superior a 4 en una escala del 1 al 5. El indicador para comprobar esto será una encuesta sobre satisfacción realizada al padre o madre de los niños que participen en cada actividad infantil.

Y, por último, para conseguir que cada actividad infantil supere en el mes de agosto de 2015 las 25 inscripciones se utilizará como indicador el número de inscripciones realizadas en cada actividad el 31/08/2015.

A través de estos indicadores planteados, se irá comprobando que todos los objetivos marcados se van cumpliendo. Cada año el ayuntamiento y el restaurante “El Faixero” revisarán y añadirán objetivos, modificando el plan de control de los mismos.

12. CRONOGRAMA

A continuación, se presenta el cronograma establecido para las acciones correspondientes al año 2015, en el que podemos encontrar el mes o meses en el cual se van a realizar las acciones correspondientes a cada pack de actividades ofrecidas.

Una casilla estará coloreada en azul cuando en dicho mes haya acciones relacionadas con ese pack de actividades. Debido a que las actividades dentro del pack de aventura son ofrecidas en distintas épocas del año y, por tanto, las acciones para las mismas no son simultáneas, se ha creído conveniente codificarlas mediante la utilización de asteriscos.

Cuando dentro de una casilla coloreada veamos un único asterisco, deberemos tener en cuenta que esa acción, en ese mes, solo representará a las excursiones senderistas (actividades ofrecidas únicamente en el mes de agosto). Sin embargo, cuando en la casilla aparezcan dos asteriscos, esa acción, en ese mes, estará relacionada con las visitas a las Cuevas del Bovalar y con las vueltas en Quad (actividades ofrecidas durante todo el año).

Si dentro de una casilla correspondiente a las actividades de aventura no encontramos ningún asterisco, esto significará que esa acción, en ese mes, representa a todas las actividades de aventura, sin hacer la distinción de los dos grupos anteriores.

En el resto de packs de actividades no existe este problema, ya que la oferta gastronómica solo cuenta con una actividad y la oferta infantil, a pesar de contar con tres actividades, todas ellas son realizadas en el mes de agosto y sus acciones son simultáneas.

13. PRESUPUESTO

	Año 2015*	Año 2016**
INGRESOS	5660	6194
Excursión con guía sobre avifauna	360	396
Excursión con safari fotográfico	360	396
Visita guiada Cuevas del Bovalar	480	528
Vueltas en Quad	1450	1584
Menú degustación "El porc a Els Ports"	1800	1980
Cursos natación para niños	880	947
Yincanas para niños	150	165
Taller de manualidades para niños	180	198
GASTOS	8981,608	5638,808
Costes de producción	4967	2164
Picoteo para las excursiones	130	140
Comida para las aves	20	20
Cascos y luces para las Cuevas	337	0
Quads y cascos	2590	0
Ingredientes para los menús	840	924
Material para las manualidades	36	40
Gasolina y seguro Quads	1014	1040
Costes administrativos	2692,008	2692,008
Sueldos y Salarios	2178	2178
Seguridad social	514,008	514,008
Costes de distribución (Mantenimiento Quads)	180	180
Costes de comunicación	1142,6	602,8
Folleto	180	90
Publicidad exterior	57	57
Radio comarcal	111,6	55,8
Televisión comarcal	340	250
Promoción de ventas	174	0
Marketing directo y online	150	150
Marketing experiencial	130	0
BENEFICIO	-3321,608	555,192

*En el primer año de actividad obtendremos un resultado negativo debido a la gran inversión a realizar en material como Quads o cascos. Esto no supondrá un problema ya que el objetivo de este plan no es la obtención inmediata de beneficios, sino que se busca la creación de empleo y ofrecer actividades que dinamicen el municipio.

**A partir del segundo año de ofertar dichas actividades el presupuesto varía. El público ya conoce las actividades y, por tanto, las acciones de comunicación no serán tan intensas. Además, la inversión en material como Quads o cascos ya está realizada. Suponiendo un aumento de la demanda del 10% se obtendrían unos beneficios de 555,192€.

14. BIBLIOGRAFÍA

Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.; García, J. y Flores, J. (2011): *Marketing turístico*. Pearson (5ª edición).

Serra, A. (2002): *Marketing turístico*. Pirámide.

Plan Estratégico de Dinamización Turística de Cincorres (2009)

Página web del ayuntamiento de Cincorres: www.cincorres.es

Argos (Portal de información de la Dirección de Análisis y Políticas Públicas de la Presidencia de la Generalitat): <http://www.argos.gva.es>

OMT (1993): "Recomendaciones sobre Estadística de Turismo"

Jueguen, M.C. y Rodríguez, G. (2011): "Análisis del turismo residencial en Denia"

Raya, P.; Benítez, J.J.; Villena, J.E.; González, F.; Podadera, P. y Muñiz, D. (1999): "Turismo residencial en Andalucía". Capítulo 2.

Herrera, F. (1997), Tesis: Diagnóstico del impacto del turismo residencial en el uso del suelo urbano y su influencia en los asentamientos humanos irregulares, en la ciudad de Cuenavaca. Facultad de Turismo, UAEM.

Prensa Diputación de Castellón (2014): "La diputación dinamiza el turismo gastronómico de Els Ports a través de las III Jornadas de Setas, Carnes y Productos de Otoño"

Instituto nacional de estadística: www.ine.es

Periódico ABC (2013): "La renta per cápita de España, en el 96% de la media de la UE" en Periódico ABC, 17/12/2013. Sección Economía.

Cabrera, E.: "La familia española se desmorona por culpa de la crisis" en eldiario.es, 10/10/2013. Sección Sociedad.

Valero, F.: "La crisis convierte los pueblos de origen en el destino más solicitado" en el Periódico de Aragón, 16/07/2012.

InfoLibre (2013): "Las hipotecas caen un 23,2% interanual en octubre y suman 42 meses de descensos" 20/12/2013. Sección Vivienda.

“El 36% de los hogares españoles cuenta con una segunda vivienda, según el bce” en idealista.com, 17/02/2014.

Mariscal, S. (2012): “Los beneficios de jugar al aire libre” en mujerhoy.com

BOE (1985): Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

DOCV (1998): Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunidad Valenciana.

González, A. (2009): “Competencias comunitarias, estatales y autonómicas en materia de turismo”, Estudios Turísticos, nº. 180, pp. 65-113.

BOE (2007): Ley orgánica 16/2007, de 13 de diciembre, complementaria de la Ley para el desarrollo sostenible del medio rural. Núm. 299.

Webs de los ayuntamientos de los pueblos competidores: www.forcall.es, www.ajuntamentdevilafranca.es, y www.morella.net.

<http://www.mandala-climb.com/index.php/canones-y-espeleologia/cascos.html>

<http://www.mandala-climb.com/index.php/iluminacion/pentalite.html>

http://www.maquinariayocio.com/epages/61545888.sf/es_ES/?ObjectPath=/Shops/61545888/Products/ZM-125-razer-6

<http://www.maquinariayocio.com/Mini-Quad-49cc-4-neumaticos-Mini-Quads-49cc-neumaticos-de-4>

<http://www.outletmoto.com/cascos-c-2.html>

<http://www.trecebits.com/2014/05/09/las-10-redes-sociales-con-mayor-actividad-en-espana/>

<http://www.puromarketing.com/16/16250/cual-mejor-horario-para-publicar-principales-redes-sociales.html>

15. ANEXO: CUESTIONARIO

ENCUESTA SOBRE LAS VACACIONES DE LA POBLACIÓN DE SEGUNDA RESIDENCIA EN CÍNTORRES

Buenos días. Estamos realizando una investigación para el Máster en Marketing e Investigación de Mercados de la Universitat Jaume I cuyo objetivo es conocer las preferencias de aquellas personas que disfrutan habitualmente de Cíntorres en sus vacaciones. Agradeceríamos mucho tu colaboración contestando las preguntas que aparecen a continuación.

Respecto a la información que nos facilites te garantizamos una total confidencialidad y anonimato. Los datos serán tratados de un modo global y no individualmente. Por último, debes saber que este estudio no tiene fines lucrativos sino meramente de investigación y que no existen respuestas correcta o incorrectas sino que solo pretende conocer tu opinión.

PREGUNTAS GENERALES SOBRE TUS VACACIONES EN CÍNTORRES

P.1 ¿Cuántos años hace que visitas Cíntorres de forma regular en vacaciones?

P.2 ¿En qué localidad tienes tu primera residencia? -----

P.3. ¿Podrías indicarnos qué forma de estancia utilizas en tus vacaciones en Cíntorres?

1	Vivienda en propiedad	
2	Vivienda en alquiler	
3	Vivienda de un familiar	
4	Hotel	
5	Otros	

P.4. ¿Cuál es la duración de tu/s visita/s a Cíntorres por motivos vacacionales?

1	Menos de 10 días seguidos al año	
2	Más de 10 días seguidos al año	
3	Más de 20 días seguidos al año	
4	Más de 30 días seguidos al año	

P.5. ¿Con qué frecuencia sueles visitar Cíntorres los fines de semana?

1	Prácticamente todos los fines de semana	
2	Uno o más fines de semana al mes	
3	Algún fin de semana cada tres meses	
4	Cuando hay alguna fiesta (Sant Antoni, Sant Cristófol...) Especificar cual/es	
5	Con menor frecuencia	

P.6 Indica en una escala del 1 al 5 en qué medida cada uno de estos motivos suponen para ti un atractivo para visitar Cíntorres (donde 1 es nada atractivo y 5 es muy atractivo):

1	Hacer deporte.	1	2	3	4	5
2	Visitar monumentos, museos...	1	2	3	4	5
3	Visitar el yacimiento Ana o realizar actividades relacionadas con los dinosaurios.	1	2	3	4	5
4	Disfrutar de la gastronomía de Cíntorres.	1	2	3	4	5
5	Disfrutar de la naturaleza visitando paisajes de la zona.	1	2	3	4	5
6	Disfrutar las diversas fiestas que tienen lugar en este municipio.	1	2	3	4	5
7	Descansar y desconectar de la rutina	1	2	3	4	5
8	Pasar tiempo con familiares y amigos.	1	2	3	4	5
9	La tranquilidad de las vacaciones con niños en un pueblo pequeño.	1	2	3	4	5
10	La climatología y el tiempo de la zona.	1	2	3	4	5

P.7 Indica en una escala del 1 al 5 con qué frecuencia realizas cada una de las siguientes actividades en tus estancias en Cincorres. (donde 1 es nunca y 5 es siempre que puedas):

1	Natación.	1	2	3	4	5
2	Fútbol/Futbito en el polideportivo.	1	2	3	4	5
3	Senderismo por tu cuenta.	1	2	3	4	5
4	Salidas senderistas organizadas por el "Club de muntanya La Roca Parda".	1	2	3	4	5
5	Correr por la montaña por tu cuenta.	1	2	3	4	5
6	Carreras organizadas por el "Club de muntanya La Roca Parda" (San Silvestre o Cursa Dinomania).	1	2	3	4	5
7	Bicicleta de montaña.	1	2	3	4	5
8	Frontón.	1	2	3	4	5
9	Squash.	1	2	3	4	5
10	Campeonato de futbito organizado por los quintos.	1	2	3	4	5
11	Campeonato de frontón organizado por los quintos.	1	2	3	4	5
12	Campeonato de squash organizado por los quintos.	1	2	3	4	5
13	Visita al yacimiento de dinosaurios por tu cuenta.	1	2	3	4	5
14	Visita al museo de dinosaurios por tu cuenta.	1	2	3	4	5
15	Excursión organizada al yacimiento y museo de dinosaurios.	1	2	3	4	5
16	Visita al museo de "La Faixa".	1	2	3	4	5
17	Degustación del menú de temporada "Caza y Setas" ofrecido por el restaurante El Faixero.	1	2	3	4	5
18	Degustación del menú de temporada "Trufa" ofrecido por el restaurante El Faixero.	1	2	3	4	5
19	Visita a los distintos monumentos de Cincorres.	1	2	3	4	5
20	Visita a las Cuevas del Bovalar.	1	2	3	4	5
21	Visita a los observatorios de aves.	1	2	3	4	5
22	Escuela de verano para los niños durante el mes de julio.	1	2	3	4	5

P.8 ¿Podrías indicarnos en una escala del 1 al 5 cuáles de las siguientes actividades te gustaría poder realizar en Cincorres y el precio que estaría dispuesto a pagar por ellas? (siendo 1 nada interesado y 5 muy interesado):

		Precio (€)						
1	Cursos de natación para adultos (a partir de 15 años) durante el mes de agosto.	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
2	Cursos de natación para sus hijos (niños de 3 a 14 años) durante el mes de agosto.	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
3	Clases de zumba para adultos (a partir de 15 años) durante el mes de agosto.	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
4	Clases de iniciación a la escalada para adultos (a partir de 15 años) durante el mes de agosto.	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
5	Visita guiada a los principales monumentos del pueblo.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
6	Excursión senderista con guía sobre el avifauna (aves de la zona)	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
7	Excursión senderista con safari fotográfico.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
8	Excursiones en grupo por las rutas BTT de Cincorres.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
9	Clases de formación deportiva en futbito para adultos (a partir de 15 años).	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
10	Clases de formación deportiva en frontón para adultos (a partir de 15 años).	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
11	Clases de formación deportiva en squash para adultos (a partir de 15 años).	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
12	Clases de formación deportiva en futbito para tus hijos (niños hasta 14 años).	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
13	Clases de formación deportiva en frontón para tus hijos (niños hasta 14 años).	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
14	Clases de formación deportiva en squash para tus hijos (niños hasta 14 años).	1	2	3	4	5	Sesión 1h.	
15	Menú degustación "El porc a Els Ports".	1	2	3	4	5	1 menú	
16	Partidas de paintball.	1	2	3	4	5	150 bolas + alquiler material	
17	Fin de semana multideportivo.	1	2	3	4	5	Bono todo el fin de semana	
18	Yincanas (juegos de competición) para menores de 14 años durante el mes de agosto.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
19	Talleres de manualidades para menores de 14 años.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
20	Carreras infantiles por edades.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
21	Visita guiada a las Cuevas del Bovalar.	1	2	3	4	5	Mañana o tarde	
22	Vueltas en quad.	1	2	3	4	5	Excursión 1h.	
23	Paseos a caballo.	1	2	3	4	5	Excursión 1h.	

DATOS GENERALES DE CLASIFICACIÓN

P.9. ¿Serías tan amable de indicar en qué tramo de edad te encuentras?:

De 14 a 17 años	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 años o más
1	2	3	4	5	6	7

P.10. ¿Cuál es tu ocupación principal?

Estudiante	Trabajo	Trabajo en el hogar	Jubilado/a	Parado/a
1	2	3	4	5

P.11. ¿Señala tu situación familiar?

Soltero/a	Pareja sin hijos	Familia con hijos pequeños	Familia con hijos mayores de 14 años	Pareja con hijos independizados
1	2	3	4	5

P.12. ¿Cuál es tu nivel de estudios superado?

Sin estudios	Primarios (EGB, Primaria...)	Secundarios (BUP, ESO, Bachiller, ciclos formativos...)	Universitarios	Post-universitarios (Máster, Doctorado)
1	2	3	4	5

P.13. ¿Podrías indicarnos los ingresos totales que entran en tu hogar mensualmente?

0€-1.000€	1.001€-1.500€	1.501€-2.000€	2.001€-2.500€	Más de 2.500€
1	2	3	4	5

P.14. Señala el nº de miembros del hogar: _____

P.15. Género: Hombre Mujer