

PLAN DE MARKETING 2025



**Ayuntamiento
de Altura**



ITINERANTUR
FORMACIÓN | EXPERIENCIAS | CONSULTORÍA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	
2. RESUMEN EJECUTIVO	3
	4
2.1. Descripción del municipio	5
2.2. Objetivo del plan de marketing	5
3. ANÁLISIS INTERNO	6
3.1. Historia	6
3.2. Recursos y capacidades	7
3.2.1. Económico-financieros	7
3.2.2. Productivos	8
3.2.3. Culturales	10
3.2.4. Físicos	12
3.2.5. Marketing	14
4. ANÁLISIS EXTERNO	25
4.1. Análisis del macro entorno PESTEL	25
4.1.1. Político-legal	25
4.1.2. Económico	27
4.1.3. Social	28
4.1.4. Ecológico	29
4.2. Análisis del micro entorno	30
4.2.1. Análisis del sector	30
4.2.1.1. Competidores	30
4.2.1.2. Clientes finales	34
4.2.1.3. Stakeholders (Grupos de presión)	35
4.2.2. Identificación de segmentos	37
4.3. Investigación de mercado	39
5. ANÁLISIS DAFO	41
5.1. DEBILIDADES	41
5.2. AMENAZAS	42
5.3. FORTALEZAS	44

5.4. OPORTUNIDADES	45
6. ANÁLISIS CAME	47
6.1. Corregir las debilidades	47
6.2. Afrontar las amenazas	48
6.3. Mantener las fortalezas	48
6.4. Explotar las oportunidades	49
7. TARGET Y POSICIONAMIENTO	50
7.1. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO.	50
7.1.1. Selección del mercado objetivo	50
7.1.1.1. Comportamiento y preferencias	52
7.2. Posicionamiento	52
7.2.1. Estrategia de posicionamiento de Altura	53
7.2.2. Comunicación y promoción del posicionamiento	55
8. OBJETIVOS	56
9. ESTRATEGIAS	59
9.1. Estrategia para aumentar el conocimiento y reconocimiento de la marca turística de Altura	60
9.2. Estrategia para promover Altura como un destino de naturaleza, aventura y bienestar	61
9.3. Estrategia para fomentar el turismo familiar	62
9.4. Estrategia para impulsar la cultura y el patrimonio local	64
9.5. Estrategia para generar un impacto positivo en la imagen de sostenibilidad de Altura	65
9.6. Estrategia para fortalecer la relación y la comunicación con la comunidad local	66
9.7. Estrategia para aumentar la estancia media y el gasto turístico en Altura	67
10. PLAN DE ACCIÓN	69
10.1. Desarrollo de la identidad de marca	69
10.2. Promoción de Altura como un destino de naturaleza, aventura y bienestar	71
10.3. Fomento del turismo cultural y patrimonial	74
10.4. Fomento del turismo sostenible	76
10.5. Fortalecimiento de la relación con la comunidad local	78
10.6. Desarrollo de itinerarios y paquetes complejos	80

10.7. Promoción de la gastronomía y productos locales	83
10.8. Fidelización de turistas	85
10.9. Medición y evaluación del plan	86
11. TIMING	88

1. INTRODUCCIÓN

Altura, un pintoresco municipio situado en el corazón de la provincia de Castellón, emerge como un destino turístico lleno de encanto y oportunidades. Con una historia que se remonta a tiempos ancestrales y un entorno natural privilegiado, Altura se distingue por su capacidad de combinar la tranquilidad de sus paisajes con la riqueza de su patrimonio cultural y la calidez de su comunidad local.

Durante el siglo XX, Altura experimentó un crecimiento significativo basado en la explotación de sus recursos naturales: agricultura de secano y regadío, ganadería extensiva de ovino y caprino, y aprovechamiento de sus áreas forestales. Este desarrollo se consolidó con la implantación de una industria semiartesanal y con la atracción de nuevos residentes y turistas, gracias a su ambiente tranquilo y sus recursos naturales. Hoy en día, el municipio

castellonense se presenta como un destino turístico completo, ofreciendo una excelente infraestructura turística, residencial y de servicios. Su patrimonio cultural, que incluye la monumental Cartuja de Valldecrist y el Santuario de la Cueva Santa, junto con su entorno natural de bosques, senderos y manantiales, proporciona un escenario perfecto para disfrutar de experiencias únicas en contacto directo con la naturaleza. Este

plan de marketing tiene como objetivo principal posicionar a Altura como un destino turístico de referencia en la Comunidad Valenciana, destacando su autenticidad, hospitalidad y la calidad de sus servicios. A través de estrategias innovadoras y sostenibles, pretendemos captar la atención de nuevos visitantes, promoviendo actividades turísticas que respeten y potencien la identidad local, y asegurando una experiencia memorable para todos aquellos que elijan explorar y disfrutar de las bellezas de Altura.

2. RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento, comprende el desarrollo de un plan de marketing estratégico a largo plazo para el desarrollo y profesionalización de la comunicación de Altura. Actualmente la ya existente comunicación del municipio se encuentra despriorizada y no es un objetivo constante en la gestión del mismo.

Para ello, en la primera sección de este documento se abordará el marco conceptual necesario para el posterior desarrollo de la estrategia.

En las secciones siguientes, se analizará el entorno interno, externo, competencias, fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades para poder establecer un punto de partida y poder tener un correcto diagnóstico de la situación. A continuación de esto, se definirá el target y la propuesta de valor para poder avanzar con la estrategia en sí. Se fijarán objetivos y metas y se definirá un plan de acción y los KPIs fundamentales para poder monitorizar el avance de la implementación.

El presente documento habilita a través de un plan de marketing, un verdadero plan de acción para ejecutar los primeros pasos hacia el desarrollo de una marca estable y constante en el tiempo, buscando hacerla partícipe y presente en todas las aristas de la gestión pública y privada del municipio. Se hará uso de las diferentes herramientas del mix de marketing para poder llevar adelante un plan de acción ejecutable y sostenible que permita un aprovechamiento de los atributos diferenciales de Altura, para ayudar al pueblo a posicionarse como destino de escapadas, viajes cortos, viajes largos y brindarle la capacidad de reinventarse a medida que las necesidades del target o consumidor evolucionan.

2.1. Descripción del municipio

Altura es una localidad castellonense ubicada en la comarca del Alto Palancia. Obtuvo el título de villa otorgado por Martín I el Humano en el año 1407, destacándose por su posición estratégica en el camino natural que conecta Aragón con la Comunidad Valenciana, al sur de la provincia de Castellón.

Con una extensión de 129,47 km², Altura alberga una población de 3,695 habitantes según los datos del INE de 2023. Entre sus puntos de interés más destacados se encuentran la

Cartuja de Vall de Cristo y el Santuario de la Cueva Santa, dos lugares emblemáticos que atraen a visitantes tanto locales como foráneos.

Altura se distingue por su rica historia y su entorno natural privilegiado, ofreciendo a quienes la visitan una combinación única de patrimonio cultural y paisajes naturales.

2.2. Objetivo del plan de marketing

El objetivo principal del plan de marketing para el municipio es aumentar significativamente el flujo de turistas, al tiempo que se mejora la percepción y el conocimiento de Altura como un destino turístico de referencia. Este plan pretende posicionarla en el mapa turístico, destacando sus recursos naturales, culturales y gastronómicos únicos, para atraer a una audiencia más amplia y diversa. A través de una estrategia de comunicación y promoción efectiva, el plan busca no solo aumentar la visibilidad de Altura entre los turistas nacionales, sino también crear una identidad de marca sólida y diferenciada que refleje los valores y atributos distintivos del municipio.

Para alcanzar estos objetivos, el plan se enfocará en varias líneas de acción clave:

1. Desarrollo y promoción de la oferta turística: Fomentar la promoción de diversos productos turísticos, incluyendo rutas culturales, actividades de turismo activo, y experiencias gastronómicas, para atraer a diferentes segmentos de mercado.
2. Incremento de la presencia en canales digitales: Ampliar la presencia de Altura en plataformas digitales, redes sociales y portales de turismo, utilizando técnicas de marketing digital para captar la atención de potenciales visitantes y generar tráfico hacia el sitio web oficial del turismo de Altura.
3. Fortalecimiento de la marca y la imagen de Altura: Crear una identidad de marca cohesiva que comunique los elementos únicos de Altura, como su patrimonio cultural, entorno natural y productos locales. Esto incluye el desarrollo de materiales promocionales, campañas publicitarias y colaboraciones con influencers y medios de comunicación.
4. Fomento de la colaboración y la cooperación: Establecer alianzas estratégicas con otras localidades, entidades turísticas y operadores de viajes para crear paquetes turísticos atractivos y aumentar la afluencia de turistas. Además, promover la colaboración entre actores locales para asegurar una oferta turística de alta calidad y coordinada.

5. Monitorización y evaluación: Implementar sistemas de seguimiento y evaluación para medir el impacto de las acciones de marketing, analizar el comportamiento de los turistas y ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos.

3. ANÁLISIS INTERNO

3.1. Historia

Altura ha sido habitada desde tiempos remotos. Se han descubierto vestigios de poblaciones de la Edad del Bronce (como la Cueva del Murciélago), así como de épocas ibéricas (en el paraje La Torrecilla-Puntal de Navarrete) y romanas (en la partida de El Campillo).

Aunque no se tienen registros precisos sobre la fundación del actual núcleo urbano, documentos del siglo XIII mencionan la aljama de Altura, indicando la presencia previa de una población musulmana. Las primeras menciones documentadas de Altura datan de 1237, registradas en el Llibre del Repartiment. Aquí se documenta la donación por parte del rey Jaime I del "castrum de Huytutam" a Pedro Fernández de Azagra, señor de Albarracín. Posteriormente, Altura formó parte del señorío de Jérica hasta 1296, cuando pasó a manos de Sancho Pérez de Ribavellosa. En 1372, Altura recibió su carta puebla, aunque su

importancia como municipio creció

significativamente con la fundación de la Cartuja de Valdecríst a finales del siglo XIV dentro de su término. Esto se consolidó a partir de 1407, cuando Altura, junto con Alcublas, fue donada al monasterio cartujo, situación que perduró hasta la exclaustración monástica en 1835. Durante el siglo XX, Altura experimentó un desarrollo impulsado por la explotación de

sus

extensos recursos naturales: agricultura de secano y regadío, ganadería extensiva de ovino y caprino, y la explotación de sus áreas forestales. Este desarrollo se fortaleció con la implantación de una industria semiartesanal y su posicionamiento como destino turístico y residencial. Hoy en día, Altura ofrece una destacada oferta turística, residencial y de

servicios. Es un

lugar que combina excelentes instalaciones con un rico patrimonio cultural y medioambiental, invitando a disfrutar de sus encantos únicos en un entorno privilegiado.

3.2. Recursos y capacidades

3.2.1. Económico-financieros

Tradicionalmente, el sector primario ha tenido una gran importancia en la economía de Altura. La agricultura de secano ocupa una vasta extensión de tierra. En 2022, esta modalidad agrícola abarcaba 2380 hectáreas, una cifra menor en comparación con las 2807 hectáreas de 2012 y aproximadamente 660 hectáreas menos que hace veinte años. Los cultivos predominantes son frutales no cítricos, con 1223 hectáreas, principalmente almendros, y olivos, que ocupan 1106 hectáreas.

Por otro lado, las tierras dedicadas al regadío alcanzaban en 2022 las 364 hectáreas, superando ligeramente las 338 hectáreas de 2012 y más del doble de las 149 hectáreas en 2002. El principal cultivo en estas tierras son frutales no cítricos, con 186 hectáreas, incluyendo perales, nísperos, cerezos y caquis. Les siguen los olivares, con 119 hectáreas, y las flores y plantas ornamentales, con 34 hectáreas. Según el censo agrario de 2020, en

Altura había explotaciones de cultivos herbáceos, 2 invernaderos, 556 explotaciones de cultivos leñosos y 8 de pastos. Además, existen dos cooperativas agrícolas. En cuanto a la ganadería, los datos de 2022 indican la presencia de 57,571 cabezas de ganado cunícola, siendo líderes en la Comunidad Valenciana, 25,000 aves de corral, 4,309 cabezas de porcino, 1,499 colmenas, 713 cabezas de bovino y 130 cabezas de ganado ovino y caprino.

El sector industrial también ha ganado relevancia, especialmente en los sectores del calzado, la confección y el envasado de frutos secos. El polígono industrial La Olivera, con una superficie de 154,241 m², alberga 24 empresas dedicadas al sector secundario.

Adicionalmente, 58 empresas se dedican a la construcción.

El sector terciario y de servicios comprende 157 empresas en la localidad, de las cuales 75 operan en el comercio, transporte y hostelería. En el polígono se pueden encontrar medianas superficies comerciales que aprovechan la centralidad del lugar para prestar servicio a la zona. El mercado se celebra en la Avenida de España. La oferta turística de Altura incluye un hostel, casas rurales, apartamentos turísticos legales con y camping. De las empresas dedicadas al comercio, transporte y hostelería, 8 son restaurantes.

3.2.2. Productivos

En lo que respecta a los recursos productivos del pueblo de Altura, cabe señalar en primera instancia la oferta hotelera y hostelera que presenta el municipio.

Altura, como destino turístico, presenta una oferta de alojamiento y servicios limitada pero variada. El principal establecimiento de alojamiento es un camping de tres estrellas, siendo la opción más significativa y regulada en términos de hospedaje turístico en el municipio según datos de Turisme Comunitat Valenciana.

En contraste, Altura carece de hoteles en su territorio, contando únicamente con un hostel de dos estrellas que ofrece 32 plazas, destinado a un segmento más económico de turistas. La oferta en apartamentos turísticos también es escasa, con solo tres apartamentos estándar que suman 16 plazas en total, una categoría de alojamiento relativamente nueva desde el informe de 2021. En cuanto al alojamiento rural, Altura dispone de 8 casas rurales,

todas de dos estrellas, que

en conjunto ofrecen 38 plazas. Sin embargo, es notable que esta oferta ha disminuido desde 2010, cuando había 16 casas rurales con 72 plazas, reflejando un cambio en la dinámica del alojamiento rural en la zona.

En términos de restauración, la oferta ha mantenido una relativa estabilidad en los últimos años. Actualmente, existen 8 restaurantes en Altura, con un total de 557 plazas disponibles. Comparativamente, en el año 2000 había 9 restaurantes con 485 plazas, mostrando una leve disminución en el número de establecimientos pero un ligero aumento en la capacidad de plazas. Por otro lado, la oferta complementaria de servicios turísticos es limitada en Altura.

Desde

2010, solo ha existido una agencia de viajes minorista en el municipio, mientras que no hay empresas locales dedicadas al turismo activo. Sin embargo, operadores externos ofrecen actividades de este tipo en la región, lo que puede ser considerado para fortalecer la oferta turística local. En resumen, Altura se presenta como un destino con una oferta de

alojamiento y

restauración diversificada pero moderadamente limitada, lo que representa tanto desafíos como oportunidades para su desarrollo turístico sostenible en el futuro cercano. Por otro

lado, respecto a los servicios públicos del pueblo, la infraestructura sustenta la vida cotidiana y el desarrollo local. El abastecimiento de agua es gestionado por Global Omnium,

mientras que la energía eléctrica proviene de Iberdrola. En términos de comunicaciones, el municipio se beneficia de su ubicación en la autovía Mudéjar (A-23), la carretera CV-25 y la CV-245, que conectan con otras localidades.

Los residentes y visitantes cuentan con un servicio de autobús que enlaza con Valencia , junto con la Vía Verde de Ojos Negros, una ruta extensa para ciclistas y peatones que atraviesa varios pueblos. En educación, el Colegio Público Virgen de Gracia y un centro de

FPA proporcionan

educación infantil, primaria y formación para adultos. La lectura municipal y otras instalaciones como consultorio médico, clínicas privadas y farmacias garantizan servicios esenciales de salud. La seguridad está respaldada por la Policía Local y la colaboración con la Guardia Civil mediante la Junta Local de Seguridad.

3.2.3. Culturales

Altura destaca por su rica vida cultural y tradicional, así como por su activa agenda festiva a lo largo del año. Entre las festividades más destacadas se encuentran las Fiestas Patronales en honor a San Miguel Arcángel y la Virgen de Gracia, celebradas durante los últimos días de septiembre. La festividad de la Virgen de Gracia, específicamente, tiene lugar el último sábado de septiembre, marcando el punto culminante de las celebraciones que se extienden a lo largo de las dos semanas anteriores.

Durante la primera semana de las Fiestas Patronales, Altura se llena de actividades que celebran el folclore y las tradiciones locales. Entre los eventos más significativos se encuentra el Concurso de Ganaderías de Reses Bravas, uno de los más importantes en la provincia, acompañado de actos como el Concurso de Paellas, la cabalgata de disfraces, desfiles de la colla de tabal i dolçaina y de la banda de música de la UMCA, el chupinazo que marca el inicio de la semana festiva, los playbacks y una amplia variedad de eventos culturales. La segunda semana de las fiestas está dedicada especialmente a los niños y personas mayores, con actividades culturales y de ocio adaptadas para todos.

Además de las Fiestas Patronales, Altura también celebra otros eventos destacados como las Fiestas del Berro el 25 de marzo, con la ceremonia de alumbramiento de las Aguas del Berro en el Paraje Natural del Berro, procesiones, fuegos artificiales y festejos taurinos. Las festividades religiosas como las dedicadas a San Antón, la Virgen de los Desamparados y las Romerías al Santuario de la Cueva Santa también tienen un lugar especial en el

calendario

local.

En el ámbito cultural, Altura alberga eventos como el Certamen Literario Cartas de Mujer, las Jornadas Culturales Valdecrist y el Concurso Internacional de Artes Plásticas «Manolo Valdés», que enriquecen la vida cultural del municipio y promueven la participación artística local e internacional.

Por último, en el ámbito deportivo, Altura cuenta con una variedad de clubes dedicados al atletismo, baloncesto, ciclismo, tenis, triatlón, tiro con arco y escalada, aprovechando su entorno natural y las numerosas rutas como la Vía Verde de Ojos Negros.

3.2.4. Físicos

Altura destaca por su paisaje de valles y montañas formado por estructuras anticlinales y sinclinales de litologías jurásicas y triásicas predominantemente orientadas NW-SE, especialmente en el valle del río Palancia. Dos unidades morfoestructurales sobresalen: la Sierra Calderona y el Valle del Palancia.

La Sierra Calderona, junto con la Sierra de Espadán, es un importante afloramiento del triásico en la península, protegido desde 2002 bajo el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) del Parque Natural de la Sierra Calderona. El paisaje es accidentado y kárstico, con alturas que no superan los 1.000 m, siendo el Montmayor su elevación principal con 1.016 m. Este entorno geológico diverso incluye calizas y dolomías, destacándose por su interés geológico y paisajístico con barrancos y ramblas.

Altura también forma parte del Valle del Palancia, vital como corredor entre la costa Mediterránea y Aragón, con infraestructuras como la Autovía Mudéjar y la línea de ferrocarril que refuerzan su importancia histórica y económica. El clima mediterráneo con

características continentales define a Altura, con temperaturas medias anuales de 14,2°C, máximas estivales de 23,1°C en julio y mínimas invernales de 6,7°C en enero. La variabilidad climática interanual favorece actividades al aire libre durante gran parte del año, excluyendo los meses más fríos.

La singularidad geológica y climática de Altura, junto con su rico patrimonio natural y cultural, contribuye significativamente a su valor ecológico y paisajístico. Integrado en el Paisaje de Relevancia Regional 12 (PRR12) de la Sierra Calderona, Altura se beneficia de medidas de conservación y gestión para proteger su entorno frágil, como el paraje de Torrecilla-Puntal de Navarrete y el Santuario de la Cueva Santa.

La política territorial y turística de la Comunitat Valenciana reconoce el paisaje como un activo cultural, económico e identitario, destacando su importancia en la Ley 15/2018 de turismo, ocio y hospitalidad. Altura figura en el catálogo de paisajes turísticos como un destino principal en las categorías de paisaje de montaña y forestal de la Sierra Calderona, y del paisaje del Alto Palancia, promoviendo la conservación y valorización de sus recursos naturales y paisajísticos.

El manejo adecuado de su estructura geológica, con bancos de materiales que favorecen el almacenamiento de agua y la diversidad ecológica, es esencial para dinamizar el territorio en armonía con la conservación, fortaleciendo su atractivo turístico y preservando su biodiversidad única.

El patrimonio religioso de Altura es testimonio vivo de su historia y tradiciones arraigadas. La Iglesia Primitiva de San Miguel, antigua mezquita reconvertida, se erige en mampostería revocada, un legado declarado Bien de Relevancia Local en 1998. La imponente Cartuja de Vall de Cristo, hoy en ruinas tras su desamortización en el siglo XIX, conserva la iglesia de San Martín y la Hospedería Nueva, reflejando su importancia como centro monástico. Este conjunto monumental ha sido catalogado como Bien de Interés Cultural desde 1984.

La moderna Iglesia de San Miguel Arcángel, del siglo XV, cautiva por su interior ornamentado con retablos y tallas históricas, así como por las pinturas en el cupulín del camarín de la Virgen de Gracia, obras emblemáticas que la convierten en otro tesoro reconocido como Bien de Relevancia Local en 1998. En las profundidades naturales se alza el Santuario de la Cueva Santa, un espacio sacro en el que destaca un templete de mármol y una capilla del Sagrario, ambos declarados Bienes de Relevancia Local en 1998.

Además, las ermitas como la de la Purísima Concepción y la de Santa Bárbara, así como las cruces y pilones dispersos por el término municipal, enriquecen el panorama religioso y cultural de Altura, subrayando su identidad histórica y espiritual en la comarca del Alto Palancia.

3.2.5. Marketing

En lo que respecta al marketing y la comunicación de Altura, se indica que no se dispone de ningún departamento de esta índole y no se cuenta con ningún plan de marketing u hoja de ruta a seguir.

No obstante, Altura si presenta diferentes herramientas en activo de marketing y que se procede a señalar.

3.3. Página web



3.3.1. Estructura y navegación

Una de las primeras impresiones que genera alturaturismo.es es su estructura intuitiva y organizada, diseñada para facilitar la navegación del usuario. La página principal está dividida en secciones claras como "Inicio", "Descubre", "Planifica", "Eventos", entre otras, lo que permite a los usuarios acceder rápidamente a la información que necesitan.

FORTALEZAS

Navegación clara y simplificada: Los menús desplegables son fáciles de entender, principal es clara, los submenús podrían permitiendo al usuario explorar diferentes ofrecer más opciones detalladas, como áreas del sitio sin esfuerzo.

DEBILIDADES

Submenús limitados: Aunque la estructura itinerarios sugeridos o categorías específicas de actividades turísticas, para atraer a públicos con diferentes intereses.

Jerarquía bien definida: Las secciones están organizadas de manera lógica, guiando al visitante desde la planificación del viaje hasta las actividades y eventos en Altura.

Falta de botones de llamada a la acción (CTA) visibles: Aunque el sitio proporciona información útil, carece de CTAs fuertes que inciten al usuario a realizar acciones clave, como "Reservar ahora" o "Planifica tu visita", que son esenciales para convertir la visita web en una reserva o una consulta.

3.3.2. Contenido

El contenido del sitio está enfocado en proporcionar información sobre los atractivos turísticos de Altura, incluyendo sus rutas naturales, patrimonio cultural, y eventos locales. La estrategia de contenido está alineada con los intereses de su público objetivo, que busca experiencias de naturaleza, cultura, y bienestar.

FORTALEZAS

Integración de valores locales: Se destaca la autenticidad de Altura como destino, de elementos interactivos como vídeos, haciendo énfasis en su entorno natural y recorridos virtuales o testimonios de cultural, lo cual fortalece el

DEBILIDADES

Falta de contenido dinámico: La web carece de elementos interactivos como vídeos, haciendo énfasis en su entorno natural y recorridos virtuales o testimonios de turistas, que pueden ayudar a captar la atención de usuarios digitales modernos y

posicionamiento del municipio en el turismo de naturaleza y bienestar. el fomentar una conexión emocional con el destino.

Escasez de contenido en idiomas extranjeros: Dado que Altura podría atraer a turistas internacionales, sería beneficioso incluir contenido multilingüe para mejorar la accesibilidad a visitantes de fuera de España.

3.3.3. Diseño visual

El diseño visual de alturaturismo.es es limpio y sencillo, utilizando una paleta de colores naturales que reflejan el entorno del municipio, principalmente con tonos verdes y azules. El diseño es un aspecto clave del marketing digital, ya que puede influir en la percepción del visitante sobre la calidad del destino turístico.

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Fotografías atractivas: Las imágenes de los paisajes naturales y del patrimonio histórico de Altura son visualmente llamativas y destacan las cualidades únicas del municipio.

Falta de contenido visual inmersivo: paisajes Aunque las fotografías son atractivas, la web podría beneficiarse del uso de vídeos promocionales, imágenes 360° o galerías interactivas que muestren las experiencias turísticas de manera más inmersiva.

Diseño coherente con la marca del destino: El uso de colores y elementos visuales que evocan la naturaleza y la tranquilidad refuerza el posicionamiento de Altura como un destino enfocado en el turismo rural y de bienestar.

Diseño estático: La página carece de animaciones o efectos de transición que podrían mejorar la interacción del usuario, haciendo la experiencia más dinámica.

3.3.4. Funcionalidad y experiencia del usuario (UX)

Un aspecto crucial del éxito de una web turística es la facilidad con la que los usuarios pueden interactuar con ella y encontrar la información que buscan. Alturaturismo.es parece estar diseñado con la experiencia del usuario en mente, aunque hay áreas de mejora.

FORTALEZAS

Rápida carga de la página: El tiempo de carga es adecuado, lo que es esencial para evitar que los usuarios abandonen la web debido a la lentitud.

DEBILIDADES

Falta de un sistema de reserva directa: Un aspecto clave que falta es la posibilidad de reservar alojamiento o actividades directamente desde la web. Implementar un sistema de reservas integrado aumentaría la conversión de visitantes a clientes.

Responsive design: La web está optimizada para dispositivos móviles, lo cual es indispensable ya que un gran porcentaje de los turistas potenciales acceden a sitios suficientemente integrados en la web a través de smartphones.

Integración limitada con redes sociales: Aunque se pueden encontrar enlaces a las redes sociales de Altura, no están lo suficientemente integrados en la experiencia del usuario para fomentar la interacción continua y la generación de contenido por parte de los usuarios (User-Generated Content).

3.3.5. SEO y presencia en motores de búsqueda

La optimización para motores de búsqueda (SEO) es fundamental para que un sitio web turístico sea visible y atractivo para los usuarios. En este aspecto, es importante analizar cómo se posiciona alturaturismo.es en los resultados de búsqueda y qué tan optimizado está para captar tráfico orgánico.

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Uso adecuado de palabras clave locales: La Optimización SEO limitada: Aunque está página parece estar bien posicionada para bien posicionada a nivel local, la web podría búsquedas relacionadas con Altura y sus beneficiarse de una estrategia de SEO más alrededores, lo que es un buen indicio de completa, incluyendo optimización de meta que los esfuerzos de SEO básico están descripciones, encabezados H1, y la funcionando. creación de contenido de blog que atraiga

a un público más amplio.

Backlinks y estrategia de contenido: Para mejorar el posicionamiento orgánico, sería útil implementar una estrategia de generación de backlinks y colaboraciones con bloggers o influencers del sector turístico, que mencionen la web en sitios externos de alto tráfico.

3.3.6. Presencia en redes sociales y estrategia de marketing digital

En el marketing turístico moderno, la presencia en redes sociales y las estrategias digitales son componentes cruciales. Aunque la web tiene enlaces a sus redes sociales, estas no parecen estar integradas de manera efectiva en la experiencia del usuario.

FORTALEZAS

DEBILIDADES

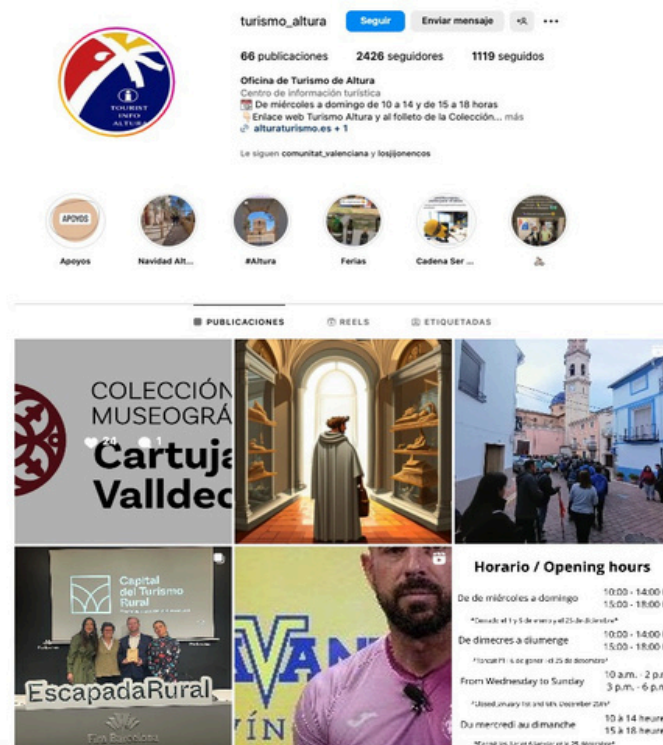
Existencia de perfiles en redes sociales: La Falta de integración social: No se web tiene enlaces a las principales redes encuentran widgets de redes sociales que sociales como Facebook e Instagram, lo muestren publicaciones en tiempo real, ni

que sugiere que ya hay algún nivel de presencia digital.

se promueven campañas específicas en redes sociales desde la web. Esto limita la interacción y el alcance de la comunidad online.

Estrategia de remarketing: No parece haber una estrategia de retargeting o remarketing en marcha, lo cual sería útil para atraer a aquellos usuarios que ya han mostrado interés en Altura, pero que aún no han realizado una reserva o visitado el municipio.

3.4.Redes sociales



3.4.1. Presencia visual y consistencia de marca

Uno de los aspectos más destacados del perfil de Turismo Altura en Instagram es su enfoque en lo visual. Las imágenes y vídeos utilizados muestran paisajes naturales, patrimonio histórico y cultural, así como eventos locales. Estas publicaciones son coherentes con la estrategia de marca que Altura quiere proyectar como un destino rural, natural y cultural.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Uso de imágenes atractivas: El perfil presenta fotografías de alta calidad que como sus rutas de monumentos y espacios protegidos. Esto refuerza el posicionamiento del municipio como un destino para el ecoturismo y el turismo de bienestar.</p>	<p>Variedad limitada de contenido visual: Aunque las imágenes de paisajes son atractivas, la falta de variedad en el tipo de contenido visual puede hacer que el perfil se vuelva monótono. La incorporación de diferentes formatos, como vídeos en directo o contenido generado por los usuarios, podría dinamizar la página.</p>
<p>Estética coherente: El perfil mantiene una paleta de colores naturales que coincide con el branding de Altura como un lugar tranquilo y natural. Esta consistencia visual ayuda a que la identidad del destino sea fácilmente reconocible para los seguidores.</p>	<p>Falta de uso de elementos gráficos: No se observa un uso frecuente de elementos gráficos o infografías que podrían proporcionar información rápida y visual sobre eventos o actividades.</p>

3.4.2. Estrategia de contenido

La estrategia de contenido en Instagram de Turismo Altura está centrada en resaltar los atractivos del municipio, como sus paisajes naturales y eventos culturales. Sin embargo, la efectividad de una estrategia de marketing en redes sociales no solo depende de lo que se publica, sino de cómo se estructura y comunica el contenido.

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Enfoque en las actividades al aire libre: Las publicaciones reflejan bien el posicionamiento de Altura como un destino ideal para el senderismo, el ciclismo y otras actividades de aventura. Esto atrae a turistas interesados en la naturaleza y el etc.). Desarrollar series de publicaciones dirigidas a cada segmento podría mejorar la relevancia del contenido para cada grupo.

Promoción de eventos locales: El perfil Escasez de contenido educativo o también hace un buen trabajo al informativo: Aunque las publicaciones son promocionar eventos y festividades locales, visualmente atractivas, faltan publicaciones lo que refuerza el sentido de comunidad y que eduquen o informen sobre aspectos puede atraer a turistas interesados en la específicos de Altura, como su historia, flora cultura y las tradiciones del lugar. y fauna, o datos curiosos que podrían agregar valor y hacer más interesante la propuesta del destino.

3.4.3. Interacción con la audiencia

La interacción con la audiencia es un factor crítico en el éxito de un perfil en redes sociales. En Instagram, la interacción se mide no solo por el número de "me gusta", sino también por los comentarios, las menciones y la participación en encuestas, historias y vídeos en directo.

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Engagement visualmente atractivo: Las publicaciones reciben una cantidad publicaciones reciben "me gusta", la

decente de "me gusta", lo que sugiere que interacción a nivel de comentarios parece las imágenes están captando la atención de limitada. Esto indica que falta fomentar la los usuarios. conversación con la audiencia, lo cual es crucial para construir una comunidad leal.

Uso de hashtags: Se observan varios Poca participación en historias o encuestas: hashtags en las publicaciones, lo cual es El uso de herramientas interactivas de positivo para aumentar la visibilidad del Instagram, como encuestas en las historias perfil en búsquedas relacionadas con o cajas de preguntas, parece limitado. Estas turismo y naturaleza. herramientas podrían utilizarse para conocer mejor a la audiencia, obtener feedback y aumentar el nivel de interacción.

3.3.4. Uso de herramientas

Meta ofrece una amplia gama de herramientas que pueden ser aprovechadas para mejorar la presencia digital y la efectividad de las campañas de marketing. Desde historias, IGTV, Reels hasta el uso de enlaces directos, todas estas funciones pueden ser aprovechadas para hacer más dinámico el perfil de Turismo Altura.

FORTALEZAS

Uso de imágenes y vídeos: Aunque en Falta de uso de Reels: Instagram Reels, una menor medida, el perfil incluye algunos herramienta efectiva para crear contenido vídeos, lo cual es positivo para mostrar la dinámico y viral, no parece estar siendo belleza del entorno natural de Altura de una utilizado de manera activa. Los Reels manera más envolvente.

DEBILIDADES

podrían ser una excelente forma de destacar eventos, rutas turísticas o entrevistas con locales, generando un mayor alcance orgánico.

Uso de hashtags: Los hashtags son una herramienta útil para incrementar la visibilidad, y Turismo Altura parece estar aprovechándolos de forma adecuada.

Historias destacadas limitadas: Las historias destacadas son una forma eficaz de mantener contenido importante accesible para los visitantes del perfil. En este caso, las historias destacadas podrían utilizarse para mostrar itinerarios turísticos, testimonios de visitantes, o incluso colaboraciones con influencers.

Enlaces limitados: El perfil no parece aprovechar el uso de la herramienta de "Swipe Up" en historias (en caso de tener más de 10,000 seguidores), o de los enlaces en la biografía de manera estratégica para dirigir tráfico a la web oficial u otras plataformas.

3.3.5. Oportunidades de mejora

A pesar de las fortalezas evidentes del perfil, hay varias oportunidades que, si se implementan, podrían mejorar significativamente la eficacia del marketing en Instagram:

- Colaboración con influencers locales o de nicho: Altura podría asociarse con microinfluencers en sectores como el senderismo, el ecoturismo o la gastronomía, quienes podrían promocionar el destino entre sus seguidores a través de contenido auténtico y experiencias personales.
- Generación de contenido por usuarios (UGC): Fomentar la participación de los seguidores pidiendo que compartan sus experiencias en Altura utilizando un hashtag específico puede aumentar la autenticidad y atraer a nuevos visitantes. Esto puede reforzarse compartiendo estas publicaciones en las historias del perfil oficial.
- Campañas interactivas: Las encuestas, concursos y preguntas en las historias de Instagram podrían incrementar la participación de los usuarios y generar un mayor interés en los eventos y actividades del municipio.

- Contenido multilingüe: Aunque el público objetivo principal de Altura es el turista nacional, agregar contenido en inglés o francés podría atraer a turistas internacionales interesados en el ecoturismo.

4. ANÁLISIS EXTERNO

4.1. Análisis del macro entorno PESTEL

4.1.1. Político-legal

El entorno político de Altura está moldeado por una serie de factores y dinámicas que afectan su desarrollo y funcionamiento. En primer lugar, la municipalidad opera bajo el marco político y administrativo establecido sujeto a las políticas y regulaciones tanto a nivel regional como nacional, que abarcan áreas como infraestructura, turismo, medio ambiente y servicios públicos.

Dentro de estas políticas y regulaciones podemos encontrar:

1. Urbanismo y Ordenación del Territorio. Con la Ley urbanística valenciana que define las normativas para la ordenación del territorio, planeamiento urbanístico y gestión del suelo en la Comunidad Valenciana. Establece directrices para el crecimiento urbano, protección del medio ambiente y desarrollo sostenible. También tenemos el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU), como instrumento que regula el desarrollo urbanístico del municipio, determinando zonas residenciales, industriales, comerciales y de servicios.
2. Medio Ambiente. A partir de la Legislación ambiental nacional y autonómica, en las que se incluyen normativas sobre protección del medio ambiente, gestión de recursos naturales, control de emisiones y conservación de espacios naturales.
3. Turismo. Con la estrategia de turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025, CREATURISME, que fija el marco estratégico para el desarrollo turístico de la región, incluyendo promoción de destinos, diversificación de productos turísticos y mejora de la competitividad. A esta se le suman las normativas turísticas que regulan aspectos como la calidad de los servicios turísticos, la categorización de establecimientos, la seguridad turística y la promoción de eventos culturales. En la Comunidad Valenciana se encuentra la Ley de turismo, ocio y hospitalidad.
4. Infraestructuras y transporte. Con el Plan de carreteras de la Comunidad Valenciana: en el que se incluye el mantenimiento y ampliación de carreteras como la CV-25 y la

CV-245 que atraviesan Altura o la red de transporte público, que regula las conexiones de autobuses que sirven a Altura, como la autovía Mudéjar (A-23) y los servicios de transporte público regional.

5. Educación y servicios sociales. Con normativas que regulan el funcionamiento de centros educativos como el Colegio Público Virgen de Gracia en Altura, y establecen programas educativos y formativos. A esto sumamos los servicios que incluyen normativas sobre atención a la dependencia, servicios de salud pública y programas de integración social.

6. Seguridad y orden público. Aquí tenemos las leyes de seguridad ciudadana que establecen las normativas para el mantenimiento del orden público, gestión de emergencias y colaboración con fuerzas de seguridad como la Guardia Civil.

El ayuntamiento de Altura desempeña un papel crucial en la administración local, tomando decisiones que afectan directamente a la comunidad en términos de desarrollo urbano, presupuesto municipal, promoción económica y bienestar social. La interacción entre el gobierno local y los niveles superiores de gobierno es esencial para la coordinación de políticas públicas y la asignación de recursos para proyectos locales. La estabilidad política

tanto a nivel local como nacional también juega un papel crucial en el entorno de Altura. La continuidad política proporciona un ambiente predecible y favorable para la inversión y el desarrollo económico. Cualquier inestabilidad puede afectar la confianza empresarial y la percepción de seguridad, impactando directamente en la economía local y el atractivo turístico del municipio.

4.1.2. Económico

El sector turístico en España, siendo uno de los pilares económicos más importantes, muestra una notable resiliencia y dinamismo en varios aspectos económicos clave. Según los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2023 España recibió aproximadamente 83,7 millones de turistas internacionales. Este dato refleja la fuerte recuperación del sector turístico tras el impacto de la pandemia de COVID-19. Las regiones como Cataluña, Canarias, Islas Baleares, Andalucía y la Comunidad Valenciana destacan por recibir la mayoría de estos visitantes.

La pandemia de COVID-19 ha catalizado el crecimiento del turismo rural en España, especialmente en las zonas rurales y agrícolas, donde ha ganado una mayor cuota de mercado en el gasto turístico total, aumentando del 10,9% en 2019 al 11,9% en 2023

(Caixabank Research). Este tipo de turismo se ha destacado por su resiliencia durante la pandemia, mostrando niveles de gasto que superaron los del turismo costero y urbano en varios períodos desde 2020. Además, el turismo rural se beneficia de una imagen de sostenibilidad más sólida, atrayendo a un público consciente del medio ambiente y buscando destinos que promuevan prácticas sostenibles.

En la Comunidad Valenciana, las cifras de 2022 muestran un aumento significativo tanto en el número de viajeros alojados como en las pernoctaciones en casas rurales, reflejando un incremento del 6,4% en los viajeros alojados y del 9,8% en las pernoctaciones respecto al año anterior. Este crecimiento se ve impulsado por un aumento del 87,0% en los viajeros extranjeros, indicando un fuerte interés internacional en el turismo rural en la región. El

turismo rural en España, y particularmente en la Comunidad Valenciana, está emergiendo como un componente crucial y en crecimiento dentro del sector turístico, ofreciendo una alternativa sostenible y económicamente beneficiosa para las economías locales, especialmente en las áreas rurales.

4.1.3. Social

En el contexto social de Altura, se distingue por un entorno profundamente arraigado en valores tradicionales y comunitarios que reflejan una larga historia de cohesión social y sentido de pertenencia. Los residentes de Altura valoran en gran medida la solidaridad y la cercanía comunitaria, evidenciada en la participación activa en eventos locales y festividades tradicionales que fortalecen el tejido social y promueven un fuerte sentido de identidad local.

Demográficamente, Altura presenta una estructura poblacional estable, con una mayoría de residentes nativos que han residido generacionalmente en la región. Este aspecto contribuye a una comunidad cohesionada y familiar, donde las relaciones interpersonales y la colaboración entre vecinos son características distintivas del entorno social.

La población de Altura mayoritariamente practica la religión católica, y las festividades religiosas tienen un papel central en el calendario cultural local. Estos eventos no solo son momentos de devoción, sino también oportunidades para fortalecer la cohesión social y la participación comunitaria.

En términos educativos, Altura cuenta con instituciones educativas que ofrecen desde educación infantil hasta educación primaria obligatoria (Colegio Virgen de Gracia),

garantizando el acceso a una educación de calidad para los jóvenes del municipio. Además, existe una escuela de formación para adultos (EPA) que facilita el aprendizaje continuo y la capacitación laboral, apoyando así el desarrollo personal y profesional de los residentes.

Culturalmente, Altura celebra y preserva su rico patrimonio histórico a través de museos locales, eventos culturales y actividades que promueven las tradiciones locales. La música, la danza y las artes visuales juegan un papel crucial en la expresión cultural de la comunidad, fomentando la creatividad y el intercambio cultural entre generaciones.

Altura se caracteriza por ser un municipio donde los valores tradicionales, la cohesión comunitaria y el arraigo cultural son pilares fundamentales de la vida social. La educación, la religión y las expresiones culturales no solo enriquecen la identidad local, sino que también fortalecen el tejido social y promueven un ambiente de convivencia armoniosa entre sus habitantes.

4.1.4. Ecológico

En el contexto ecológico que afecta a Altura se observan diversos factores a nivel provincial, autonómico y nacional que influyen en su entorno ambiental.

A nivel provincial, la Diputación juega un papel crucial en la gestión de recursos naturales y la protección del medio ambiente. Ésta desarrolla políticas para la conservación de espacios naturales, la gestión de residuos y la promoción de prácticas sostenibles entre los municipios bajo su jurisdicción. Esto incluye iniciativas para proteger áreas de alto valor ecológico y garantizar un uso responsable de los recursos hídricos y terrestres, aspectos fundamentales para mantener la biodiversidad y el equilibrio ecológico en la región.

A nivel autonómico, la Ley de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana establece directrices para la creación y gestión de parques naturales, reservas y otras áreas protegidas, promoviendo la biodiversidad y la preservación de ecosistemas únicos en la región.

A nivel nacional, España implementa políticas ambientales bajo el marco legal de la Unión Europea, lo cual influye significativamente en las regulaciones y objetivos ambientales que se aplican en Altura. Las directivas europeas abarcan áreas como la calidad del aire, la gestión de residuos, la protección de hábitats naturales y la eficiencia energética, todas ellas relevantes para la sostenibilidad ambiental del municipio. La participación de España en acuerdos internacionales sobre cambio climático, como el Acuerdo de París, también

orienta las políticas nacionales hacia la reducción de emisiones y la adaptación al cambio climático, aspectos que impactan en la planificación urbana y en las infraestructuras de Altura.

Además de las regulaciones formales, Altura promueve la sensibilización ambiental y la educación ambiental como herramientas clave para involucrar a la comunidad en la protección del entorno natural. Programas educativos en las escuelas, campañas de concienciación pública y proyectos comunitarios de conservación son iniciativas locales que fomentan prácticas responsables y el respeto por la naturaleza entre los residentes y visitantes del municipio.

4.2. Análisis del micro entorno

4.2.1. Análisis del sector

4.2.1.2. Competidores

Los competidores de Altura en el ámbito del turismo podrían incluir otros municipios o destinos que también ofrecen experiencias similares en términos de turismo cultural, de naturaleza, familiar y gastronómico. Algunos posibles competidores podrían ser:

1. Otros municipios de la Sierra Calderona: Localidades cercanas que también están ubicadas en la Sierra Calderona y ofrecen rutas de senderismo, patrimonio cultural y actividades de ecoturismo.
2. Localidades turísticas de la provincia de Castellón: Pueblos como Segorbe, Morella o Peñíscola, que son conocidos por su patrimonio histórico, naturaleza y oferta gastronómica.
3. Destinos de interior de la Comunidad Valenciana: Incluyendo municipios como Bocairent, Guadalest o Alcoy, que destacan por su patrimonio cultural, actividades al aire libre y turismo gastronómico.
4. Destinos de la costa mediterránea: Aunque no directamente competidores, podrían atraer turistas que buscan sol y playa, aunque algunos de estos también ofrecen alternativas de turismo cultural y gastronómico.

Para competir efectivamente en el saturado mercado turístico, Altura debe capitalizar y comunicar claramente sus atributos distintivos, que incluyen un entorno natural incomparable, un patrimonio cultural ricamente conservado, y una oferta gastronómica auténtica y de alta calidad. Estos elementos, cuando se combinan y presentan de manera

coherente, tienen el poder de posicionar a Altura no solo como un destino atractivo, sino también como una experiencia única que no puede ser replicada por otras localidades cercanas.

4.2.1.3 Clientes finales

El análisis del público objetivo revela distintos perfiles de clientes finales que buscan experiencias específicas durante su visita al municipio:

1. Turismo cultural: Este tipo de turista se caracteriza por ser culto, tener estudios superiores y ser respetuoso con el entorno. Suele ser de ingresos altos, residente en grandes ciudades, y suelen viajar de manera independiente, organizando sus viajes por internet. Prefiere destinos con patrimonio cultural rico y de calidad, buscando experiencias educativas y de confort. En Altura, este turista estaría interesado en visitar recursos históricos y culturales, participando en actividades que enriquezcan su conocimiento y experiencia cultural.
2. Turismo de naturaleza: Incluye a personas de todas las edades, con una inclinación particular hacia los adultos jóvenes y de mediana edad. Son aficionados al senderismo y a actividades al aire libre, prefiriendo destinos que ofrecen contacto con la naturaleza y actividades físicas. En Altura, estos turistas disfrutarían de rutas de senderismo, observación de fauna y flora, y la tranquilidad de entornos naturales.
3. Turismo familiar: Las familias buscan destinos seguros donde puedan disfrutar de actividades moderadas y experiencias gratificantes. Valorán la tranquilidad y la posibilidad de desconectar, buscando destinos con oferta completa y adecuada para todas las edades. En Altura, podrían participar en actividades familiares centradas en la naturaleza y el patrimonio cultural, adaptadas para el disfrute de toda la familia.
4. Turismo gastronómico: Este tipo de turista busca conocer la autenticidad culinaria del destino, interesándose por la gastronomía local y los productos artesanales. Valoriza la calidad, la sostenibilidad y la experiencia local en la gastronomía, y se interesa por actividades como degustaciones, visitas a mercados locales, y participación en festivales gastronómicos. En Altura, los turistas gastronómicos podrían explorar la cocina local basada en productos como el aceite de oliva y otros productos artesanales.

Cada perfil de cliente final tiene motivaciones y expectativas distintas, lo que permite a Altura diseñar una oferta turística diversa que satisfaga las necesidades de cada segmento,

contribuyendo así al desarrollo sostenible y al atractivo del municipio como destino turístico.

4.2.1.4. Stakeholders (Grupos de presión)

Es fundamental identificar y comprender a los stakeholders clave que tienen un interés directo o indirecto en el turismo local. Estos stakeholders desempeñan roles diversos que afectan tanto el desarrollo como la promoción del turismo a nivel local. A continuación, se detallan los principales actores involucrados:

1. Ayuntamiento de Altura: Como entidad gubernamental local, el Ayuntamiento desempeña un papel crucial en la formulación de políticas turísticas, la planificación urbana que afecta la infraestructura turística, y la gestión de eventos y actividades culturales que atraen visitantes.
2. Oficina de Turismo de Altura: Responsable de proporcionar información turística, promocionar eventos y atractivos locales, y servir como punto de contacto para los visitantes. La oficina juega un papel vital en la facilitación de experiencias positivas para los turistas.
3. Asociaciones y entidades locales: Incluyen asociaciones de comerciantes, hostelería, artesanía y otros sectores económicos que contribuyen directamente al tejido económico local. Estas entidades pueden colaborar en iniciativas de marketing conjunto y desarrollo de productos turísticos.
4. Empresas turísticas: Hoteles, restaurantes, empresas de actividades turísticas (como senderismo y turismo activo), agencias de viajes y otros servicios relacionados que no solo ofrecen servicios, sino que también son empleadores importantes en la comunidad.
5. Residentes locales: La comunidad local es vital ya que el turismo puede afectar la calidad de vida, la congestión urbana y la cohesión social. La aceptación y apoyo de los residentes son fundamentales para el éxito sostenible del turismo en Altura.
6. Visitantes y turistas: Representan la demanda final del producto turístico de Altura. Contribuyen económicamente a través del gasto en alojamiento, alimentos, actividades y compras locales, y son influenciados por las percepciones y experiencias que tienen durante su visita.
7. Administraciones Públicas: A nivel local, regional y nacional, las administraciones públicas tienen un papel en la financiación de proyectos de desarrollo turístico, regulación de normativas, y promoción de la región como destino turístico en mercados nacionales e internacionales.

8. Medios de comunicación: Incluyendo prensa escrita, digital y otros medios audiovisuales, juegan un papel crucial en la difusión de la imagen de Altura como destino turístico. Las relaciones públicas con los medios son importantes para mantener una imagen positiva y atraer la atención del público objetivo.
9. Universidades y centros de investigación: Pueden aportar conocimientos especializados en áreas como el turismo sostenible, la gestión de destinos, la experiencia del visitante y la conservación del patrimonio cultural y natural.
10. Organizaciones no gubernamentales y asociaciones de conservación: Contribuyen a la preservación del patrimonio cultural y natural de Altura, promueven prácticas sostenibles y educan tanto a residentes como a visitantes sobre la importancia de la conservación.

Cada uno de estos stakeholders tiene intereses específicos y expectativas que deben ser gestionados y alineados con los objetivos estratégicos del plan de comunicación de Altura. La colaboración efectiva entre estos actores es fundamental para el desarrollo sostenible del turismo, maximizando sus beneficios económicos y sociales mientras se minimizan los impactos negativos en el entorno local.

4.2.2. Identificación de segmentos

Para identificar los segmentos de clientes de Altura podemos considerar varios perfiles demográficos y de comportamiento que visitan o podrían visitar esta localidad:

1. Turistas:
 - Nacionales: Este segmento incluye familias, parejas y grupos de amigos de diversas regiones de España que prefieren escapadas tranquilas y económicas en municipios de interior. Buscan disfrutar de la naturaleza, la cultura local y actividades al aire libre como senderismo, ciclismo y observación de la fauna. Internacionales: Aunque en menor medida que los nacionales, Altura también atrae a turistas internacionales, especialmente de países europeos como Francia y Alemania. Estos visitantes suelen buscar experiencias auténticas, tranquilas y fuera de los circuitos turísticos tradicionales.
 - Familiar: Estos buscan destinos seguros y amigables para los más pequeños.
 - Actividades como visitas a parques naturales, excursiones familiares y eventos culturales locales son atractivos importantes para este segmento.

- De naturaleza y aventura: En Altura, este segmento incluye a personas apasionadas por el ecoturismo, senderismo, escalada y deportes de aventura. Buscan explorar los parajes naturales de la Sierra de Espadán y la Sierra Calderona, disfrutando de paisajes impresionantes y actividades al aire libre.
- Gastrocultural: Visitantes interesados en la historia, el patrimonio cultural y la gastronomía local. Este segmento incluye tanto a turistas nacionales como internacionales que desean conocer la arquitectura histórica, museos locales, festividades tradicionales y la cocina típica de la región.
- De salud y bienestar: Personas que buscan destinos para relajarse y rejuvenecer, aprovechando las aguas termales y spas cercanos, así como la tranquilidad del entorno natural para desconectar y revitalizarse.

2. Empresas locales y comercios: Este segmento incluye desde pequeñas tiendas y restaurantes hasta empresas de servicios y alojamientos. Estas empresas son fundamentales para la economía local, proporcionando empleo y servicios a residentes y visitantes. Participan activamente en la promoción del municipio y en la mejora de la experiencia del cliente.

3. Residentes del municipio: Los habitantes de Altura son parte integral de la comunidad local. Su apoyo y participación en actividades culturales, eventos comunitarios y conservación del patrimonio son esenciales. Además, como usuarios cotidianos de los servicios públicos y beneficiarios del desarrollo local, sus opiniones y necesidades deben ser consideradas en las estrategias de comunicación y planificación.

4. Administraciones públicas: Incluye tanto al ayuntamiento de Altura como a las autoridades regionales y nacionales. Estas entidades juegan un papel crucial en la formulación de políticas, regulaciones y asignación de recursos para el desarrollo infraestructural, turístico, cultural y social del municipio. Su colaboración es esencial para la implementación efectiva de iniciativas de mejora y promoción de Altura.

Cada uno de estos segmentos tiene diferentes necesidades, intereses y expectativas lo que permite al municipio adaptar sus estrategias de marketing y desarrollo turístico para atraer y satisfacer mejor a estos grupos específicos de visitantes.

4.3. Investigación de mercado

El turismo en la provincia de Castellón y en la Comunidad Valenciana presenta un panorama diverso que atrae tanto a visitantes nacionales como internacionales, con una tendencia creciente hacia los municipios de interior. Castellón combina destinos costeros reconocidos como Benicàssim, Peñíscola y Oropesa del Mar con encantadores pueblos rurales como Altura, que ofrecen experiencias auténticas y tranquilas alejadas del bullicio turístico de la costa.

Los municipios de interior como Altura reciben principalmente turismo nacional, con visitantes que provienen de diversas partes de España en busca de tranquilidad, naturaleza y experiencias culturales auténticas. Los turistas internacionales, aunque en menor medida, también muestran interés por el interior, siendo Francia uno de los principales países de origen debido a su proximidad y conexiones culturales con España. Esta elección se fundamenta en varios motivos:

1. Cerca de la costa pero menos aglomeraciones: Los visitantes prefieren destinos menos masificados donde puedan disfrutar de un entorno más tranquilo y relajado. Los municipios de interior como Altura ofrecen la oportunidad de escapar de las multitudes y conectar más íntimamente con la naturaleza y la cultura local.
2. Coste más bajo: El turismo en el interior suele ser más económico en términos de alojamiento, comida y actividades comparado con las áreas turísticas más desarrolladas de la costa. Esto hace que sea una opción atractiva para familias, parejas y viajeros que buscan maximizar su presupuesto sin sacrificar calidad ni experiencias enriquecedoras.
3. Calidad de vida y servicios: Los municipios de interior a menudo ofrecen una calidad de vida superior y una hospitalidad más personalizada. Los alojamientos rurales, restaurantes y servicios turísticos suelen destacarse por su atención al detalle y la autenticidad de sus experiencias, lo cual es valorado positivamente por los visitantes que buscan una escapada memorable y única.
4. Actividades al aire libre y naturaleza: El entorno natural de los municipios de interior, como Altura con su paisaje montañoso y rutas de senderismo, atrae a turistas interesados en actividades al aire libre, deportes de aventura y ecoturismo. Estos destinos ofrecen la oportunidad de explorar parajes naturales, observar la fauna y flora local.

5. Cultura y tradiciones locales: Los pueblos de interior suelen conservar y promover sus tradiciones culturales, eventos folclóricos y festividades locales que permiten a los visitantes sumergirse en la autenticidad del lugar (gastronomía local, artesanías regionales,...).

La estacionalidad del turismo en los municipios de interior sigue siendo pronunciada, con picos durante la primavera, verano y otoño. Sin embargo, el atractivo del turismo rural ha demostrado ser más resiliente durante todo el año, atrayendo también a visitantes durante la temporada de invierno.

En resumen, el auge del turismo en el interior de Castellón y la Comunidad Valenciana se debe a una combinación de factores que van desde la búsqueda de experiencias más auténticas y tranquilas hasta consideraciones económicas y la oportunidad de disfrutar de actividades al aire libre. Este cambio de preferencias abre nuevas oportunidades para municipios como Altura, que pueden capitalizar su patrimonio natural, cultural y gastronómico para atraer y satisfacer a un público diverso en busca de escapadas únicas y enriquecedoras.

<u>DEBILIDADES</u>	<u>CORREGIR</u>
Débil oferta estructurada de productos turísticos	Desarrollar y diversificar la oferta turística, especialmente en el sector rural y gastronómico. Crear paquetes integrados que incluyan actividades como senderismo, ciclismo, y visitas a sitios históricos y naturales.
Falta de puesta en valor de recursos turísticos emblemáticos	Invertir en la promoción y desarrollo de la Cartuja de Valdecris y el Santuario de la Cueva Santa, utilizando campañas de marketing dirigidas y mejorando la infraestructura y servicios en estos sitios.
Ausencia de promoción de los productos de Altura, ante un público de mayor poder adquisitivo y de fuera de la región.	Crear un producto turístico distintivo que resalte los aspectos de su entorno natural y patrimonio cultural, para atraer turistas de mayor poder adquisitivo y de fuera de la región.

Perfil de turista de medio-bajo mayor poder adquisitivo mediante productos y servicios de mayor valor agregado.	Diversificar la oferta para atraer también a segmentos de segmento buscando precio mayor valor agregado.
Dependencia excesiva de Segorbe	Promover el desarrollo local en alojamiento para crear una oferta atractiva dentro de Altura, reduciendo la dependencia de servicios de Segorbe.
Falta de señalización homogénea y presencia en idiomas	Mejorar la señalización turística en varios idiomas (incluyendo catalán y francés) y asegurar que la información esté disponible de forma coherente en todo el municipio.
Escasa explotación turística de la Vía Verde y falta de senderos circulares	Mejorar la infraestructura de la Vía Verde y desarrollar y nuevos senderos para fomentar el turismo activo y atraer a aficionados a actividades al aire libre.
Débil presencia en plataformas y asociaciones turísticas	Incrementar la presencia en plataformas turísticas y desarrollar una marca-destino fuerte para Altura.
Necesidad de mejorar la gobernanza y cooperación entre agentes turísticos	Establecer un ente de gestión turística y fomentar la cooperación entre agentes locales para mejorar la coordinación y la calidad de la oferta turística.
Falta de seguimiento y evaluación del comportamiento del turista	Implementar sistemas de recolección de datos y encuestas de satisfacción para ajustar la oferta turística y mejorar la experiencia del visitante.

<u>AMENAZAS</u>	<u>AFRONTAR</u>
Envejecimiento de la población	Adaptar la oferta turística para incluir actividades y experiencias adecuadas para personas mayores, como visitas culturales y actividades de ocio tranquilas.
Falta de reemplazo generacional en la oferta complementaria	Fomentar el emprendimiento juvenil y apoyar a nuevos empresarios locales para diversificar y renovar la oferta turística y de servicios.
Cambios rápidos en el mercado y entorno social y tecnológico	Mantenerse al día con las tendencias tecnológicas y de consumo, adoptando estrategias flexibles y adaptativas para la promoción y comercialización del destino.
Escasa colaboración con destinos turísticos más consolidados cercanos	Fortalecer las alianzas con otros destinos cercanos para desarrollar productos turísticos conjuntos y estrategias de marketing regional.
Competencia elevada	Diferenciar claramente la oferta de Altura destacando sus recursos únicos, como el turismo activo y la cultura local, para atraer a turistas que buscan experiencias auténticas y no masificadas. Mejorar la infraestructura de aparcamiento
Falta de zonas de aparcamiento y accesibilidad	y garantizar la accesibilidad para personas con movilidad reducida para mejorar la experiencia del visitante. Educar a la población local sobre la importancia del turismo y
Escasa cultura turística y conciencia de turismo	fomentar una cultura de hospitalidad que mejore la calidad de la experiencia turística. Incentivar la apertura de comercios los fines de semana y en horarios más amplios
Buena parte de los comercios no abren en domingo	para mejorar la oferta de servicios durante las visitas turísticas.

<u>FORTALEZAS</u>	<u>MANTENER</u>
Diversidad de recursos turísticos	Continuar promoviendo la diversidad de recursos turísticos de Altura y asegurar su conservación y accesibilidad.
Recursos turísticos de primer orden	La presencia de Bienes de Interés Cultural (BICs) y espacios naturales protegidos como el Santuario de la Cueva Santa y la Cartuja de Valdecríst confiere a Altura un atractivo significativo para los visitantes interesados en la historia, la espiritualidad y la naturaleza. Mantener y promover las
Turismo activo y naturaleza	actividades de turismo activo como el senderismo y el ciclismo, capitalizando la belleza natural del entorno. Seguir participando en rutas temáticas reconocidas, como el
Participación en rutas temáticas	Camino del Cid y la Ruta del Santo Grial, para aprovechar la visibilidad que estas rutas proporcionan.
Iniciativas de promoción y calidad turística	Continuar con las iniciativas de calidad turística, adhesión al programa Creaturisme de la Comunitat Valenciana, así como la certificación de la Tourist-Info con la Q de Calidad Turística, subrayan el compromiso de Altura con ofrecer experiencias turísticas de alta calidad y servicios bien gestionados.
Eventos programados	Mantener y expandir la programación de eventos culturales como las Jornadas Culturales "Valdecríst, ámbito de culturas" y eventos deportivos como la "Marcha cicloturística. Subida a Montmayor" contribuyen a la animación del municipio y atraen tanto a residentes como a visitantes interesados en la cultura local y las actividades deportivas.
Hospitalidad y percepción local hacia el visitante	Fomentar la hospitalidad de la población local como un valor añadido importante para la experiencia turística, fomentando el boca a boca y las recomendaciones entre los turistas.

Adaptación a la estacionalidad y precios competitivos	Seguir gestionando la estacionalidad de la demanda turística, con meses como abril, agosto y octubre como los más populares, junto con una oferta de precios competitivos en alojamiento y restauración, posiciona al municipio como un destino atractivo durante todo el año.

<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>EXPLOTAR</u>
Potencialidad para atraer visitantes fuera de temporada estival	Promover eventos y actividades que atraigan visitantes durante todo el año, no solo en verano.
Tendencia hacia lo natural, rural y no masificado en la era Post-Covid	Posicionar Altura como un destino natural y sostenible, destacando la autenticidad y la tranquilidad del entorno.
Puesta en valor del elemento natural y rural	Aprovechar los recursos naturales para desarrollar experiencias turísticas auténticas y sostenibles atrayendo a turistas interesados en la naturaleza.
Turismo gastronómico y productos agroalimentarios locales	Aprovechar la calidad de los productos agroalimentarios locales para desarrollar un turismo gastronómico robusto, colaborando con productores y restaurantes locales.
Planes estratégicos y pertenencia a asociaciones turísticas	Utilizar planes estratégicos y la pertenencia a redes turísticas para mejorar la infraestructura y servicios turísticos.
Programas de apoyo y ayudas	Aprovechar programas como Next Generation para financiar mejoras en la infraestructura turística y la promoción del destino.
Diversificación frente a competidores cercanos	Crear experiencias turísticas únicas, como la exploración de la cultura local a través de la pirotecnia o eventos culturales y educativos, para atraer a nuevos segmentos de turistas.

Integración de nuevas
experiencias turísticas

Dinamizar experiencias a partir de la vía verde de Ojos Negros, dinamizar el camping local y mejorar la conexión con el comercio y la comunidad pueden mejorar la experiencia del turista y aumentar su estancia en Altura.

7. TARGET Y POSICIONAMIENTO

7.1 DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

7.1.1. Selección del mercado objetivo

El público objetivo de Altura se define como turistas nacionales, provenientes mayoritariamente de la provincia de Castellón y Valencia, que se sienten atraídos por destinos de interior caracterizados por su tranquilidad, autenticidad y proximidad a la naturaleza. Este segmento incluye familias, parejas y grupos de amigos que buscan experiencias enriquecedoras y memorables, alejadas del turismo masivo.

Es un grupo diverso, pero comparten comportamientos y preferencias que son fundamentales para diseñar un plan de marketing efectivo. Este público suele planificar sus viajes con antelación, buscando información on-line sobre destinos que se alineen con sus intereses. Valoran las recomendaciones de otros viajeros y prestan atención a las opiniones en plataformas de reseñas y redes sociales. Son sensibles a la relación calidad-precio y

prefieren destinos que ofrezcan una buena

experiencia sin necesidad de gastar en exceso. Además, este público valora las iniciativas sostenibles y está dispuesto a apoyar aquellos destinos que demuestren un compromiso con la conservación del medio ambiente y la promoción de la cultura local.

En cuanto a los canales de comunicación, este segmento es muy receptivo a las campañas de marketing digital, especialmente a través de redes sociales y sitios web que ofrezcan información detallada y actualizada sobre el destino. También responden positivamente a las promociones especiales y a las experiencias personalizadas que se adapten a sus necesidades y preferencias. Comportamiento y preferencias Búsqueda de escapadas

tranquilas y económicas: Este público prefiere escapadas de fin de semana o estancias cortas en las que puedan desconectar del estrés cotidiano y disfrutar de la paz y la serenidad que ofrecen los municipios de interior. Valoran la posibilidad de relajarse en un entorno natural, sin necesidad de realizar grandes desplazamientos, lo que hace de Altura un destino ideal por su cercanía y accesibilidad desde las principales ciudades de Castellón y Valencia.

Conexión con la naturaleza y aventura: El contacto directo con la naturaleza es una de las principales motivaciones de este público. Los turistas que visitan Altura buscan explorar los parajes naturales de la Sierra de Espadán y la Sierra Calderona, donde pueden practicar actividades como senderismo, ciclismo, escalada y observación de la fauna. Este grupo valora profundamente la autenticidad y la conservación del entorno natural. Están interesados en el ecoturismo y buscan destinos que ofrezcan experiencias sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Altura, con su compromiso con la preservación de sus recursos naturales, se alinea perfectamente con estos intereses.

Preferencia por el turismo familiar: Las familias con niños pequeños representan una parte importante de este público objetivo. Este segmento busca destinos que sean seguros y amigables para los más pequeños, donde puedan disfrutar de actividades educativas y recreativas en un entorno seguro. En Altura, encuentran un lugar donde pueden participar en excursiones familiares, visitas a parques naturales y eventos culturales que son atractivos tanto para adultos como para niños.

La seguridad y la accesibilidad de las actividades son aspectos clave para este público. Prefieren destinos donde puedan moverse con facilidad, donde los niños puedan explorar con libertad, y donde toda la familia pueda disfrutar de experiencias compartidas que fortalezcan los lazos familiares. Altura, con su oferta de actividades al aire libre y su entorno acogedor, es percibido como un destino ideal para estas familias. **Atracción por la cultura**

local y el patrimonio: El público objetivo de Altura también muestra un interés significativo por la cultura local y el patrimonio histórico. Este segmento valora la oportunidad de conocer y experimentar las tradiciones y costumbres del lugar que visita. Están interesados en participar en festividades locales, visitar monumentos históricos y disfrutar de la gastronomía típica de la región. La autenticidad es un factor clave para este

grupo. Buscan experiencias que les permitan conectarse con la historia y la identidad de los lugares que visitan. En Altura, pueden descubrir el rico patrimonio cultural del municipio, desde sus iglesias y ermitas hasta las fiestas tradicionales que se celebran a lo largo del año.

Turismo de salud y bienestar: Finalmente, este público también está compuesto por personas que buscan destinos donde puedan relajarse y rejuvenecer. Están interesados en disfrutar de un entorno tranquilo y natural, donde puedan desconectar de las preocupaciones diarias y dedicar tiempo a su bienestar físico y mental.

Las aguas termales y los spas cercanos a Altura, junto con la calma y el silencio de su entorno natural, hacen de este municipio un destino atractivo para aquellos que buscan una escapada de bienestar. Este segmento de turistas valora especialmente los lugares que les permiten cuidar de su salud en un ambiente relajante y revitalizante.

7.2. Posicionamiento

El posicionamiento de Altura debe considerar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el entorno competitivo en relación con otras localidades cercanas. Entre los municipios más relevantes en su entorno inmediato se encuentran Segorbe, Navajas y Jérica, cada uno con características turísticas propias que pueden complementar o competir con la oferta de Altura.

SEGORBE	Capital de la comarca del Alto Palancia, Segorbe es conocido por su patrimonio histórico y cultural, con eventos como la Entrada de Toros y Caballos, declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional. Su oferta turística se centra en la cultura, la historia y la gastronomía, atrayendo a visitantes interesados en el turismo cultural.
NAVAJAS	Famoso por su paraje natural de la Fuente de los Baños y el Salto de la Novia, Navajas se ha posicionado como un destino de naturaleza y descanso. Su proximidad a Altura lo convierte en un competidor directo en el ámbito del turismo de naturaleza y familiar.
JÉRICA	Con su Torre Mudéjar y un entorno natural destacado, Jérica se presenta como un destino atractivo para el turismo rural y patrimonial. Su enfoque está en la historia y la tranquilidad, similar en ciertos aspectos a la oferta de Altura.

Para posicionarse de manera efectiva en este contexto, Altura debe destacar sus atributos únicos y diferenciadores que la hacen especial en comparación con sus localidades vecinas. El posicionamiento debe ser claro y coherente, alineado con las expectativas y necesidades del público objetivo definido anteriormente.

Para comunicar eficazmente el posicionamiento de Altura, es esencial desarrollar una estrategia de marketing que utilice múltiples canales, tanto online como offline. Las campañas en redes sociales, la creación de contenido visual atractivo que muestre las bellezas naturales y culturales de Altura, y la colaboración con influencers de viajes que compartan los valores de sostenibilidad y bienestar son algunas de las tácticas recomendadas.

Además, Altura debe participar activamente en ferias de turismo y otros eventos promocionales donde pueda destacar su oferta única en comparación con los pueblos circundantes. El mensaje debe ser claro: Altura es un destino de naturaleza y aventura, un refugio de salud y bienestar, un lugar donde las familias pueden disfrutar juntas y un bastión de la cultura local auténtica.

A continuación, se presentan los elementos clave del posicionamiento turístico de Altura:

1. Diferenciación a través de la naturaleza y la aventura: Altura debe posicionarse como el principal destino de turismo de naturaleza y aventura en la región, aprovechando su ubicación estratégica entre la Sierra de Espadán y la Sierra Calderona. A diferencia de Navajas, que se centra en la contemplación y el disfrute pasivo de sus paisajes naturales, Altura puede destacar por ofrecer una experiencia más activa y aventurera.

Las rutas de senderismo, ciclismo de montaña y escalada en Altura, combinadas con la oportunidad de explorar paisajes variados y bien conservados, ofrecen una propuesta única que puede atraer a turistas en busca de emociones y desafíos al aire libre.

Además, la posibilidad de realizar estas actividades en un entorno menos saturado que otras localidades turísticas es un punto de diferenciación clave. 2. Enfoque en el turismo

de salud y bienestar: Una de las grandes oportunidades de Altura reside en el desarrollo de una oferta de turismo de salud y bienestar, aprovechando su entorno natural tranquilo y la proximidad a instalaciones termales. Este enfoque no solo amplía el público objetivo al incluir a personas que buscan relajación y rejuvenecimiento, sino que también diferencia a Altura de localidades vecinas como Segorbe, que se centra más en el turismo cultural.

Altura puede posicionarse como un oasis de paz y bienestar, donde los visitantes pueden disfrutar de yoga al aire libre y retiros de salud en un entorno sereno. Este enfoque es particularmente atractivo para turistas que buscan una escapada regeneradora, alejados del estrés urbano y en contacto directo con la naturaleza.

3. Promoción del patrimonio cultural local: Si bien Segorbe es un fuerte competidor en términos de turismo cultural, Altura puede diferenciarse al destacar su patrimonio cultural en un contexto más íntimo y auténtico. Las ermitas, las tradiciones locales y las festividades de Altura ofrecen una experiencia cultural única que puede complementar la oferta más amplia y conocida de Segorbe.

La promoción de eventos culturales locales, como festivales tradicionales y mercados de productos artesanales, puede atraer a visitantes interesados en una experiencia cultural auténtica y cercana, alejada de las multitudes que suelen congregarse en eventos más grandes. Altura debe posicionarse como un destino donde los turistas pueden sumergirse en la cultura local de una manera más personal y significativa. 4.

Consolidación como destino familiar: Altura tiene el potencial de consolidarse como un destino preferido para el turismo familiar en la región. A diferencia de Jérica, que puede atraer a un turismo más orientado hacia la historia y la tranquilidad, Altura puede destacar por su oferta de actividades al aire libre adaptadas a todas las edades, especialmente a familias con niños. La creación de rutas de senderismo sencillas,

parques de aventura y actividades

educativas en la naturaleza puede posicionar a Altura como un lugar ideal para que las familias disfruten de tiempo de calidad juntas. Este enfoque también se alinea con la creciente demanda de destinos seguros y amigables para los niños, lo que refuerza la posición de Altura como un destino familiar por excelencia. 5. Integración de la

sostenibilidad en la propuesta de valor: En un contexto donde la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave para muchos turistas, Altura debe posicionarse como un destino comprometido con el turismo sostenible. Este posicionamiento no solo atrae a turistas conscientes del medio ambiente, sino que también diferencia a Altura de otras localidades que no han integrado plenamente la sostenibilidad en su oferta turística.

Las iniciativas de conservación del entorno natural, la promoción de prácticas turísticas responsables y la educación ambiental pueden formar parte del mensaje central de Altura como destino turístico. Esta estrategia no solo mejora la imagen de Altura, sino que también puede generar un impacto positivo en la comunidad local y en el entorno natural que rodea al municipio.

8.OBJETIVOS

Este plan de marketing está orientado a consolidar el posicionamiento de Altura como un destino turístico atractivo, diferenciándose de los pueblos circundantes y potenciando sus características únicas. A continuación, se definen los objetivos clave del plan:

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

1. Aumentar la estancia media y el gasto turístico en Altura

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

1. Aumentar el conocimiento y reconocimiento de la marca turística de Altura
2. Promover Altura como un destino de naturaleza, aventura y bienestar
3. Fomentar el turismo familiar
4. Impulsar la cultura y el patrimonio local
5. Generar un impacto positivo en la imagen de sostenibilidad de Altura
6. Fortalecer la relación y la comunicación con la comunidad local

Las metas a lograr en cada uno de ellos, serían las siguientes:

A CORTO PLAZO:

1. AUMENTAR LA ESTANCIA MEDIA Y EL GASTO TURÍSTICO EN ALTURA

OBJETIVO	METAS
----------	-------

<p>Promover Altura como un destino donde los visitantes combinen alojamiento, actividades y gastronomía local, con no solo llegan, sino que el objetivo es aumentar la estancia media en un 15%.</p> <p>prolongan su estancia y aumentan su gasto, Promover la oferta gastronómica y de productos locales, beneficiando así a la economía local.</p>	<p>Desarrollar y promocionar paquetes turísticos que destinen la fomentando un aumento del 20% en el gasto promedio de los turistas.</p> <p>Crear itinerarios sugeridos para estancias prolongadas y promoverlos a través de campañas digitales, alcanzando a un 50% de los visitantes recurrentes.</p>
--	---

A LARGO PLAZO:

1. AUMENTAR EL CONOCIMIENTO Y RECONOCIMIENTO DE LA MARCA TURÍSTICA DE ALTURA	
OBJETIVO	METAS
Incrementar la visibilidad de Altura como destino turístico en la región de del municipio (sitio web, redes sociales) en Castellón y más allá, asegurando que su nombre y oferta turística sean ampliamente conocidos y reconocidos.	<p>Aumentar el tráfico en los canales digitales un 30% en el primer año.</p> <p>Lograr un crecimiento del 20% en menciones en medios de comunicación regionales y nacionales.</p>

	Incrementar la participación en ferias y eventos turísticos, buscando una presencia destacada y activa.
--	---

2. PROMOVER ALTURA COMO UN DESTINO DE NATURALEZA, AVENTURA Y BIENESTAR

OBJETIVO	METAS
Posicionar a Altura como el principal destino de naturaleza, aventura y bienestar en la región, destacando sus recursos naturales, su oferta de actividades al aire libre y sus oportunidades para el turismo de salud.	<p>Desarrollar y lanzar campañas de marketing digital y de contenidos que resalten las rutas de senderismo, ciclismo y la oferta de bienestar, alcanzando al menos a 100,000 personas en el primer año.</p> <p>de Colaborar con influencers y blogueros de viajes que se especialicen en naturaleza y bienestar para generar el contenido positivo sobre Altura, buscando al menos 10 colaboraciones destacadas.</p> <p>Crear y difundir material promocional (videos, fotografías) enfocado en la experiencia de bienestar y aventura, aumentando la interacción en redes sociales en un 25%.</p>

3. FOMENTAR EL TURISMO FAMILIAR

OBJETIVO	METAS
Posicionar a Altura como un destino ideal para el turismo incluyendo sus turísticos familiares, con el objetivo de aumentar el número de familias que visitan Altura en un 20%.	Desarrollar campañas específicas dirigidas a familias, destino promociones especiales y paquetes familiar, destacando actividades seguras y atractivas

para todas las edades, Organizar y promover al menos tres eventos anuales especialmente para familias con enfocados en familias y niños, con una participación niños. esperada de más de 500 personas por evento.

Crear contenidos específicos para redes sociales y plataformas digitales que resalten las actividades familiares en Altura, logrando un engagement (compromiso) del 15% en estas publicaciones.

4. IMPULSAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL

OBJETIVO	METAS
Promover Altura como destino cultural y un 25% enfatizando la promoción de eventos culturales únicos.	Incrementar la participación en eventos culturales locales en un 25% mediante campañas de comunicación focalizadas en patrimonial, su historia, tradiciones y eventos culturales. Producir y distribuir material informativo y promocional sobre la historia y el patrimonio de Altura en colaboración con medios de comunicación y plataformas digitales, alcanzando al menos a 50,000 personas.
	Aumentar las visitas a sitios patrimoniales de Altura en un 15% durante el primer año a través de campañas de sensibilización y promoción cultural.

5. GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN LA IMAGEN DE SOSTENIBILIDAD DE ALTURA

OBJETIVO	METAS
<p>Reforzar la percepción de Altura como un destino turismo sostenible en Altura, como la reducción de comprometido con el plásticos de un solo uso, la promoción del ecoturismo, y la turismo sostenible y conservación de espacios naturales.</p> <p>responsable, alineándose con las expectativas de un público cada vez más consciente del impacto ambiental.</p>	<p>Implementar y comunicar al menos tres iniciativas de</p> <p>Crear campañas educativas dirigidas a turistas sobre más prácticas sostenibles durante su visita, con el objetivo de alcanzar a más de 50,000 personas.</p> <p>Lograr el reconocimiento de Altura como un destino sostenible en al menos dos publicaciones o premios relacionados con el turismo sostenible.</p>

6. FORTALECER LA RELACIÓN Y LA COMUNICACIÓN CON LA COMUNIDAD LOCAL

OBJETIVO	METAS
<p>Integrar a la comunidad local en las estrategias de desarrollo turístico, asegurando que los beneficios del turismo sean compartidos y que la comunidad sea parte activa en la promoción de Altura.</p>	<p>Organizar al menos dos reuniones anuales con representantes de la comunidad y sectores clave para discutir y colaborar en las estrategias turísticas.</p> <p>Involucrar a la comunidad local en la promoción del la municipio, a través de la formación de embajadores turísticos y la creación de contenido local que refleje la vida y cultura de Altura.</p>

	Incrementar la participación comunitaria en las decisiones de marketing turístico en un 30% a través de encuestas, foros y talleres participativos.
--	---

9. ESTRATEGIAS

Para lograr los objetivos, es fundamental establecer estrategias detalladas que guíen la ejecución de las acciones necesarias. Este documento presenta un conjunto integral de estrategias que abordan cada uno de los objetivos, con un enfoque en la segmentación del público objetivo, la elección de los canales de comunicación adecuados, la creación de contenidos relevantes y la implementación de iniciativas que aseguren el éxito de las campañas de marketing.

A CORTO PLAZO:

9.1. Estrategia para aumentar la estancia media y el gasto turístico en Altura

Para maximizar los beneficios económicos del turismo en Altura, es necesario incentivar a los visitantes a prolongar su estancia y aumentar su gasto en el municipio. Esta estrategia se enfocará en ofrecer experiencias completas y atractivas que justifiquen una visita más larga y un mayor consumo.

9.1.1. Desarrollo de itinerarios y paquetes complejos

- Itinerarios sugeridos: Crear y promocionar itinerarios sugeridos que combinen diferentes actividades y atractivos turísticos de Altura, incentivando a los visitantes a quedarse más tiempo. Estos itinerarios deben estar disponibles en el sitio web, en aplicaciones móviles y en formato impreso en puntos de información turística.

- Paquetes turísticos con valor añadido: Ofrecer paquetes turísticos que incluyan alojamiento, comidas en restaurantes locales, y actividades complementarias como visitas guiadas, talleres artesanales y experiencias gastronómicas. Estos paquetes deben estar diseñados para diferentes tipos de turistas, desde familias hasta parejas y aventureros.

9.1.2. Promoción de la gastronomía y productos locales

- Rutas gastronómicas: Diseñar rutas gastronómicas que promuevan los productos locales y los platos típicos de Altura, colaborando con restaurantes y productores locales. Estas rutas pueden incluir degustaciones, visitas a bodegas y granjas, y talleres de cocina. Mercados y ferias locales: Organizar mercados y ferias donde se
- destaquen los productos artesanales y gastronómicos de Altura. Estas actividades no solo atraen a los turistas, sino que también fomentan el consumo local y apoyan a los pequeños productores.

9.1.3. Fidelización de turistas

- Programas de fidelización: Crear programas de fidelización para visitantes recurrentes, ofreciendo descuentos y beneficios exclusivos en su próxima visita. Estos programas pueden ser promovidos a través de la web oficial de turismo, correos electrónicos y redes sociales. Club de viajeros de Altura: Establecer un club
- de viajeros donde los turistas frecuentes puedan registrarse para recibir información privilegiada, promociones especiales y participar en eventos exclusivos. Este club puede ayudar a crear una comunidad de viajeros que promueva Altura a través del boca a boca.

A LARGO PLAZO:

9.2. Estrategia para aumentar el conocimiento y reconocimiento de la marca turística de Altura

El primer paso para aumentar el conocimiento y reconocimiento de Altura como un destino turístico es desarrollar una marca turística sólida, coherente y atractiva. Esta estrategia se

centrará en la construcción y promoción de la marca, aprovechando tanto medios digitales como tradicionales.

9.2.1 Desarrollo de la identidad de marca

- Creación de una identidad visual y verbal: Diseñar un logotipo, un eslogan y una paleta de colores que representen la esencia de Altura. La identidad de marca debe reflejar los valores del municipio: naturaleza, autenticidad, bienestar y cultura.
- Manual de marca: Desarrollar un manual de marca que estandarice el uso de los elementos visuales y verbales en todas las comunicaciones. Este manual servirá como guía para todas las campañas publicitarias y materiales promocionales, asegurando una imagen consistente.

9.2.2. Campañas de concienciación y visibilidad

- Publicidad digital: Invertir en campañas publicitarias en plataformas digitales como Google Ads, Facebook Ads e Instagram Ads. Estas campañas deben estar segmentadas geográficamente para llegar a los residentes de la Comunidad Valenciana y provincias cercanas, además de estar dirigidas a públicos interesados en naturaleza, bienestar y turismo cultural.
- SEO y Marketing de contenidos: Optimizar el sitio web oficial del turismo de Altura para motores de búsqueda (SEO), asegurando que aparezca en los primeros resultados para términos relevantes como "turismo en Castellón", "escapadas de naturaleza", y "destinos de bienestar". Complementar esta estrategia con un blog en el sitio web que ofrezca contenidos ricos y útiles, como guías de viaje, listas de actividades y artículos sobre la cultura local.
- Medios de comunicación: Establecer relaciones con medios de comunicación locales y regionales, así como con periodistas especializados en turismo. Proporcionar comunicados de prensa regulares que informen sobre eventos, actividades y desarrollos en Altura. Invitar a periodistas a visitar Altura para que experimenten el destino de primera mano y escriban sobre su experiencia.

9.2.3. Participación en ferias y eventos turísticos

- Ferias de turismo nacional e internacional: Participar activamente en ferias de turismo como FITUR (Feria Internacional de Turismo) en Madrid, con un stand que refleje la identidad visual de Altura. Asegurar la presencia de material promocional

de alta calidad y personal capacitado que pueda comunicar la propuesta de valor de Altura de manera efectiva. Eventos locales y regionales: Organizar o participar en

- eventos locales que promuevan Altura como destino turístico, como mercados de turismo o ferias gastronómicas. Estas actividades ayudarán a consolidar la marca y a fortalecer la conexión con el público local y regional.

9.3. Estrategia para promover Altura como un destino de naturaleza, aventura y bienestar

Altura posee un entorno natural privilegiado que debe ser central en su propuesta de valor turística. Esta estrategia se centrará en resaltar las oportunidades para la aventura, el ecoturismo y el bienestar, posicionando a Altura como el destino preferido para aquellos que buscan experiencias al aire libre y descanso.

9.3.1. Desarrollo de productos y paquetes turísticos

- Paquetes de aventura: Crear y comercializar paquetes turísticos que incluyan actividades como senderismo, ciclismo de montaña, escalada y observación de la fauna. Estos paquetes deben ofrecer opciones para todos los niveles de habilidad, desde principiantes hasta aventureros experimentados. Retiros de bienestar: Diseñar
- programas de retiro de bienestar que incluyan sesiones de yoga y/o meditación combinados con caminatas guiadas en la naturaleza y alojamiento en alojamientos rurales. Estos programas deben estar dirigidos a personas que buscan desconectar y rejuvenecer en un entorno natural.

9.3.2. Creación de contenidos y publicidad dirigida

- Videos y fotografía de alta calidad: Producir videos promocionales y fotografías de alta calidad que capturen la belleza natural de Altura y la gama de actividades disponibles. Estos materiales deben utilizarse en campañas de redes sociales, en el sitio web y en anuncios digitales. Campañas de influencers: Colaborar con
- influencers especializados en naturaleza, ecoturismo y bienestar para que visiten Altura y compartan su experiencia con sus

seguidores. Estas colaboraciones deben enfocarse en la autenticidad y en resaltar las características únicas de Altura. Publicaciones en blogs y revistas especializadas:

- Escribir y distribuir artículos sobre las actividades de aventura y bienestar en Altura en blogs especializados y revistas de turismo, tanto online como impresas. Estos artículos deben estar orientados a inspirar a los lectores a elegir Altura para su próxima escapada.

9.3.3. Mejora de infraestructura y señalización

- Señalización de rutas y senderos: Mejorar la señalización de rutas de senderismo y ciclismo, asegurando que sean claras, seguras y accesibles para todos los niveles de habilidad. Proporcionar mapas y guías detalladas en puntos clave del municipio y en el sitio web oficial. Infraestructura para el turismo de bienestar: Desarrollar
- infraestructuras como áreas de descanso que complementen las ofertas de naturaleza y aventura. Estas instalaciones deben estar integradas con el entorno natural, promoviendo un enfoque de bienestar holístico.

9.4. Estrategia para fomentar el turismo familiar

El turismo familiar es un segmento importante para Altura, y se debe crear un ambiente seguro y acogedor para que las familias puedan disfrutar de su visita. La estrategia debe enfocarse en ofrecer actividades y servicios que sean atractivos para padres e hijos por igual.

9.4.1. Desarrollo de actividades y servicios adaptados a familias

- Rutas y actividades para niños: Crear rutas de senderismo y actividades educativas adaptadas para niños, como búsquedas del tesoro en la naturaleza, talleres de observación de aves y talleres de artesanía local. Estas actividades deben ser divertidas, seguras y educativas. Eventos familiares: Organizar eventos dirigidos a
- familias, como festivales de verano, espectáculos de marionetas y proyecciones de cine al aire libre. Estos eventos deben programarse durante las vacaciones escolares para maximizar la participación.

9.4.2. Comunicación y promoción específica

- Materiales promocionales para familias: Diseñar folletos, guías y material promocional que se dirijan específicamente a familias, destacando las actividades seguras y amigables para los niños en Altura. Estos materiales deben distribuirse en escuelas, clubes de padres y lugares frecuentados por familias. Contenido digital
- para familias: Crear secciones en el sitio web y perfiles en redes sociales dedicados al turismo familiar, donde se compartan itinerarios sugeridos, consejos para viajar con niños y testimonios de familias que han visitado Altura. Este contenido debe ser visualmente atractivo y fácil de navegar.

9.4.3. Colaboraciones y alianzas

- Alianzas con empresas locales: Colaborar con alojamientos, restaurantes y operadores turísticos para ofrecer descuentos y promociones especiales para familias. Estas alianzas deben estar orientadas a hacer que Altura sea un destino accesible y asequible para las familias. Programas escolares: Establecer programas
- de excursiones escolares en colaboración con instituciones educativas de la región, promoviendo visitas a Altura como parte de las actividades extracurriculares. Estos programas no solo atraerán a jóvenes visitantes, sino que también fomentarán el boca a boca entre las familias.

9.5. Estrategia para impulsar la cultura y el patrimonio local

Altura tiene un patrimonio cultural rico que debe ser promovido como parte esencial de su oferta turística. Esta estrategia se enfocará en preservar y resaltar las tradiciones y la historia local, atrayendo a turistas interesados en experiencias culturales auténticas.

9.5.1. Desarrollo de productos culturales

- Rutas históricas y culturales: Diseñar y promocionar rutas que recorran los principales sitios históricos y culturales de Altura, como ermitas, monumentos y museos locales. Estas rutas deben estar acompañadas de guías detalladas que expliquen la historia y las tradiciones del municipio.

- Eventos culturales y festividades: Potenciar y promocionar las festividades locales como la Semana Santa, las fiestas patronales y otros eventos culturales. Estos eventos deben ser posicionados como experiencias imperdibles para los turistas, destacando su autenticidad y conexión con las raíces del municipio.

9.5.2. Comunicación y promoción cultural

- Campañas de storytelling: Desarrollar campañas de storytelling que cuenten las historias detrás de los sitios históricos y las tradiciones de Altura. Estas historias deben ser compartidas a través de videos, blogs y redes sociales, capturando la atención de aquellos interesados en la cultura y la historia. Promoción en medios
- especializados: Colaborar con revistas y blogs de turismo cultural para publicar artículos que resalten el patrimonio de Altura. Estos artículos deben enfocarse en los aspectos únicos de Altura, diferenciándolo de otros destinos culturales de la región.

9.5.3. Preservación y restauración del patrimonio

- Programas de conservación: Implementar programas de conservación y restauración de los sitios patrimoniales en colaboración con instituciones culturales y gubernamentales. La preservación del patrimonio es clave para mantener la autenticidad de la oferta cultural y atraer a turistas conscientes de la importancia de estos valores. Involucramiento de la comunidad: Involucrar a la comunidad local en la
- preservación y promoción de la cultura y el patrimonio, a través de talleres, voluntariado y participación en eventos culturales. Esto no solo fortalecerá la identidad local, sino que también creará un sentido de orgullo y pertenencia entre los residentes.

9.6. Estrategia para generar un impacto positivo en la imagen de sostenibilidad de Altura

La sostenibilidad es un factor cada vez más importante en la elección de destinos turísticos. Altura debe posicionarse como un destino que no solo ofrece experiencias turísticas atractivas, sino que también es responsable con el medio ambiente y la comunidad local.

9.6.1. Implementación de prácticas sostenibles

- Iniciativas de reducción de impacto ambiental: Introducir prácticas sostenibles en el turismo local, como la reducción de plásticos de un solo uso, la gestión eficiente de residuos y la promoción de transportes ecológicos. Estas iniciativas deben ser comunicadas claramente a los turistas para que comprendan y apoyen los esfuerzos de sostenibilidad. Certificaciones ecológicas: Trabajar para obtener certificaciones ecológicas para alojamientos y operadores turísticos locales. Estas certificaciones pueden utilizarse como herramientas de marketing para atraer a turistas que valoran la sostenibilidad.

9.6.2. Educación y sensibilización

- Campañas de concienciación ambiental: Desarrollar campañas educativas que informen a los turistas sobre la importancia de prácticas sostenibles durante su visita, como el respeto por la fauna y flora, y la reducción de la huella de carbono. Estas campañas deben incluir señalización en los principales puntos turísticos y contenido digital. Programas de voluntariado ambiental: Crear programas de voluntariado que permitan a los turistas y a la comunidad local participar en actividades de conservación, como la reforestación, la limpieza de senderos y la protección de especies locales. Estos programas no solo ayudan al medio ambiente, sino que también fortalecen el vínculo entre los turistas y el destino.

9.6.3. Comunicación de los logros en sostenibilidad

- Informe de sostenibilidad: Publicar un informe anual de sostenibilidad que detalle las acciones y logros de Altura en materia ambiental. Este informe debe estar disponible en el sitio web y ser difundido a través de medios de comunicación y redes sociales. Promoción de casos de éxito: Compartir historias de éxito sobre iniciativas sostenibles en Altura a través de videos, blogs y redes sociales. Estas historias pueden incluir entrevistas con los operadores turísticos, testimonios de turistas y datos sobre el impacto positivo en el medio ambiente.

9.7. Estrategia para fortalecer la relación y la comunicación con la comunidad local

La comunidad local es un pilar fundamental en el desarrollo turístico sostenible y exitoso. Esta estrategia se centrará en involucrar a los residentes en el proceso de planificación y promoción turística, asegurando que se sientan parte integral del crecimiento del turismo en Altura.

9.7.1. Participación comunitaria

- Foros y talleres participativos: Organizar foros y talleres en los que los residentes puedan expresar sus opiniones, sugerencias y preocupaciones sobre el desarrollo turístico. Estos encuentros deben ser periódicos y servir como espacio para el diálogo constructivo entre la comunidad y las autoridades turísticas.

9.7.2. Formación y capacitación

- Programas de capacitación para residentes: Implementar programas de formación para los residentes interesados en participar en la industria turística, ofreciendo cursos sobre hospitalidad, guianza turística y gestión sostenible. Estos programas ayudarán a crear empleo local y a mejorar la calidad del servicio turístico en Altura.
- Promoción de la cultura local por los residentes: Fomentar la participación de los residentes en la promoción de Altura a través de programas como "Embajadores de Altura", donde los locales actúan como guías o anfitriones para los visitantes, compartiendo sus conocimientos y experiencias personales.

9.7.3. Comunicación transparente y regular

- Boletines informativos: Enviar boletines informativos regulares a la comunidad local, actualizando sobre las iniciativas turísticas, los resultados de las campañas, y las oportunidades de participación. Estos boletines deben estar disponibles tanto en formato impreso como digital.
- Plataformas de comunicación online: Crear una plataforma online donde los residentes puedan acceder a información sobre las actividades turísticas, expresar sus opiniones y participar en encuestas. Esta plataforma debe ser interactiva y permitir una comunicación fluida entre la comunidad y las autoridades turísticas.



**Ayuntamiento
de Altura**



ITINERANTUR
FORMACIÓN | EXPERIENCIAS | CONSULTORÍA

10. PLAN DE ACCIÓN

A CORTO PLAZO:

10.1. Fidelización de turistas

10.1.1. Creación de programas de fidelización

10.1.1.1 Desarrollo de un programa de fidelización para visitantes recurrentes

- Descripción: Diseñar un programa de fidelización que ofrezca descuentos, promociones y beneficios exclusivos a los turistas que visiten Altura más de una vez. El programa podría incluir recompensas como noches de alojamiento gratis, descuentos en restaurantes, y acceso a eventos privados. Responsables: Departamento de Turismo, hoteleros y restauradores. Plazo: 2 meses. Recursos: Diseño del programa, material promocional. Indicadores de éxito: Número de turistas inscritos en el programa, número de visitas recurrentes.

10.1.1.2 Campaña de promoción del programa de fidelización (800-1200€)

- Descripción: Promocionar el programa de fidelización a través del sitio web oficial, redes sociales y correo electrónico dirigido a turistas que ya han visitado Altura. También, ofrecer descuentos a quienes se inscriban en su primera visita. Responsables: Agencia de marketing, equipo de comunicación digital. Plazo: 3 meses de preparación, campaña continua. Recursos: Presupuesto para campañas publicitarias. Indicadores de éxito: Tasa de inscripción, participación activa en el programa.
-

10.1.2. Creación de un club de viajeros de Altura

10.1.2.1 Desarrollo del Club de Viajeros (600-1200€)

- Descripción: Crear un club exclusivo para los turistas frecuentes de Altura, ofreciendo beneficios como acceso a eventos especiales, promociones, y boletines con información privilegiada sobre el municipio y las actividades futuras. Responsables: Departamento de Turismo, equipo de comunicación.
- Plazo: 3 meses. Recursos: Plataforma web, presupuesto para eventos y promociones. Indicadores de éxito: Número de miembros del club, participación en eventos.
-

10.1.2.2 Organización de eventos exclusivos para miembros del club

- Descripción: Organizar eventos exclusivos para miembros del club, como cenas privadas, visitas guiadas especiales y acceso a actividades en fechas señaladas. Responsables: Ayuntamiento, asociaciones empresariales locales. Plazo: Continuo. Recursos: Organización de eventos, invitaciones personalizadas. Indicadores de éxito: Participación en eventos, satisfacción de los miembros.
-

A LARGO PLAZO:

10.2. Desarrollo de la identidad de marca

Crear una identidad de marca sólida y coherente para Altura que refleje sus valores de naturaleza, cultura, bienestar y sostenibilidad, y que sea reconocida por el público objetivo.

10.2.1. Creación de la identidad visual y verbal

10.2.1.1. Contratación de una agencia de branding

- Responsables: Departamento de Turismo de Altura.
- Plazo: 1 mes desde el inicio del proyecto.
- Recursos: Presupuesto asignado para branding.
- Descripción: Seleccionar una agencia especializada en branding con experiencia en proyectos turísticos para desarrollar la identidad visual y verbal de Altura.

- Indicadores de éxito: Firma de contrato con la agencia y presentación de propuestas iniciales.

10.2.1.2. Desarrollo de logotipo, eslogan y paleta de colores (1500€)

- Responsables: Agencia de branding en colaboración con el Departamento de Turismo. Plazo: 2 meses tras la contratación de la agencia. Recursos: Sesiones de brainstorming, reuniones de revisión. Descripción: Crear un logotipo que refleje la naturaleza y cultura de Altura, acompañado de un eslogan memorable. Definir una paleta de colores que transmita los valores de la marca. Indicadores de éxito: Aprobación del logotipo y eslogan por parte del consejo consultivo.

-

10.2.1.3. Desarrollo de un manual de marca (500€)

- Responsables: Agencia de branding.
- Plazo: 1 mes tras la aprobación del logotipo y eslogan.
- Recursos: Herramientas de diseño gráfico, reuniones con stakeholders.
- Descripción: Crear un manual de marca que establezca directrices para el uso del logotipo, tipografía, colores y tono de comunicación en todos los materiales.
- Indicadores de éxito: Publicación y distribución del manual de marca.

10.2.2. Lanzamiento de la marca

10.2.2.1. Evento de lanzamiento de la marca (3000-9000€)

- Responsables: Departamento de Turismo, agencia de eventos. Plazo: 1 mes tras la finalización del manual de marca. Recursos: Presupuesto para el evento, espacio de eventos, material promocional. Descripción: Organizar un evento de lanzamiento para presentar la nueva identidad de marca de Altura a la comunidad local, medios de comunicación y socios turísticos. Indicadores de éxito: Asistencia al evento, cobertura mediática positiva.

○

10.2.2.2. Campaña de concienciación en medios digitales (3000 - 5000€)

- Responsables: Agencia de marketing digital, Departamento de Turismo.
- Plazo: Inicia inmediatamente tras el evento de lanzamiento, duración de 3 meses. Recursos: Presupuesto para publicidad digital, contenido visual y audiovisual. Descripción: Implementar una campaña en redes sociales, Google Ads y medios online para dar a conocer la nueva marca. Utilizar anuncios segmentados para llegar al público objetivo. Indicadores de éxito: Aumento del tráfico en el sitio web oficial, interacciones en redes sociales.
-

10.3. Promoción de Altura como un destino de naturaleza, aventura y bienestar

Objetivo: Posicionar a Altura como el destino preferido para actividades de ecoturismo, aventura y bienestar, aprovechando sus recursos naturales como la Sierra de Espadán y la Sierra Calderona.

10.3.1. Desarrollo de productos y paquetes turísticos

10.3.1.1. Identificación de rutas y actividades

- Responsables: Guías locales, Departamento de Turismo.
- Plazo: 2 meses.
- Recursos: Investigación de campo, mapeo de rutas, consulta con expertos en ecoturismo.
- Descripción: Catalogar y mapear rutas de senderismo, ciclismo y escalada, ~~Destacando~~ ^{Identificando} puntos de interés natural y paisajístico. descripciones detalladas y niveles de dificultad.
- Indicadores de éxito: Creación de un catálogo digital de rutas y actividades, con mapas y guías descargables.

10.3.1.2. Creación de paquetes turísticos

- Responsables: Operadores turísticos, hoteles, agencias de viaje.
- Plazo: 3 meses.

- Recursos: Colaboración con empresas locales, desarrollo de itinerarios.
- Descripción: Diseñar paquetes que incluyan alojamiento, comidas y actividades como senderismo, yoga y visitas guiadas. Los paquetes deben estar dirigidos a diferentes segmentos, como familias, aventureros y turistas de bienestar. Indicadores de éxito: Número de paquetes vendidos, reseñas positivas de clientes.

10.3.1.3. Promoción de los paquetes turísticos: (3000 - 5000€)

- Responsables: Agencia de marketing, operadores turísticos. Plazo: 1 mes tras la creación de los paquetes, en curso durante todo el año. Recursos:
- Presupuesto para marketing, campañas en redes sociales y buscadores, email marketing. Descripción: Implementar una campaña de marketing digital para promocionar los paquetes turísticos en medios sociales, Google Ads y a través de mailing a bases de datos de agencias de viajes. Indicadores de éxito: Conversiones de la campaña (reservas realizadas), aumento de la visibilidad online.

10.3.2. Mejora de infraestructura y señalización

10.3.2.1. Instalación de señalización en rutas y senderos

- Responsables: Ayuntamiento, empresa de señalización. Plazo: 6 meses.
- Recursos: Presupuesto municipal, mapas, diseño de señalización, mano de obra. Descripción: Instalar señalización clara y visible en todas las rutas y senderos, con información sobre distancias, niveles de dificultad, y puntos de interés. Incluir mapas interactivos en puntos clave. Indicadores de éxito: Satisfacción de los usuarios (encuestas), reducción en el número de extravíos reportados.
-

10.3.2.2. Desarrollo de infraestructuras de apoyo

- Responsables: Ayuntamiento, Departamentode Turismo, sector privado.
- Plazo: 12 meses.

- Recursos: Financiamiento público y privado, construcción y renovación de instalaciones. Descripción: Mejorar y/o construir infraestructuras como
- áreas de descanso, miradores, centros de información turística y puntos de avituallamiento en rutas principales. Indicadores de éxito: Uso de las nuevas infraestructuras, satisfacción del visitante (encuestas post-visita).
-

10.3.3. Creación de contenidos y publicidad dirigida

10.3.3.1. Producción de contenido audiovisual (5000-10000€)

- Responsables: Agencia de producción, Departamento de Turismo. Plazo: 3
- meses. Recursos: Presupuesto para producción, contratación de videógrafos
- y fotógrafos, equipos de filmación. Descripción: Producir videos y fotografías que capturen la esencia de las actividades de aventura y bienestar en Altura.
- Estos materiales serán usados en campañas de promoción en redes sociales, sitio web y medios tradicionales. Indicadores de éxito: Alcance de la campaña (vistas y compartidos), aumento en el tráfico al sitio web.
-

10.3.3.2. Lanzamiento de campañas de influencers (5000-10000€)

- Responsables: Agencia de marketing de influencers, Departamento de Turismo. Plazo: 6 meses (planificación, ejecución y seguimiento). Recursos:
- Identificación y contratación de influencers, producción de contenido en
- colaboración con los influencers. Descripción: Seleccionar influencers especializados en turismo de aventura y bienestar para visitar Altura y
- compartir su experiencia en sus redes sociales. Establecer colaboraciones que incluyan posts patrocinados, stories en vivo y blogs de viaje. Indicadores de éxito: Engagement en redes sociales (likes, comentarios), cobertura mediática obtenida.
-

10.3.3.3. Publicación en blogs y revistas especializadas (80€/blog)

- Responsables: Departamento de Turismo, agencia de relaciones públicas.
- Plazo: 3 meses de preparación, con publicaciones a lo largo del año.
- Recursos: Redacción de artículos, acuerdos con bloggers y revistas, presupuesto para colaboraciones. Descripción: Redactar y distribuir artículos sobre Altura en blogs y revistas especializadas en turismo, aventura y bienestar. Estos artículos deben resaltar las actividades únicas que ofrece Altura. Indicadores de éxito: Número de publicaciones, tráfico web
- proveniente de las publicaciones.

10.4. Fomento del turismo cultural y patrimonial

10.4.1. Promoción del patrimonio cultural

10.4.1.1.Desarrollo de material educativo y promocional

- Responsables: Departamento de Cultura, agencias de diseño y comunicación.
- Plazo: 3 meses.
- Recursos: Presupuesto para diseño y producción, investigación histórica.
 - i. 800€ Agencia de diseño -> diseño y maquetación del material
 - ii. 15000€ impresión
- Descripción: Crear folletos, guías y material digital que detallen la historia y valor cultural de los sitios patrimoniales de Altura. Incluir mapas, rutas sugeridas y actividades educativas. Indicadores de éxito: Distribución del
- material en puntos turísticos, descargas de material digital.

10.4.1.2. Organización de eventos culturales (9000-18000€)

- Responsables: Departamento de Cultura, asociaciones locales. Plazo: 6 meses
- de preparación, eventos a lo largo del año. Recursos: Presupuesto para
- eventos, espacio para los eventos, participación de la comunidad. Descripción: Planificar y ejecutar eventos culturales como festivales,
- exposiciones, y recreaciones históricas que celebren la herencia cultural de Altura. Involucrar a la comunidad local en la planificación y ejecución.

- Indicadores de éxito: Número de asistentes, cobertura mediática, satisfacción de los participantes.

10.4.1.3. Visitas guiadas y programas educativos

- Responsables: Guías turísticos locales, Departamento de Cultura. Plazo:
- Durante todo el año. Recursos: Formación de guías, desarrollo de itinerarios.
- Descripción: Implementar visitas guiadas a los sitios patrimoniales, con programas educativos para escolares y grupos turísticos. Ofrecer guías especializadas y visitas teatralizadas para enriquecer la experiencia.
- Indicadores de éxito: Participación en visitas guiadas, satisfacción del visitante (encuestas).

10.5. Fomento del turismo sostenible

10.5.1. Implementación de prácticas sostenibles

10.5.1.1. Reducción de plásticos y gestión de residuos

Responsables: Ayuntamiento, empresas locales, operadores turísticos.

Plazo: 12 meses.

Recursos: Campañas de sensibilización, acuerdos con proveedores, infraestructura de reciclaje.

Descripción: Lanzar una campaña para reducir el uso de plásticos de un solo uso en el sector turístico. Instalar puntos de reciclaje en áreas públicas y rutas turísticas. Proveer alternativas sostenibles a los visitantes.

Indicadores de éxito: Reducción de plásticos en eventos y alojamientos, cantidad de residuos reciclados.

10.5.1.2. Promoción del transporte ecológico

- Responsables: Ayuntamiento, empresas de transporte. Plazo: 8 meses.
- Recursos: Adquisición de bicicletas, promoción de transporte público, puntos de carga para vehículos eléctricos.
- Descripción: Fomentar el uso de bicicletas y vehículos eléctricos mediante la instalación de infraestructuras adecuadas y la promoción de estos medios de transporte entre los visitantes. Ofrecer alquiler de bicicletas eléctricas.

- Indicadores de éxito: Uso de transporte ecológico, reducción de la huella de carbono del turismo.

10.5.1.3. Certificaciones ecológicas

- Responsables: Departamento de Turismo, hoteles y operadores locales.
- Plazo: 6-12 meses. Recursos: Consultoría para certificación, formación de personal. Descripción: Apoyar a los alojamientos y operadores turísticos locales para obtener certificaciones ecológicas, como la ISO 14001 o la etiqueta ecológica europea. Promocionar estos negocios como opciones sostenibles. Indicadores de éxito: Número de establecimientos certificados,
- promoción en campañas de marketing.

10.5.2 Educación y sensibilización ambiental

10.5.2.1. Desarrollo de campañas de concienciación (3000€)

- Responsables: Departamento de Medio Ambiente, agencias de campaña continua. Recursos: Producción de material educativo, señalización en rutas y puntos turísticos. Descripción: Crear campañas que eduquen a los turistas sobre la importancia de cuidar el entorno natural. Incluir información sobre fauna, flora y prácticas sostenibles en rutas y espacios públicos. Indicadores de éxito: Participación en la campaña, reducción en la contaminación y daños ambientales reportados.
-

10.5.2.2. Programas de voluntariado ambiental

- Responsables: ONG locales, Departamento de Medio Ambiente. Plazo: 6 meses de preparación, programas continuos. Recursos: Coordinación con ONGs, reclutamiento de voluntarios, materiales de trabajo. Descripción: Desarrollar programas de voluntariado que involucren tanto a turistas como a residentes en actividades de conservación, como reforestación, limpieza de rutas y protección de especies.

- Indicadores de éxito: Número de voluntarios, áreas naturales restauradas o mantenidas.

10.6. Fortalecimiento de la relación con la comunidad local

10.6.1. Participación comunitaria

10.6.1.1. Organización de foros y talleres participativos

- Responsables: Ayuntamiento, asociaciones locales. Plazo: 2 meses de
- preparación, eventos trimestrales. Recursos: Espacios para reuniones,
- facilitadores, materiales para talleres. Descripción: Realizar foros y talleres
- donde los residentes puedan expresar sus ideas y preocupaciones sobre el turismo. Estos encuentros facilitarán el diálogo y la cooperación entre la comunidad y las autoridades turísticas. Indicadores de éxito: Participación de
- la comunidad, implementación de sugerencias y propuestas en las estrategias turísticas.

10.6.2. Formación y capacitación

10.6.2.1. Implementación de programas de capacitación

- Responsables: Departamento de Turismo, centros educativos locales. Plazo: 6
- meses de desarrollo, programas continuos. Recursos: Colaboración con
- instituciones educativas, desarrollo de contenido formativo, instructores. Descripción: Ofrecer formación en áreas clave del turismo como hospitalidad,
- guianza turística, y gestión sostenible. Estos programas estarán dirigidos a residentes que deseen participar en el sector turístico. Indicadores de éxito: Número de participantes formados, empleo generado en el sector turístico
- local.

10.6.2.2. Promoción de emprendimientos locales

- Responsables: Ayuntamiento, asociaciones empresariales.
- Plazo: 12 meses.

- Recursos: Fondos para microempresas, asesoramiento para emprendedores.
- Descripción: Apoyar a emprendedores locales que desean iniciar o expandir negocios relacionados con el turismo. Esto incluirá asesoramiento, acceso a microcréditos y promoción de productos y servicios locales. Indicadores de
- éxito: Número de nuevas empresas creadas, impacto económico en la comunidad.

10.7. Desarrollo de itinerarios y paquetes complejos

10.7.1. Creación y promoción de itinerarios sugeridos

10.7.1.1. Investigación y desarrollo de itinerarios

- Descripción: Realizar un análisis exhaustivo de los principales atractivos turísticos de Altura, tanto naturales como culturales, para desarrollar itinerarios atractivos y variados. Incluir actividades como senderismo, visitas patrimoniales, gastronomía, eventos culturales y actividades de bienestar.
- Responsables: Departamento de Turismo, empresas locales de guías turísticos. Plazo: 4 meses. Recursos: Consultoría turística, mapas y guías,
- diseño gráfico para material promocional. Indicadores de éxito: Número de
- itinerarios creados, satisfacción de los visitantes, comentarios y valoraciones positivas.
-

10.7.1.2. Creación de material promocional (digital e impreso)

- Descripción: Diseñar mapas, guías y folletos que detallen los itinerarios sugeridos, disponibles en el sitio web oficial, aplicaciones móviles y en puntos de información turística. Los itinerarios deben estar segmentados por tipo de turista (familias, aventureros, parejas, etc.). Responsables: Agencia de
- marketing, diseñadores gráficos, desarrolladores web. Plazo: 3 meses. Recursos: Presupuesto para impresión, desarrollo web.
-
- - i. 800€ Agencia de diseño -> diseño y maquetación del material
 - ii. 15000€ impresión

- Indicadores de éxito: Descargas de guías, visitas a la web, distribución en puntos turísticos.

10.7.1.3. Campaña de difusión multicanal (3000€ + inversión)

- Descripción: Implementar una campaña promocional que difunda los itinerarios a través de diferentes medios, como redes sociales, anuncios on-line, correo electrónico y publicidad en medios locales y regionales.
- Responsables: Agencia de marketing, equipo de comunicación del Ayuntamiento.
- Plazo: 6 meses.
- Recursos: Presupuesto publicitario, estrategias de redes sociales.
- Indicadores de éxito: Alcance de la campaña (visitas al sitio web, impresiones en redes sociales), tasa de conversión de visitantes a turistas recurrentes.

10.7.2. Creación de paquetes turísticos con valor añadido

10.7.2.1. Diseño de paquetes turísticos personalizados

- Descripción: Desarrollar paquetes turísticos integrados que incluyan alojamiento, comidas en restaurantes locales, visitas guiadas, y actividades complementarias (talleres artesanales, catas de vino, rutas senderistas).
- Responsables: Departamento de Turismo, hoteleros, restauradores y operadores turísticos locales. Plazo: 4 meses. Recursos: Reuniones de coordinación con proveedores locales, presupuestos de actividades.
- Indicadores de éxito: Número de paquetes vendidos, incremento de la estancia media, valor de gasto por turista.
-

10.7.2.2. Alianzas con empresas locales para ofrecer descuentos y promociones

- Descripción: Establecer acuerdos con empresas locales (restaurantes, tiendas) para ofrecer descuentos y promociones a quienes compren los paquetes turísticos. Promover la idea de que alargar la estancia supone un ahorro económico.
- Responsables: Departamento de Turismo, asociaciones empresariales locales.

- Plazo: 2 meses para concretar alianzas, 12 meses de campaña activa.
- Recursos: Material de marketing, acuerdos con empresas.
- Indicadores de éxito: Participación de empresas, número de turistas que optan por paquetes con descuento.

10.7.2.3. Promoción de los paquetes turísticos a través de plataformas de venta

- Descripción: Publicar los paquetes turísticos en plataformas de venta online especializadas en turismo (como Booking, Expedia, y plataformas locales). Además, utilizar el sitio web de turismo de Altura para comercializar estos paquetes. Responsables: Departamento de Turismo, equipo de comunicación digital. Plazo: 3 meses para integración en plataformas, seguimiento continuo. Recursos: Consultoría para integración, presupuesto para marketing digital. Indicadores de éxito: Número de reservas realizadas a través de plataformas online, incremento de tráfico en el sitio web oficial.

10.8. Promoción de la gastronomía y productos locales

10.8.1. Creación de rutas gastronómicas

10.8.1.1 Diseño de rutas gastronómicas

- Descripción: Diseñar varias rutas que incluyan paradas en restaurantes, bodegas, y tiendas de productos locales, con degustaciones de platos típicos y productos como aceite de oliva, vinos y embutidos locales. Responsables: Restaurantes y productores locales, Departamento de Turismo. Plazo: 2 meses. Recursos: Investigación gastronómica, presupuesto para rutas.
- Indicadores de éxito: Participación de restaurantes y productores, número de participantes en las rutas.
-

10.8.1.2 Promoción de rutas gastronómicas (12000€)

- Descripción: Crear una campaña promocional de las rutas gastronómicas utilizando redes sociales, blogs de turismo y gastronomía, y colaboraciones con influencers. También promocionarlas en ferias gastronómicas.
- Responsables: Agencia de marketing, equipo de comunicación. Plazo: 3 meses para lanzar la campaña. Recursos: Presupuesto para campañas publicitarias y promociones con influencers. Indicadores de éxito: Participación en las rutas, impacto en redes sociales.
-

10.8.2. Organización de mercados y ferias locales

10.8.2.1 Planificación de mercados y ferias

- Descripción: Organizar mercados y ferias de productos locales de manera periódica (mensual o estacional), donde los productores y artesanos locales puedan vender directamente a los turistas. Incluir actividades adicionales como música en vivo, degustaciones y talleres. Responsables:
- Ayuntamiento, agencia de eventos, asociaciones locales de productores y artesanos. Plazo: 4 meses de planificación, eventos continuos. Recursos:
- Infraestructura para mercados, organización, permisos y seguridad, promoción.
 - i. 30000€ organización y gestión (sin producción) de las ferias + promoción
- Indicadores de éxito: Asistencia a los eventos, ingresos generados por los productores locales.

10.8.2.2 Colaboración con productores locales

- Descripción: Involucrar a productores locales en la organización de los mercados y ferias, fomentando la colaboración entre ellos para ofrecer una variedad atractiva de productos. Responsables: Ayuntamiento, asociaciones de productores. Plazo: Continuo. Recursos: Reuniones de coordinación, material promocional. Indicadores de éxito: Participación de productores locales, impacto económico.
-

10.9. Medición y evaluación del plan

10.9.1. Desarrollo de indicadores de rendimiento

10.9.1.1 Identificación de indicadores clave

- Responsables: Departamento de Turismo, consultores externos. Plazo: 2
- meses. Recursos: Consultoría, reuniones de planificación. Descripción:
- Desarrollar una serie de indicadores de rendimiento clave (KPI) que permitan
- medir el éxito de las estrategias y acciones implementadas. Estos deben incluir indicadores de impacto económico, social y ambiental. Indicadores de éxito: Implementación de los KPIs, informes de progreso trimestrales.
-

10.9.1.2 Establecimiento de mecanismos de recolección de datos

- Responsables: Departamento de Turismo, equipo de investigación. Plazo: 4
- meses. Recursos: Desarrollo de encuestas, herramientas de análisis de datos.
- Descripción: Crear y poner en práctica métodos de recolección de datos
- como encuestas a visitantes, entrevistas a empresarios locales y monitoreo ambiental. Estos datos se utilizarán para evaluar el progreso del plan. Indicadores de éxito: Cantidad de datos recolectados, uso efectivo de los
- datos para ajustar el plan.

10.9.2. Evaluación y reajuste del plan

10.9.2.1 Evaluaciones trimestrales y anuales

- Responsables: Consejo consultivo de turismo, Departamento de Turismo.
- Plazo: Trimestral y anual.
- Recursos: Informes de seguimiento, reuniones de evaluación.

- Descripción: Realizar evaluaciones periódicas para revisar el progreso de las acciones implementadas. Identificar áreas de mejora y hacer ajustes al plan cuando sea necesario. Indicadores de éxito: Implementación de
- recomendaciones de las evaluaciones, mejora continua en los resultados del plan.

10.9.2.2 Informe de resultados y retroalimentación

- Responsables: Departamento de Turismo. Plazo: Anual. Recursos: Redacción
- de informes, presentación pública. Descripción: Publicar un informe anual que
- resuma los resultados obtenidos, las lecciones aprendidas y las próximas
- acciones. Este informe se compartirá con la comunidad y las partes interesadas para asegurar la transparencia y obtener retroalimentación. Indicadores de éxito: Nivel de satisfacción de la comunidad y stakeholders, aceptación y comprensión de los informes.
-

11.TIMING

[illegible]

[illegible]

8.2. Organización de mercados y ferias locales																								
Planificación de mercados y ferias																								
Colaboración con productores locales																								
9. Medición y evaluación del plan																								
9.1. Desarrollo de indicadores de rendimiento																								
Identificación de indicadores clave																								
Establecimiento de mecanismos de recolección de datos																								
9.2. Evaluación y reajuste del plan																								
Evaluaciones trimestrales y anuales																								
Informe de resultados y retroalimentación																								

Es importante señalar que los plazos de ejecución contenidos en el plan de acción son meramente orientativos. En este sentido, la planificación expuesta anteriormente responde al marco temporal idóneo en el que se plantea el desarrollo del grueso de las acciones previstas. Sin embargo, dado el amplio espectro de condicionantes y circunstancias que pueden influir en la exitosa implantación del plan, los tiempos de ejecución de las acciones podrán verse modificados de acuerdo con el criterio de los técnicos y responsables del destino. De este modo, se garantiza la capacidad de adaptación de la administración ante posibles contratiempos y dificultades sobrevenidas no contempladas en la confección del plan. Así pues, la evaluación y reajuste del timing de las acciones queda en manos del Ayuntamiento de Altura, pudiendo adaptar los plazos de ejecución de las mismas conforme a sus necesidades y prioridades.

PLAN DE MARKETING

2025
