

CURSO DE VERANO “TURISMO INDUSTRIAL”



21-25 DE Agosto de 2006



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE ANDALUCÍA

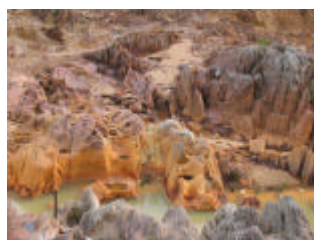


Cátedra CEPSA

Universidad de Huelva



POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I)



Nuria Porras Bueno
Departamento de Dirección de Empresas y Marketing
Universidad de Huelva



POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I): ÍNDICE

- 1. Un recorrido fotográfico por el pasado y el presente de la minería Onubense. La Naturaleza Hecha Arte.
- 2. El Entorno Físico, Demográfico, Ambiental y Socioeconómico de los municipios mineros onubenses.
- 3. La Oferta Turística de los municipios mineros onubenses.
- 4. Análisis de la Demanda Turística Minera: Perfil, Actitudes y Comportamientos del Visitante del Parque Minero.



POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I)

- 1. Un recorrido fotográfico por el pasado y el presente de la Minería Onubense. La Naturaleza Hecha Arte.



“TURISMO INDUSTRIAL”

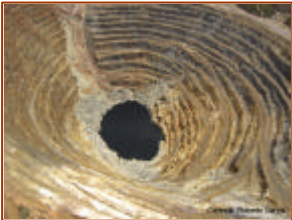
Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)







TURISMO INDUSTRIAL



Industria Minera







“TURISMO INDUSTRIAL”

Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)



La región del Suroeste de la península denominada modernamente Faja Pirítica Ibérica es, sin lugar a dudas, la más explotada por la humanidad desde la antigüedad. Se tiene constancia arqueológica de que la producción de metales dio sus primeros pasos en algún momento del tercer milenio antes de nuestra era, lo que se traduce en 5.000 años de minería. Por tanto, la reflexión de Flores Caballero sobre Riotinto puede hacerse extensiva a toda la región cuando afirma que: “si pudiéramos contar con la información del número de horas de trabajo realizadas de manera directa o indirecta en las minas, comprobaríamos Que es una de las obras humanas donde se han acumulado más horas de esfuerzo” (Flores Caballero, 1988).

Industria Minera:
Historia y Trabajo

Fuente: Revista Bocamina N° 5: <http://www.bocamina.com/ESP/revistas.htm>



“TURISMO INDUSTRIAL”

Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)







TURISMO INDUSTRIAL

**Industria Minera: Pasado y
Presente (1873 – 2006)**







“TURISMO INDUSTRIAL”

Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)







TURISMO INDUSTRIAL

**Industria Minera: Pasado y
Presente (1873 – 2006)**





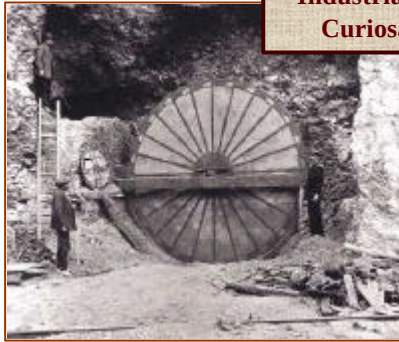


"TURISMO INDUSTRIAL"

Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)



Industria Minera: Fotos Curiosas del Pasado

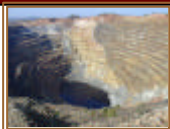


Hallazgo y reconstrucción "in situ" de una noria romana encontrada en Riotinto en el año 1886. Foto cedida por Pedro Real.



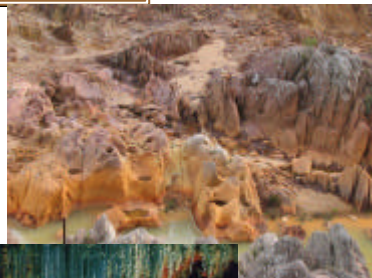
Malacate de caballerías en el Pozo San Pablo de Cueva de la Mora (1914). Foto cedida por Fundación Riotinto.

Fuente: Revista Bocamina N° 5: <http://www.bocamina.com/ESP/revistas.htm>



"TURISMO INDUSTRIAL"

Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)



TURISMO INDUSTRIAL

Industria Minera: La Naturaleza Hecha Arte

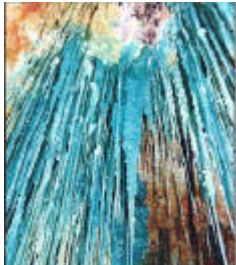




“TURISMO INDUSTRIAL”

Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)









TURISMO INDUSTRIAL

**Industria Minera: La
Naturaleza Hecha Arte**






“TURISMO INDUSTRIAL”

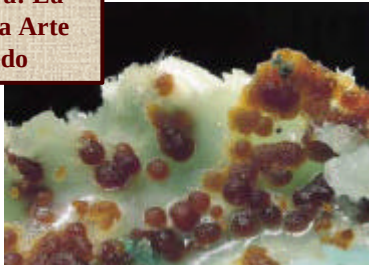
Potencialidades del Turismo Industrial en la
Provincia de Huelva (I)








**Industria Minera: La
Naturaleza Hecha Arte
en Pozo Alfredo**



Fuente: Revista Bocamina N° 5: <http://www.bocamina.com/ESP/revistas.htm>



“TURISMO INDUSTRIAL”

Potencialidades del Turismo Industrial en la Provincia de Huelva (I)






Industria Minera: La Naturaleza Hecha Arte en Pozo Alfredo




Fuente: Revista Bocamina N° 5: <http://www.bocamina.com/ESP/revistas.htm>



“TURISMO INDUSTRIAL”

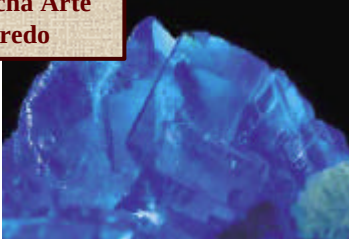
Potencialidades del Turismo Industrial en la Provincia de Huelva (I)







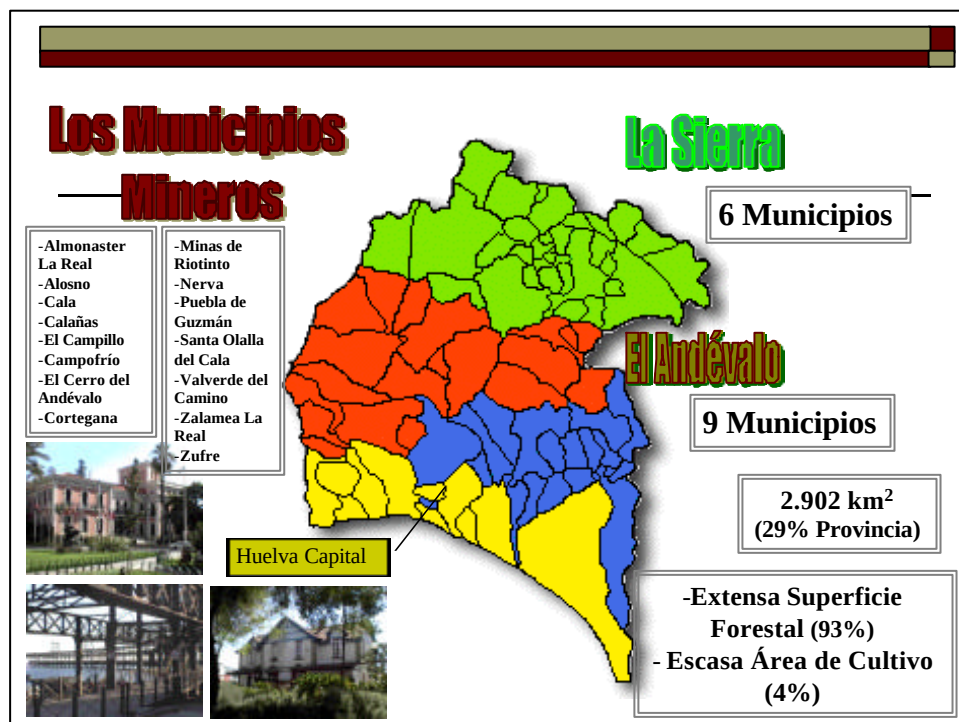
Industria Minera: La Naturaleza Hecha Arte en Pozo Alfredo

Fuente: Revista Bocamina N° 5: <http://www.bocamina.com/ESP/revistas.htm>

POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I)

2. El Entorno Físico, Demográfico, Ambiental y Socioeconómico de los municipios mineros onubenses.





 “TURISMO INDUSTRIAL” El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: El Entorno Natural y Ambiental de los Municipios Mineros 									
Figura	Denominación	Nº Municipios (Mun. Mineros)	Año Declaración	Normativa	Superficie (En Mun. Mineros)	MAB	LIC /ZEC	ZEPA	
Parque Natural	Sierra de Aracena y Picos de Aroche	28 (5)	1989	Ley 2/89/Decreto 210/2003, de 15 de julio, por el que se aprueban el PORN y PRUG	186.827,22 (¿?)	Sí	Sí	Sí	
Paisaje Protegido	Río Tinto	11 (5)	2004	Decreto 558/2004, de 14 de diciembre por el que se declara Paisaje Protegido	16.956,79 (3.096)				
Parque Periurbano	El Saltillo y Lomero Llano	1 (1)	1999	Orden 18/05/1999	188,50				
Monumento Natural	Encina dehesa de San Francisco	1 (1)	2001	Decreto 226/2001, de 2 de octubre	0,19	Sí			

Elaboración: Nuria Porras Bueno.

Favorable Entorno Natural y Ambiental

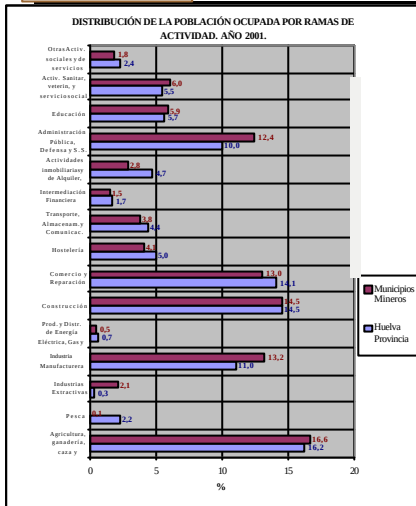
- 10 Municipios cuentan con alguna Figura de Protección

-Escaso porcentaje relativo de Erosión merced a su riqueza Forestal



“TURISMO INDUSTRIAL”

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Los Sectores Económicos en los Municipios Mineros



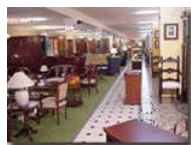
Elaboración: Propia.

-Sector Agrario: 17%

-Industria: 16% (Elevada Importancia de la Ind. Manufacturera)

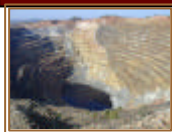
-Construcción: 15%

-Servicios: 52% (Escaso Peso relativo de Hostelería)



POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I)

3. La Oferta Turística de los Municipios Mineros Onubenses.



"TURISMO INDUSTRIAL"

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: La Oferta Turística Actual en los Municipios Mineros



Escasa Diversificación de la Oferta Turística

ALOJAMIENTO

- Reducida Densidad (Número de Plazas por unidad de superficie y poblacional)
- Establecimientos de reducida categoría

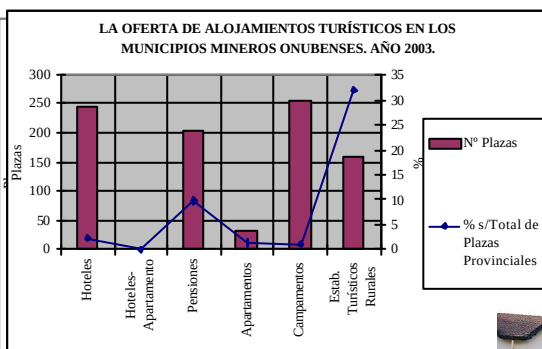
RESTAURACIÓN

- Reducida Densidad (Número de Plazas por unidad de superficie y poblacional)
- Establecimiento de elevada categoría



"TURISMO INDUSTRIAL"

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: La Oferta de Alojamiento Actual en los Municipios Mineros



- Escasa densidad (Excepción Minas de Riotinto y Nerva)
- 84% de las plazas hoteleras de 1 ó 2 estrellas.
- Ningún establecimiento de 4 ó 5 estrellas.

Elaboración: Nuria Porras Bueno.

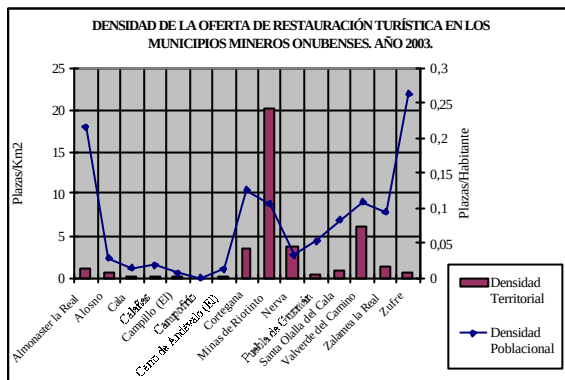
60 Establecimientos con 895 plazas (2,13 % Total Provincial)





“TURISMO INDUSTRIAL”

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: La Oferta de Restauración Actual en los Municipios Mineros



-58% de plazas de dos tenedores y 42% de un tenedor

-Categoría superior a la media provincial

-En Minas de Riotinto y en Valverde del Camino se supera la media de la provincia



56 Restaurantes y una sola cafetería

4.272 plazas (7,5 % Total Provincial)

POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I)

4. Análisis de la Demanda Turística Minera: Perfil, Actitudes y Comportamientos del Visitante del Parque Minero.



“TURISMO INDUSTRIAL”

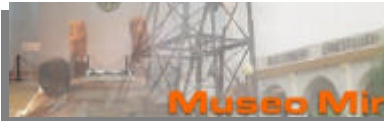
El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: *La Experiencia* de Turismo Industrial del Parque Minero de Riotinto



“En el Parque Minero de Riotinto puedes realizar un viaje en ferrocarril diferente, adentrarte en una mina , visitar una auténtica casa victoriana y conocer la historia de una comarca completamente transformada por la actividad minera desde un museo”.

<http://www.parquemineroeriotinto.com/>





Museo Minero



Ferrocarril Turístico



Bella Vista



Peña de Hierro

62.492 visitas durante 2005

<http://www.riotintodigital.es/visitas.html>



“TURISMO INDUSTRIAL”

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: *Objetivos y Metodología del Estudio sobre el Parque Minero*



OBJETIVO

Conocer el Perfil Sociodemográfico, el tipo de personalidad, las actitudes, las opiniones y el comportamiento de los visitantes del Parque Minero

METODOLOGÍA

- Estudio de Medias, Frecuencias –Análisis Descriptivo Univariable- y Diferencia de Medias – Análisis Descriptivo Bivariable-.
- Muestreo Aleatorio.
- Tamaño de la muestra: 400.
- Cuestionario que cumplimenta el turista durante el recorrido del Ferrocarril Minero.
- Personas a encuestar: Visitantes del Parque Minero mayores de edad.
- Periodo de Encuestación: Fines de semana de Marzo del 2006 y periodo vacacional de Semana Santa.





“TURISMO INDUSTRIAL”

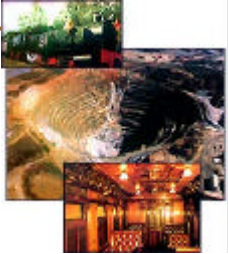
El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Perfil Sociodemográfico del Visitante del Parque Minero



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

- ❖ Cierta prevalencia del género masculino (53%) sobre el femenino (47%).
- ❖ Predominio de un público de entre 30 y 44 años (43%), siendo escaso el número de visitantes de 65 o más años (7%) y de 18 a 29 años.
- ❖ Los trabajadores en activo representan ¾ partes de las visitas, uno de cada tres visitantes es trabajador por cuenta ajena y uno de cada cuatro funcionario público.
- ❖ Más de la mitad de los turistas (54%) posee estudios superiores –uno de cada tres es licenciado-. Es irrelevante el número de visitas por parte de quienes carecen de estudios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin estudios	9	2,2	2,2	2,2
	Primarios (EGB)	39	9,6	9,6	11,8
	Secundarios (BUP, COU)	61	15,0	15,0	26,8
	Profesionales	73	17,9	18,0	44,8
	Diplomatura	81	19,9	20,0	64,8
	Licenciatura	138	33,9	34,0	98,8
	Otros	5	1,2	1,2	100,0
	Total	406	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
	Total	407	100,0		





“TURISMO INDUSTRIAL”

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Tipo de Personalidad del Visitante del Parque Minero. El Estudio de PLOG



ESTUDIO DE PLOG

- ❖ Trata de establecer una tipología de personalidades de turistas en base a un breve cuestionario de ocho preguntas valoradas según una escala de cuatro puntos.

* Por favor, indique el grado en que se siente identificado **con cada una de las siguientes afirmaciones**.
(Para que esta pregunta sea válida para el estudio es imprescindible que responda a todos y cada uno de los ítems).

	1. Nada identificado	2. Poco identificado	3. Bastante identificado	4. Muy identificado
1. Prefiero visitar lugares que no han sido descubiertos, especialmente antes de que se construyan hoteles y restaurantes				
2. Me doy prisa en llegar a los sitios, incluso cuando tengo mucho tiempo				
3. Estoy activamente implicado en un riguroso programa de mantenimiento de mi estado físico				
4. Generalmente, prefiero dar un paseo que leer un libro				
5. Tengo más energía que la mayoría de las personas de mi edad				
6. Me siento muy frustrado cuando estoy en un atasco de tráfico				
7. Tomo decisiones rápidamente y con facilidad				
8. Las multitudes en los centros comerciales siempre me han molesto				



"TURISMO INDUSTRIAL"

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Tipo de Personalidad del Visitante del Parque Minero. El Estudio de PLOG



ESTUDIO DE PLOG

❖ El cuestionario contiene dos tipologías diferentes de personalidad: La Escala A y la Escala B.

ESCALA A

-La configuran las preguntas 1, 3, 5 y 7.

-La puntuación total para esta escala puede oscilar entre 4 y 16 puntos.

Puntuación total	Tipo de personalidad
4-8 puntos	Seguro (Dependable)
9-12 puntos	Céntrico (Centric)
13-16 puntos	Aventurero (Venturer)

ESCALA B

-La configuran las preguntas 2, 4, 6 y 8.

-La puntuación total para esta escala puede oscilar entre 4 y 16 puntos.

Puntuación total	Tipo de personalidad
4-9 puntos	Tranquilo (Mellow)
10-16	Enérgico (Active)



"TURISMO INDUSTRIAL"

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Tipo de Personalidad del Visitante del Parque Minero. El Estudio de PLOG



ESTUDIO DE PLOG

❖ Los Rasgos Caracterizadores de los tres tipos de personalidad según la Escala A son distintos.

	AVENTURERO	CÉNTRICO	SEGURO
Característica General	Viaja a más lugares, durante más tiempo y con más frecuencia que otras personas	↔	Viaja a menos lugares (suele repetir lugar), con menos frecuencia y pasa menos noches fuera de casa
Transporte utilizado	- Avión (para no perder tiempo en el desplazamiento) - Posteriormente, vehículo alquilado	↔	Preferentemente coche
Viajes organizados	No	↔	Sí
Viajes en grupo	No	↔	Sí
Qué le atrae	Las culturas únicas	↔	Los lugares típicamente turísticos
Qué esperan del viaje	Sensación de que algo nuevo puede ocurrir en cada momento	↔	Asegurar que los lugares visitados valen el dinero invertido.
Preocupación por las infraestructuras turísticas (hoteles, restaurantes, etc.)	Escasa	↔	Muy elevada (buenos hoteles, restaurantes, etc.)
Qué objetos compran	Productos auténticos de la zona	↔	Típicos souvenirs
Qué lugares visitan	Lugares históricos, preferentemente si no aparecen en todas las guías turísticas. No le gusta hacer colas.	↔	Lugares que tienen merecida reputación y fama. No le importa hacer colas (ello significa que el lugar merece la pena).
Reacción ante la publicidad turística	La ignoran	↔	Le prestan atención, pero es difícil hacerles cambiar su rutina

Elaboración: M^a Ángeles Plaza Mejía.



"TURISMO INDUSTRIAL"

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Tipo de Personalidad del Visitante del Parque Minero. El Estudio de PLOG

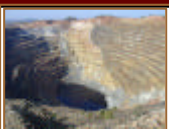


ESTUDIO DE PLOG

❖ Los Rasgos Caracterizadores de los dos tipos de personalidad según la Escala B son distintos.

	ENÉRGICO	TRANQUILO
Rasgo distintivo	Tiene más energía que la mayoría de las personas. Necesita sentirse implicado siempre en alguna actividad. Necesita ver y hacer todo lo que sea posible durante el viaje (practicar deporte, ir de compras, salir por la noche, etc.) Donde quiera que va necesita sentirse implicado, explorando y aprendiendo de todo lo que hay alrededor.	Disfruta prácticamente de todo, pero a un ritmo relajado. Disfruta por igual de los pequeños y grandes momentos del viaje.

Elaboración: M^a Ángeles Plaza Mejía.



"TURISMO INDUSTRIAL"

El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Tipo de Personalidad del Visitante del Parque Minero.



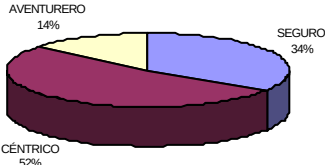
TIPO DE PERSONALIDAD

ESCALA A

-La mitad de los visitantes del Parque Minero son CÉNTRICOS.

-Prevalecen los SEGUROS frente a los AVENTUREROS.

TIPO DE PERSONALIDAD DE LOS VISITANTES DEL PARQUE MINERO



Personalidad	Porcentaje
CÉNTRICO	52%
SEGURO	34%
AVENTURERO	14%

-Entre los mayores de 65 años los AVENTUREROS superan a los SEGUROS.

-La mitad de las amas de casa son SEGURAS.

-La mitad de las personas con estudios primarios o profesionales son SEGURAS.







"TURISMO INDUSTRIAL"

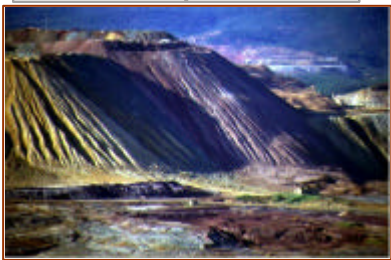
El Turismo Industrial y la Estrategia de posicionamiento del destino Huelva: Motivación del Visitante del Parque Minero



RANKING DE MOTIVACIONES

MOTIVACIÓN	VALORACIÓN MEDIA
1ª Por la naturaleza física del lugar	5,52
2ª Porque quiero aprender algo del lugar	5,26
3ª Por su entorno histórico	5,12
4ª Por tener una experiencia diferente	4,60

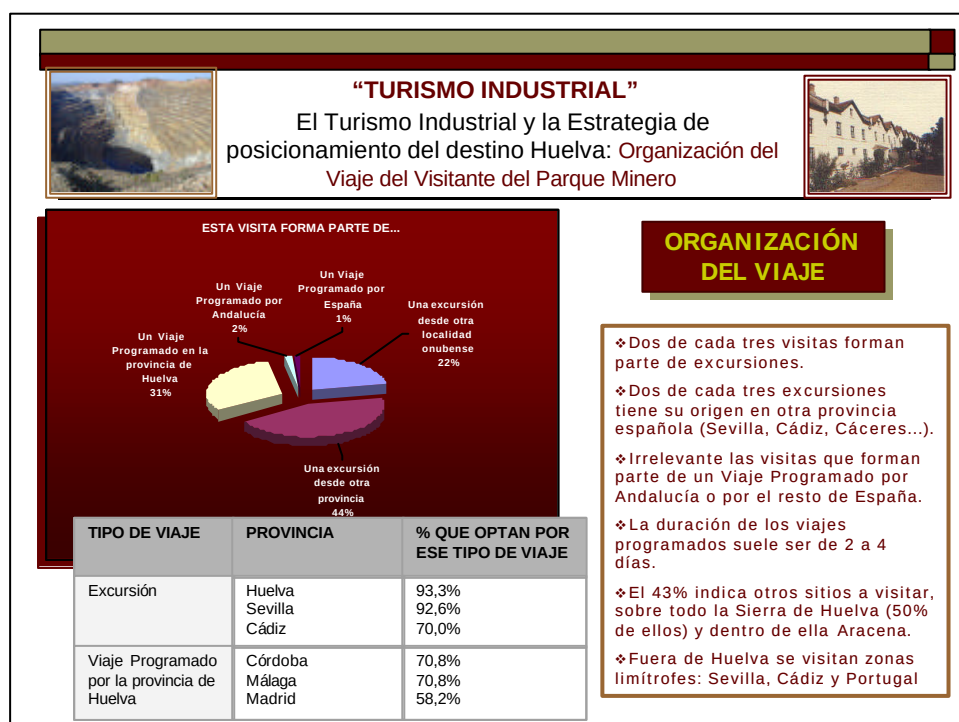
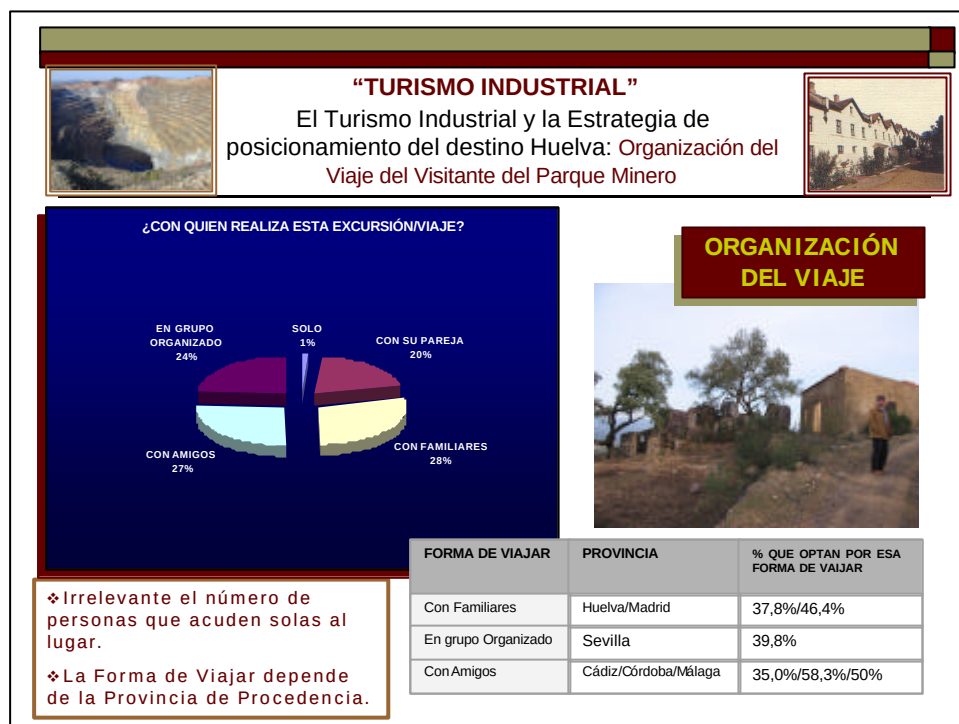


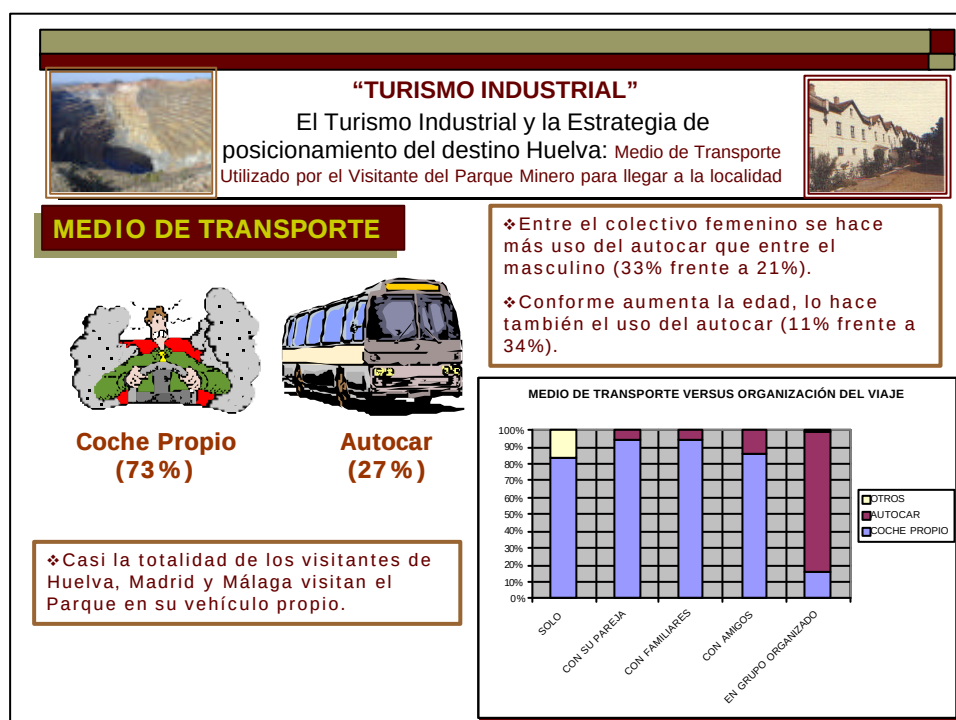
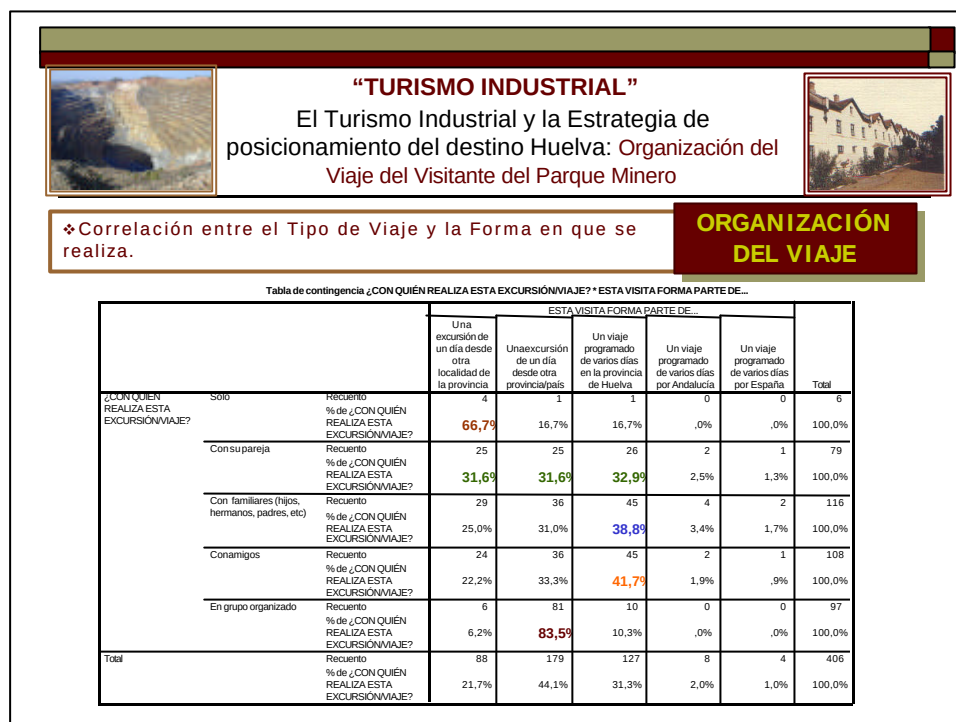


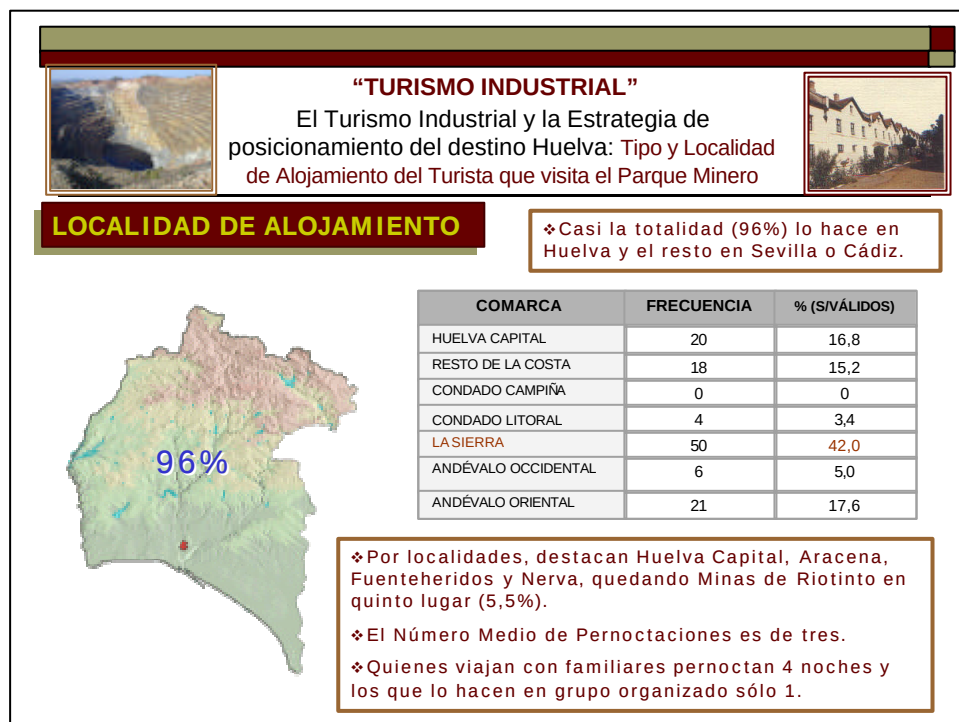


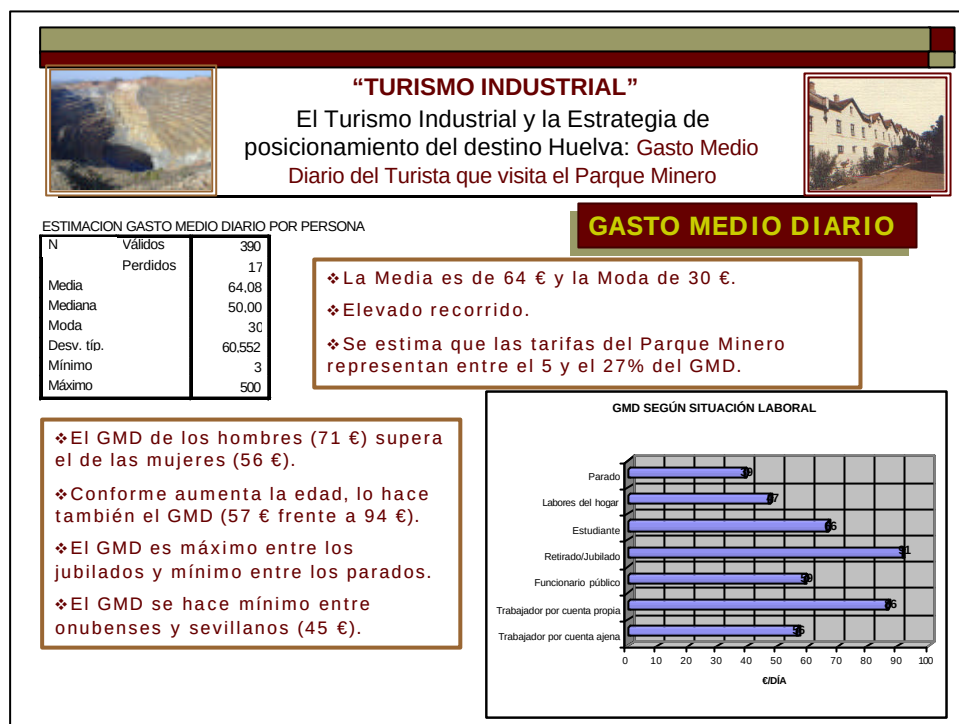


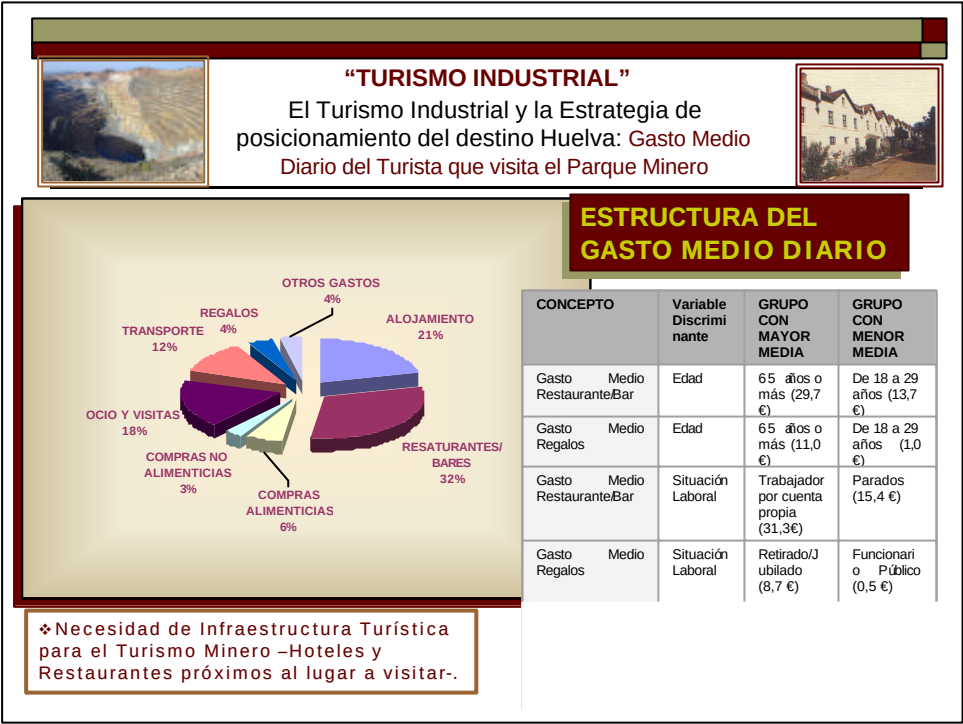


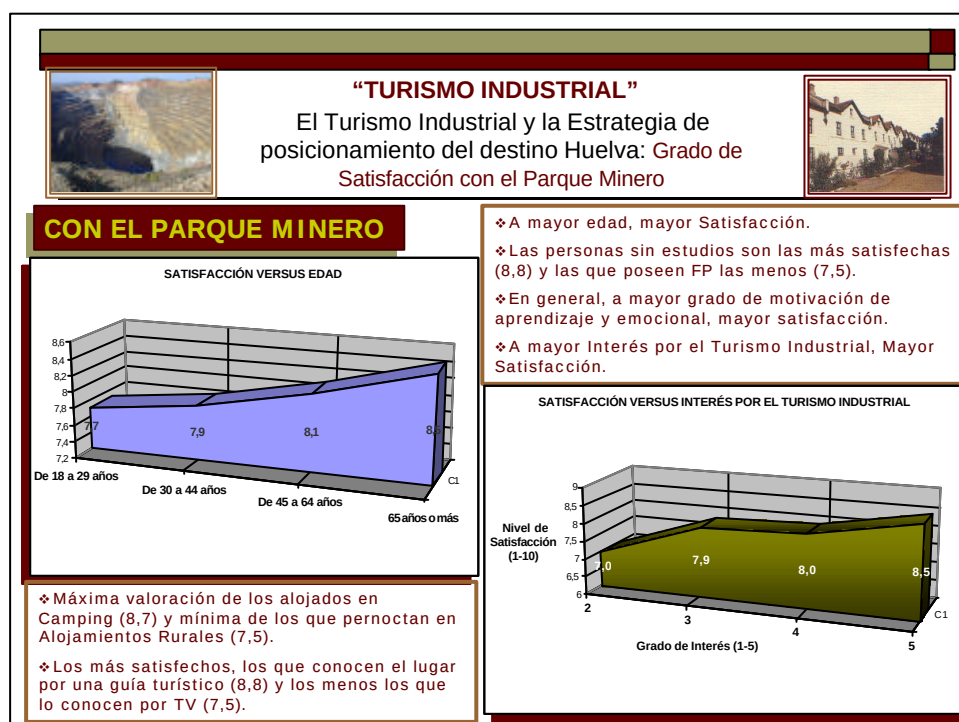
















POTENCIALIDADES DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE HUELVA (I)





¡MUCHAS GRACIAS!



Grupo de Investigación en Estrategias de Innovación y Desarrollo en la Empresa Turística
 Nuria Porras Bueno
 Departamento de Dirección de Empresas y Marketing
 Universidad de Huelva