



SALTO
CONSULTORES



Plan de Marketing Turístico de ***Bocairent***

2025
2028



4 CLAVES DEL PROYECTO :

- ✓ Ejecución estratégica: planificación desde la gestión.
- ✓ Participación, consenso e implicación público-privada.
- ✓ Priorización actuaciones programadas.
- ✓ Hoja de ruta 4 anualidades.

Metodología

ANÁLISIS INTERNO

- Geográfico y conectividad
- Principales recursos turísticos
- Oferta turística
- Demanda turística
- Promoción y Comunicación
 - ✓ *Auditoría web turística*
 - ✓ *Auditoría redes sociales*
- Benchmarking competitivo
- Gobernanza Turística

Metodología

ANÁLISIS EXTERNO

- Factores del macroentorno (*modelo STEEPLE*)
 - ✓ *Sociodemográfico*
 - ✓ *Tecnológico.*
 - ✓ *Económico.*
 - ✓ *Ambiental.*
 - ✓ *Político.*
 - ✓ *Legal.*
 - ✓ *Ético.*

Participación

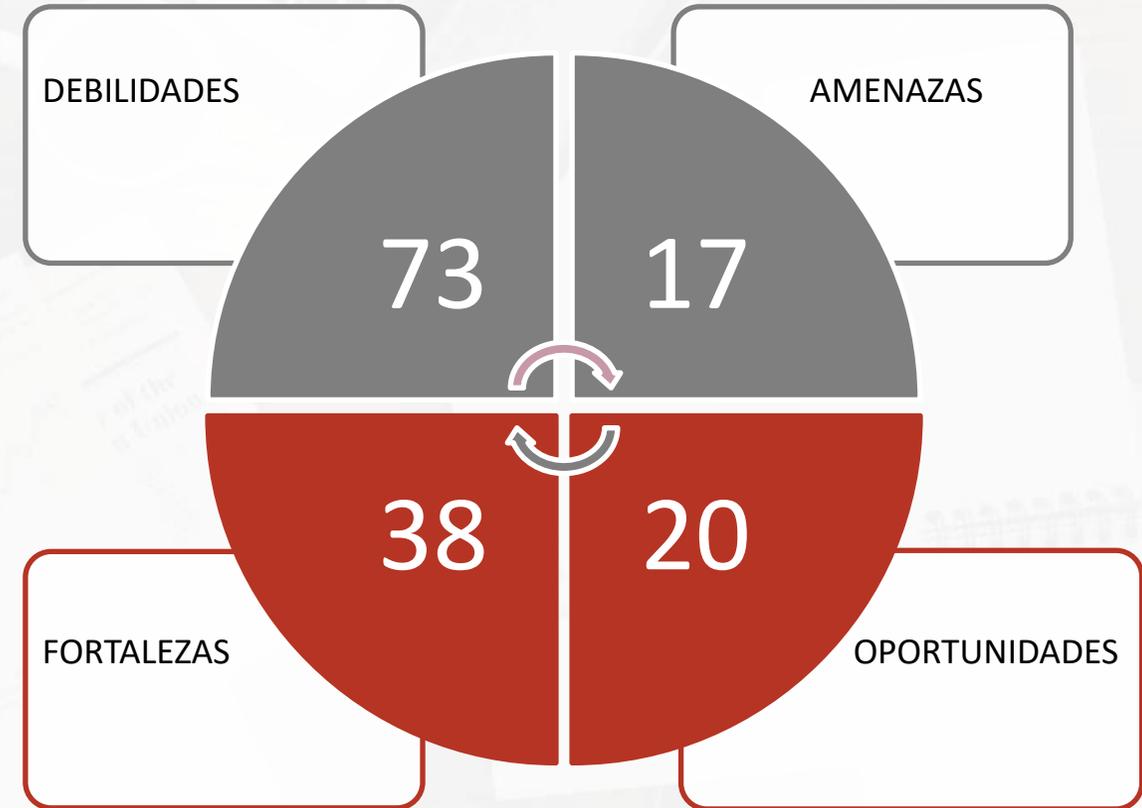
- ✓ Entrevistas en profundidad agentes clave del municipio.
- ✓ Dinámica de participación con agentes públicos y privados.
- ✓ Encuesta on-line para la priorización actuaciones.



Metodología

DIAGNÓSTICO

- ✓ **DAFO:** Recursos, oferta y productos turísticos
- ✓ **DAFO:** Demanda y mercados turísticos
- ✓ **DAFO:** Promoción y comercialización



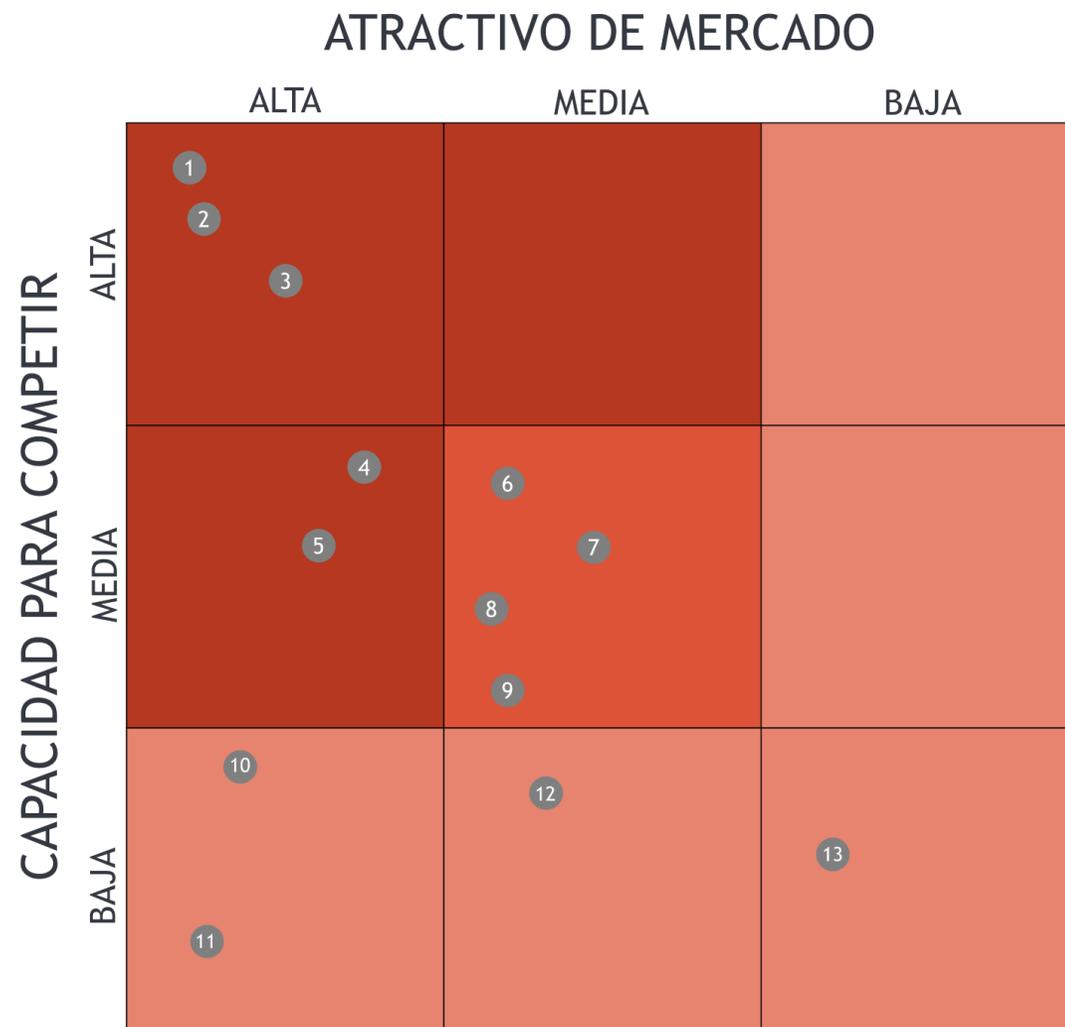
Propuesta de valor

- ✓ Riqueza y singularidad de su patrimonio cultural.
- ✓ Belleza paisajística del Parque Natural de la Sierra de Mariola.
- ✓ Gran tradición festiva.
- ✓ Gastronomía típica de la zona con productos de calidad y precio asequible.
- ✓ Excelente calidad de la oferta de restauración.
- ✓ Amplia y variada oferta de alojamiento.

Matriz Producto – Mercado Destino Bocairent

Leyendas

	Capacidad de competir de los productos turísticos según mercado.
	Producto de prioridad alta
	Producto de prioridad media
	Producto de prioridad baja
<ol style="list-style-type: none"> TURISMO CULTURAL TURISMO DE NATURALEZA TURISMO DE EVENTOS Y FESTIVIDADES TURISMO FAMILIAR SENDERISMO CICLOTURISMO 	<ol style="list-style-type: none"> TURISMO ACTIVO TURISMO GASTRONÓMICO TURISMO DEPORTIVO TURISMO ORNITOLÓGICO TURISMO CARAVANING ASTROTURISMO TURISMO MICE





Misión

- ✓ Reactivar turísticamente el destino a través de la creación, comercialización, promoción y consolidación de productos turísticos que maximicen el aprovechamiento de recursos materiales e inmateriales singulares, a través de una gobernanza público-público y público-privada efectiva y la contribución al triple balance del desarrollo sostenible – económico, ambiental y de responsabilidad social – en el municipio.

Visión

- ✓ Convertir el municipio en un destino turístico cultural, familiar y natural de referencia nacional, dotado de otros atractivos turísticos complementarios (gastronómicos, deportivos y activos) que fomenten la ampliación de la estancia media y el gasto turístico.

VALORES DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE BOCAIRENT



Sostenibilidad



Diferenciación



Ética



Tradición



Colaboración



Calidad



Autenticidad



Visibilidad



Innovación

Objetivos generales

- Promover el desarrollo de una actividad turística sostenible y competitiva.
- Sensibilizar a la población local sobre la importancia del turismo en la ciudad.
- Sensibilizar a visitantes y turistas sobre la importancia de respetar y conservar el patrimonio cultural y natural.
- Fomentar la participación y la colaboración del tejido empresarial municipal y la colaboración y cooperación supramunicipal.
- Fomentar e inspirar el asociacionismo a través de la creación de clubes de producto.
- Fomentar la calidad turística a través de iniciativas de discriminación positiva en el plano comercial y promocional.

Objetivos generales

- Realizar un mejor monitoreo de la demanda turística a través del empleo de herramientas DTI.
- Fomentar el desarrollo socioeconómico de Bocairent a través de la gastronomía, la industria y el comercio vinculado a la actividad turística.
- Diversificar la oferta turística creando nuevos productos que ayuden a combatir la estacionalidad del territorio.
- Conseguir atraer un mayor flujo de visitantes a través de campañas de marketing dirigidas a segmentos determinados, apostando por la calidad del visitante.
- Diversificar la demanda turística y dirigir los esfuerzos promocionales hacia la captación públicos objetivo.

ÁREAS ESTRATÉGICAS



35 ACTUACIONES PROGRAMADAS

LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2025-2028

E1

Mejora de la colaboración público privada en materia de marketing turístico

E2

Sensibilización social sobre la importancia de la participación ciudadana y empresarial en la gobernanza turística del destino

E3

Dinamización del producto turismo de naturaleza

E4

Dinamización del producto cicloturismo

E5

Dinamización del producto turismo gastronómico

E6

Actualización y mejora de la marca turística del destino

E7

Dotación de recursos y soportes promocionales para la comunicación turística

E8

Dinamización del producto turismo de naturaleza

E9

Desarrollo de campañas de comunicación según productos





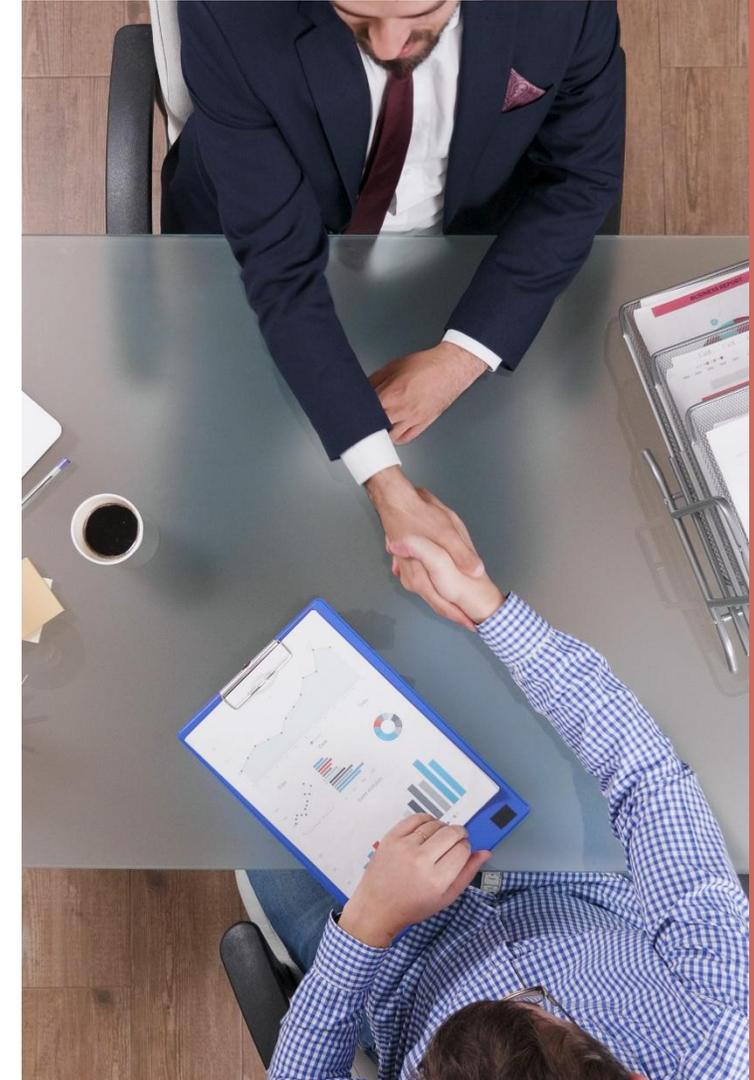
PROPUESTA ACTUACIONES
DE MARKETING TURÍSTICO
2025-2028

E1. MEJORA DE LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA EN MATERIA DE MARKETING TURÍSTICO.

- B** 1.1. Secretaría técnica para la ejecución del Plan de Marketing Turístico.
- M** 1.2. Creación de una comisión para la organización de eventos lúdicos y deportivos con participación de empresas, colectivos y el Parque Natural de la Sierra de Mariola.
- B** 1.3. Desarrollo de acuerdos de co-marketing con intermediación turística.

E2. SENSIBILIZACIÓN SOCIAL SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y EMPRESARIAL EN LA GOBERNANZA TURÍSTICA DEL DESTINO.

- M** 2.1. Campaña de sensibilización social "La teua veu, per un turisme sostenible a Bocairent".



E3. DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURISMO DE NATURALEZA.

- M** 3.1. Revisión, homologación, digitalización y promoción de senderos PR.
- B** 3.2. Creación de rutas familiares de *geocaching*.
- B** 3.3. Creación de un sendero botánico familiar.
- B** 3.4. Creación y dotación de puntos de observación de aves.
- M** 3.5. Creación y dotación de una red de miradores paisajísticos.
- B** 3.6. Creación y dotación de un punto de astroturismo.



E4. DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO CICLOTURISMO.

- M** 4.1. Revisión, señalización, digitalización y promoción de rutas cicloturísticas.
- B** 4.2. Dotación de puntos de carga para bicicletas eléctricas.
- B** 4.3. Dotación de estaciones para mantenimiento de bicicletas.
- B** 4.4. Creación del Club de Producto *Bikefriendly* de Bocairent.

E5. DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURISMO GASTRONÓMICO.

- A** 5.1. Reactivación de la Asociación Gastronómica y Cultural de Bocairent a través de la creación del Club de Producto de Turismo Gastronómico de Bocairent.
- M** 5.2. Creación / identificación del plato y el dulce típico de Bocairent.
- A** 5.3. Reactivación y creación de eventos gastronómicos estacionales.



E6. ACTUALIZACIÓN Y MEJORA DE LA MARCA TURÍSTICA DEL DESTINO.

- A 6.1. Restyling de la marca turística y creación de Manual de Identidad Corporativa.

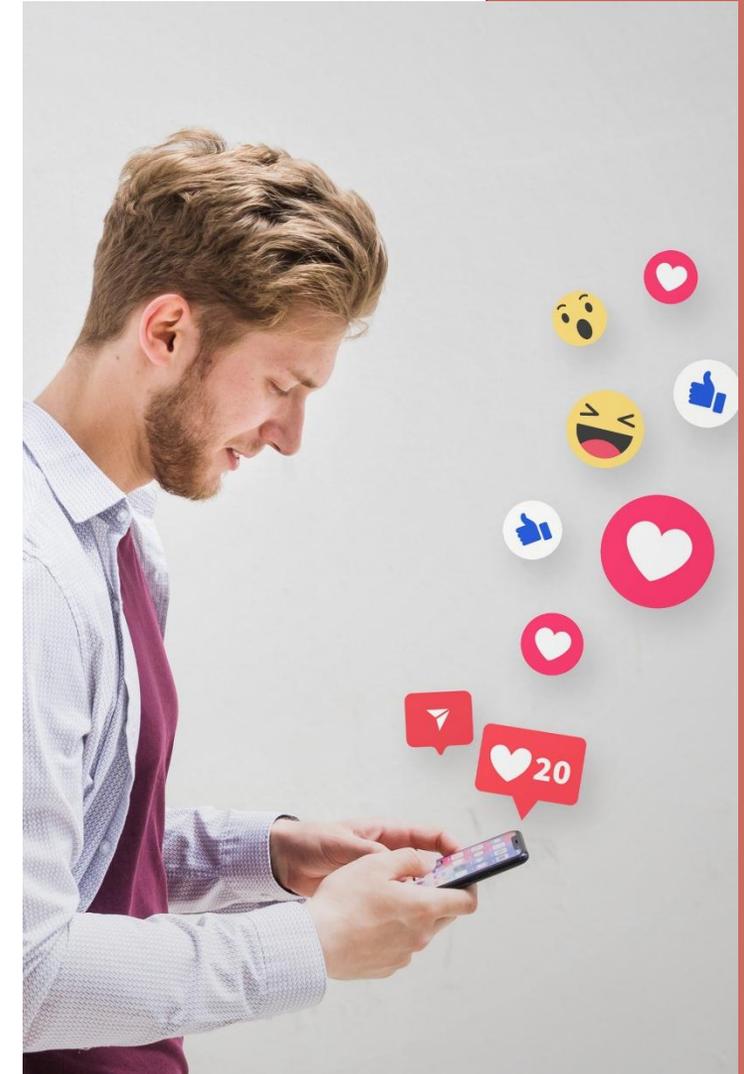
E7. DOTACIÓN DE NUEVAS INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS

- M 7.1. Creación de un banco de imágenes de turismo experiencial.
- M 7.2. Creación de spots promocionales con orientación de producto-mercado.
- M 7.3. Actualización y mejora de folletos promocionales.
- B 7.4. Creación de una nueva línea de merchandising institucional.



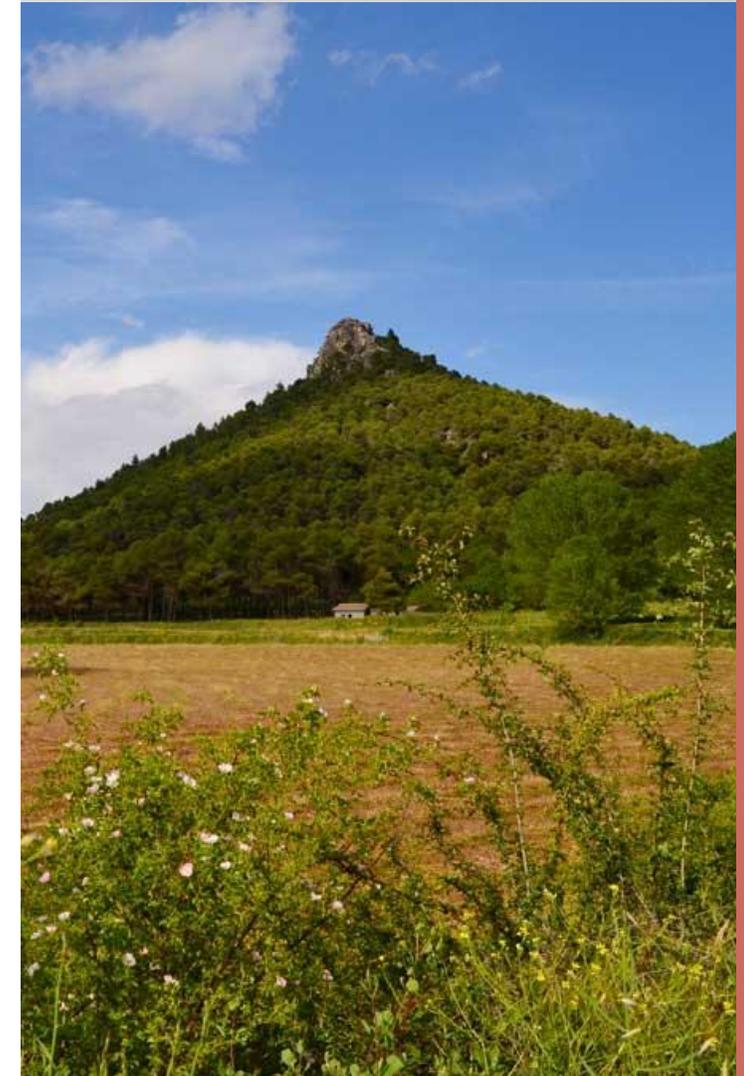
E8. MARKETING ON-LINE

- B** 8.1. Desarrollo de mejoras técnicas y de contenidos en web turística.
- A** 8.2. Traducción de la web turística al francés.
- B** 8.3. Mejora de la accesibilidad de la página web mediante soportes visuales y auditivos.
- A** 8.4. Desarrollo de mejoras técnicas y de contenidos de las redes sociales.
- M** 8.5. Desarrollo de campañas Social Ads.
- A** 8.6. Creación de un blog para mejorar el posicionamiento SEO de la web turística.
- A** 8.7. Creación de una Agenda Virtual de eventos y actividades público-privadas de interés turístico.
- B** 8.8. Auditoría web turística bianual.
- B** 8.9. Auditoría Social Media bianual.
- M** 8.10. Creación de perfil turístico de TikTok y YouTube.



E9. DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SEGÚN PRODUCTOS

- M** 9.1. Campaña promocional turismo de naturaleza.
- M** 9.2. Campaña promocional cicloturismo.
- M** 9.3. Campaña promocional turismo gastronómico.





Gracias

Daniel Díez / Pascual Ribes
965 811 273
daniel@saltoconsultores.es
info@saltoconsultores.es
www.saltoconsultores.es

