



PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020-2030

# PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE **VALLE DEL JERTE**







**OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**



**DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN -  
ALGUNOS ASPECTOS CLAVE**



**ESTRATEGIAS DE MARKETING**



**PLAN DE ACCIÓN**



**¿POR DÓNDE EMPEZAMOS?**



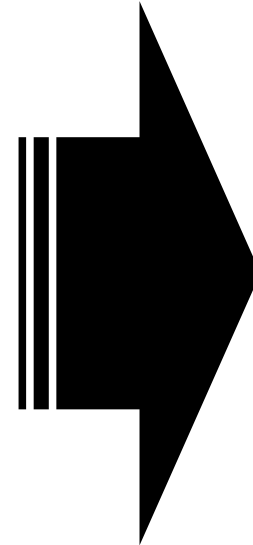
# OBJETIVOS Y METODOLOGÍA





El objetivo prioritario:

**Orientar al sector turístico del territorio de Valle del Jerte en el desarrollo de productos turísticos y en las iniciativas de promoción y comercialización, teniendo en cuenta el concepto de sostenibilidad turística 360°.**



Pilares y actores involucrados en el destino sostenible





**¿DÓNDE ESTAMOS?**  
**ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD DEL MARKETING TURÍSTICO**

INTERNO

EXTERNO



**¿DÓNDE NOS GUSTARÍA ESTAR DENTRO DE 10 AÑOS?**  
**ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE 2020 - 2030**

POSICIONAMIENT  
O

PRODUCTO

MERCADO

CANAL



**¿CÓMO LO VAMOS A CONSEGUIR?**  
**PLAN OPERATIVO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE 2020-2022**

HERRAMIENTAS Y SOPORTES  
GENÉRICOS

MERCADOS, PRODUCTOS TURÍSTICOS  
PRIORITARIOS Y CANALES DE PROMOCIÓN

CALENDARIO Y PRÓXIMOS  
PASOS



**¿QUIÉN LIDERARÁ EL TRABAJO Y QUIÉN PARTICIPARÁ?**  
**MODELO DE GOBERNANZA TURÍSTICA**



## UN PLAN CON PARTICIPACIÓN DE TODOS Y PARA TODOS

01



635 ENCUESTAS  
A LA  
POBLACIÓN  
LOCAL

02



140 ENTREVISTAS  
EL SECTOR  
TURÍSTICO EN  
DESTINO – 11 EN  
NUESTRO  
TERRITORIO

03



ENCUESTAS  
ONLINE AL  
SECTOR  
TURÍSTICO EN  
DESTINO – 27  
PARTICIPANTES  
DEL  
TERRITORIO

04



3 TALLERES DE  
TRABAJO – 18,  
10 Y 13  
PARTICIPANTES

05



605  
ENCUESTAS AL  
PÚBLICO  
OBJETIVO EN  
ORIGEN

06



20 ENCUESTAS  
AL TRADE

07



3  
INVESTIGACIONES  
CUALITATIVAS

2

**DIAGNÓSTICO DE  
SITUACIÓN –  
ALGUNOS  
ASPECTOS CLAVE**





# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

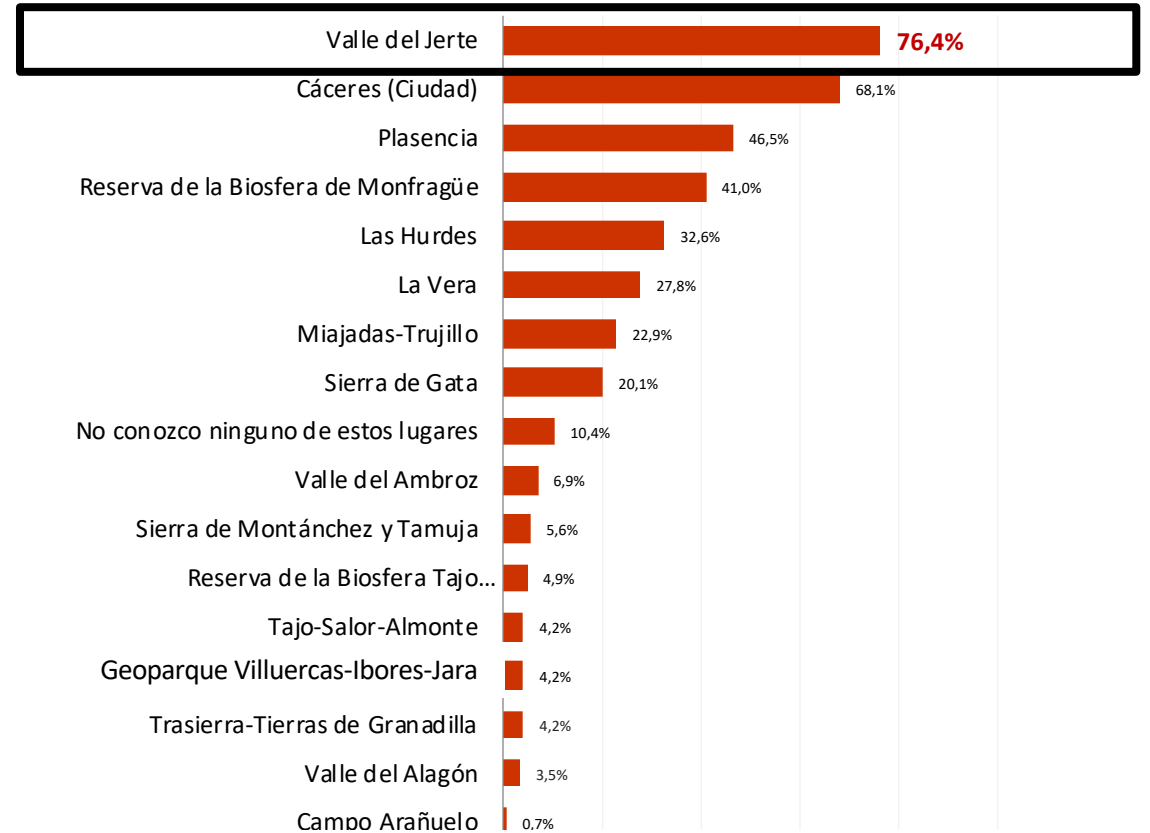


El destino más conocido de la provincia a nivel nacional, ocupando la primera posición.



## Grado de conocimiento sobre los principales destinos turísticos de la provincia de Cáceres entre la demanda turística nacional

¿Ha oído hablar o dispone de información sobre alguno de estos destinos turísticos de la provincia de Cáceres?



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional potencial, personas que no han viajado a la provincia de Cáceres en los últimos tres años, n = 166 personas, año 2019

# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

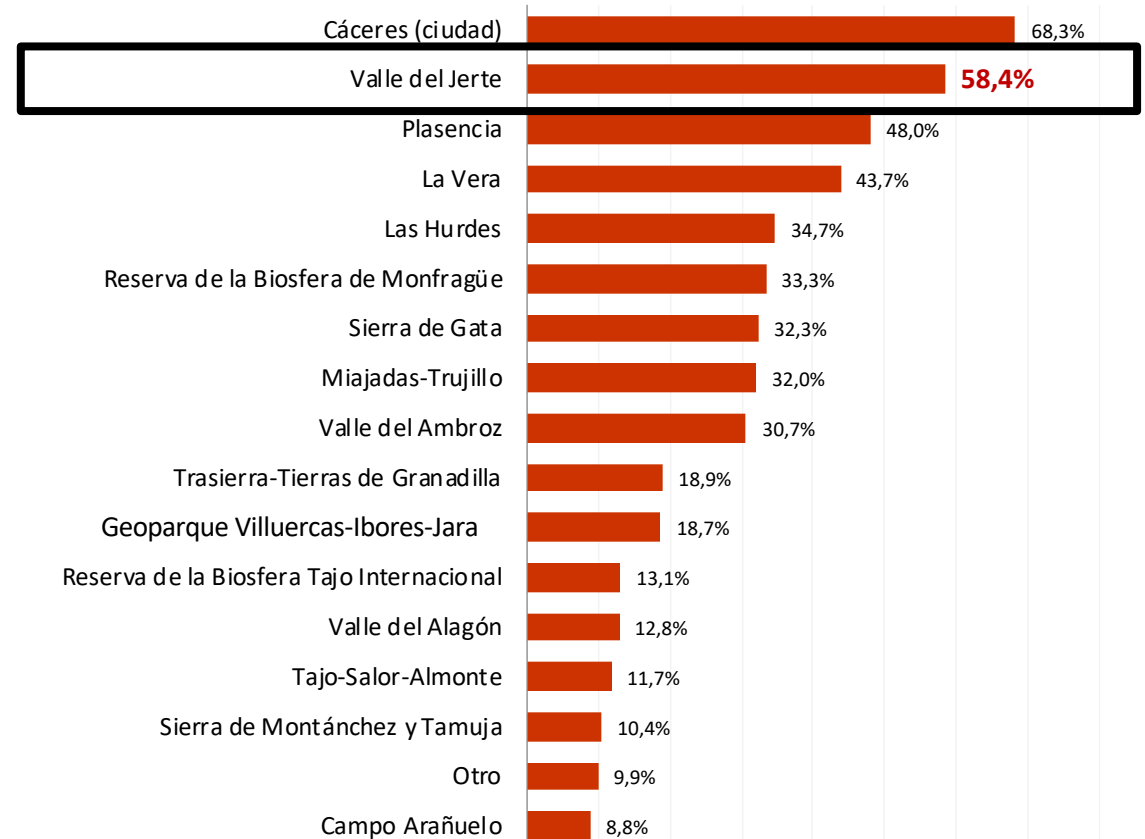


El destino rural más visitado de la provincia por parte de la demanda turística nacional actual.



## Destinos turísticos que ha visitado la demanda turística nacional en un viaje por la provincia de Cáceres

¿Podría indicar qué destinos de la provincia de Cáceres ha visitado?



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional real, personas que han viajado a la provincia de Cáceres en los últimos tres años, n = 438 personas, año 2019

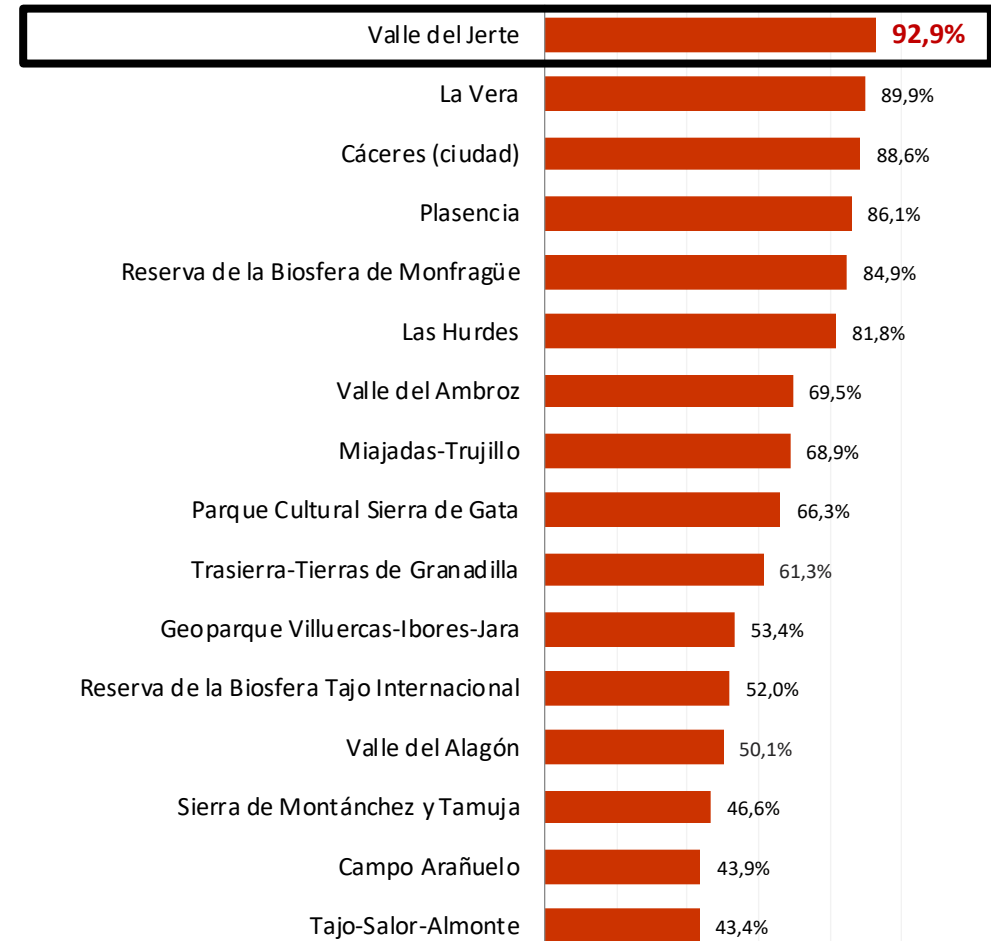
# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



El destino más visitado en los últimos años por parte de los residentes en la provincia de Cáceres.



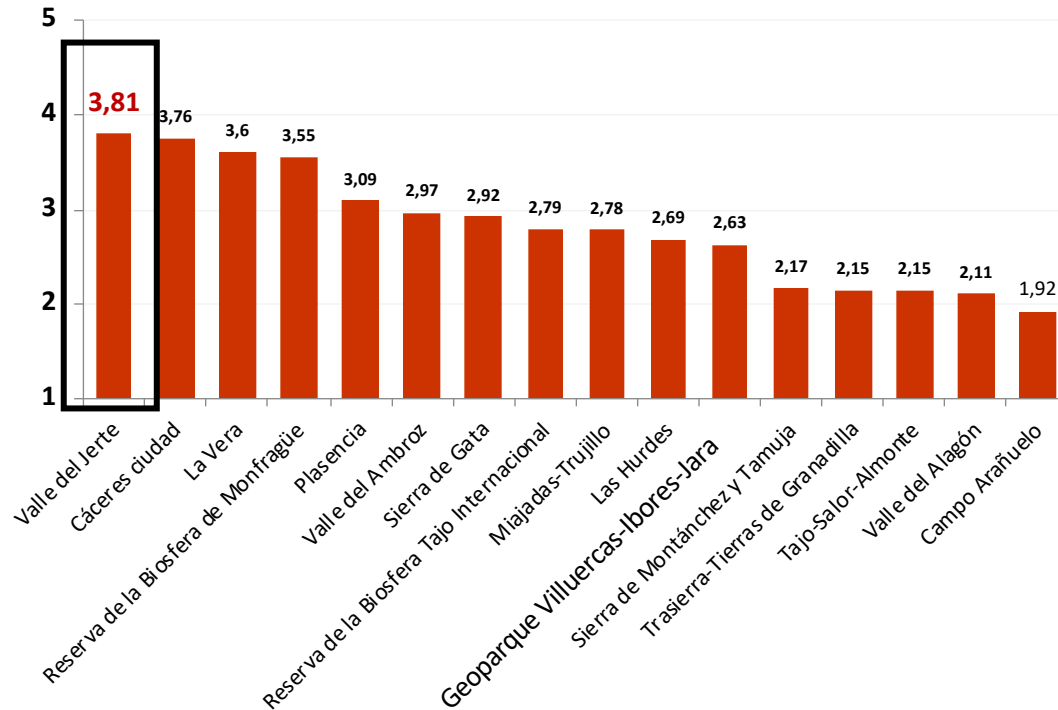
## Destinos turísticos que han visitado los residentes en la provincia de Cáceres en los últimos tres años



# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

## El destino con mayor desarrollo turístico de la provincia

¿En qué nivel de desarrollo turístico considera que se encuentran actualmente los siguientes destinos turísticos de la provincia de Cáceres?



Fuente: Encuesta realizada al sector turístico de la provincia



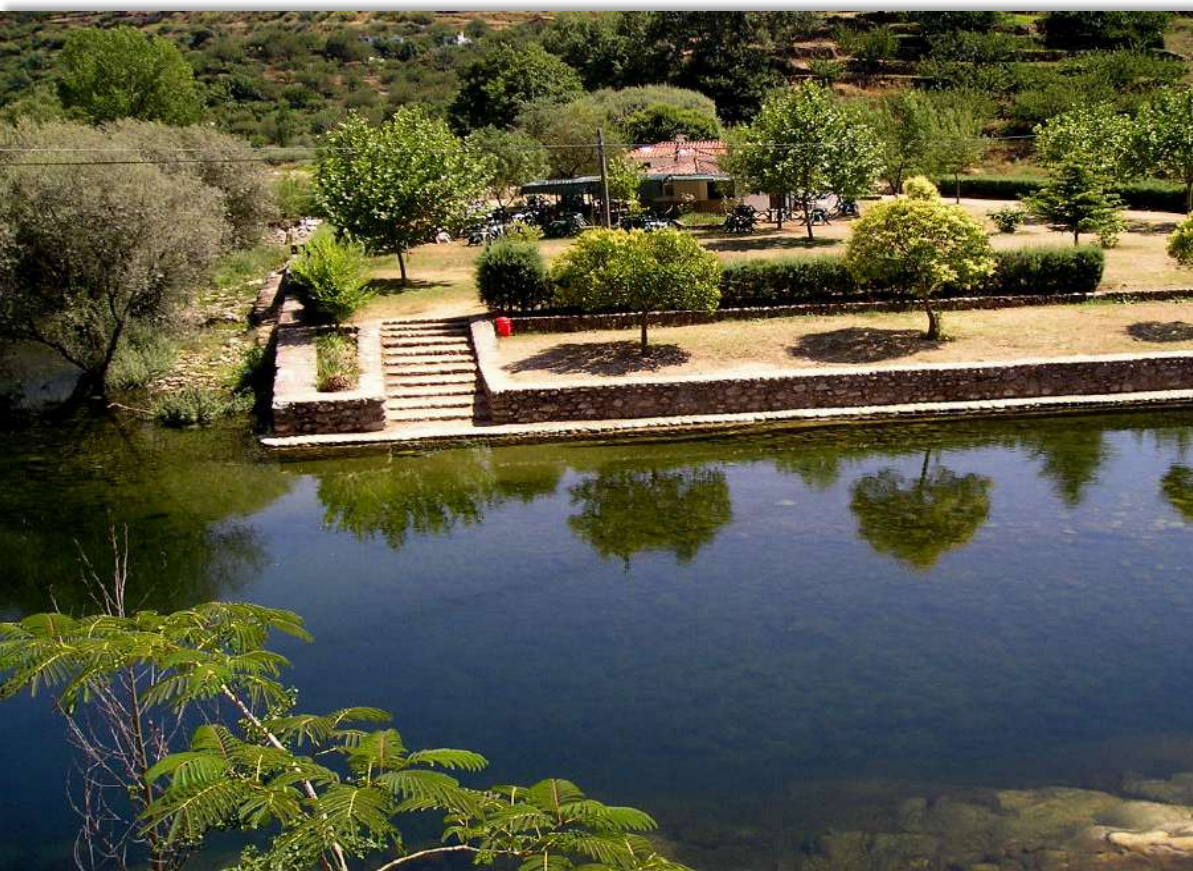
El destino que se considera **más desarrollado turísticamente** en relación al resto de territorios de la provincia.



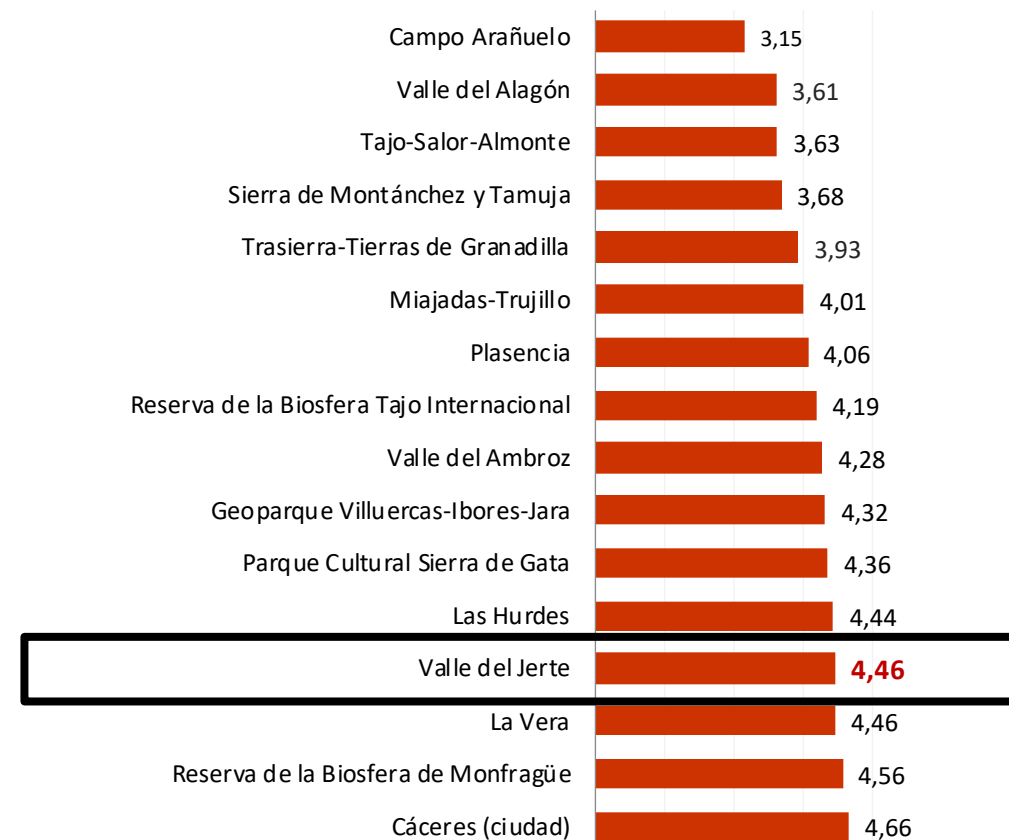
# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Uno de los **destinos más atractivos y mejor valorados** por parte de los residentes en la provincia.



## Valoración del grado de atractivo de los destinos turísticos de la provincia de Cáceres por parte de los residentes



Fuente: Encuesta a residentes en la provincia de Cáceres,, n = 635 personas, año 2019

# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

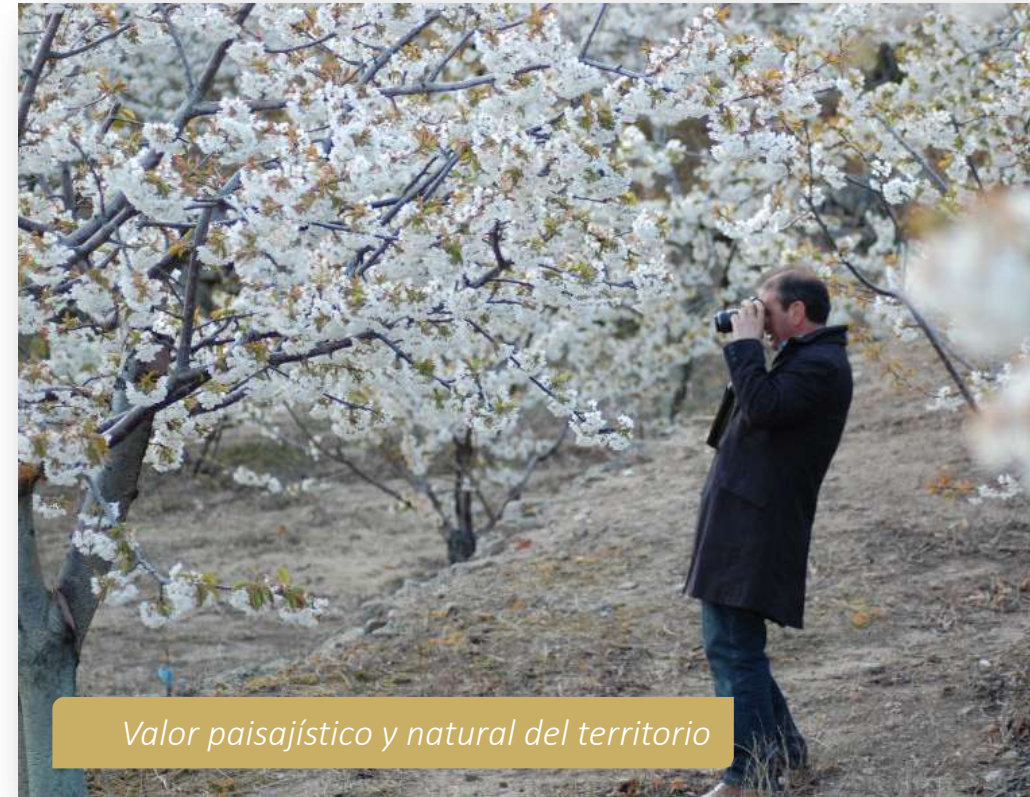
Actualmente, ¿qué imágenes le vienen a la mente cuando piensa en Valle del Jerte como destino para realizar una escapada o pasar unas vacaciones?



Un destino con ADN asociado a su principal recurso: la **cereza** y sus paisajes de **cerezos en flor**, así como a otros valores positivos como “naturaleza”, “tranquilidad”, “relax” o “belleza”. También destaca la gastronomía y los atributos ligados al agua, por sus **piscinas naturales** y gargantas.



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional, n = 605 personas, año 2019



Valor paisajístico y natural del territorio

# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



**Paisaje atractivo y singular** característico del territorio: los **cerezos en flor**. La **cereza** es el recurso **gastronómico por excelencia**.



Cuenta con un total de **9 espacios protegidos**, entre los que se encuentran **5 árboles singulares**.



Comarca idónea para el desarrollo de **actividades de ecoturismo** (birding, fotografía, senderismo) y **deportivas** (pesca, deportes acuáticos, BTT).



Existen un total de **4 monumentos protegidos** con declaración de **BICs**.



**Antiguas civilizaciones**  
-Castro de los Riscos de Villavieja



**Mundo romano**  
-Puente Romano de  
Cabezuela del Valle



**Edad Media y Moderna**  
-Iglesia de Nuestra señora de la  
Asunción



**Edad Contemporánea**  
-Mirador de la memoria

## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Sus municipios cuentan con diferentes y singulares manifestaciones culturales, y una de sus **fiestas** está declarada de **Interés Turístico Nacional: Jarramplas de Piornal**.



**Recursos naturales y paisajísticos** de interés con una notable **potencialidad turística: la Cascada del Caozo y el Mirador de la Memoria**.



**Fiesta de Jarramplas**  
Piornal



**Cascada del Caozo**  
Valdastillas



**Mirador de la Memoria**  
El Torno



# Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Los recursos turísticos más valorados en las redes sociales (Minube y TripAdvisor), vinculados sobre todo al paisaje y los recursos de naturaleza.



Valle del Jerte  
(4,8 – 47 valoraciones)



Garganta de los Infiernos  
(4,6 – 55 valoraciones)



Cascada del Caozo  
(4,5– 13 valoraciones)



Río Jerte  
(4,8 – 10 valoraciones)

Si tomamos la plataforma “**TripAdvisor**”, descubrimos hay muy pocas referencias al destino “Valle del Jerte”, pero sí aparecen los siguientes recursos de relevancia:



Garganta de los Infiernos  
(4,5 – 570 opiniones)



Garganta de los Papuos  
(4,5 – 3 opiniones)



Garganta de los Infiernos actividades en la Naturaleza  
(nº1 de 8 - 277 opiniones)



Valleaventura recorridos en 4X4  
( 46 opiniones)

## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



No existe todavía un modelo de gobernanza turística formal, aunque se está trabajando en la creación de un ente gestor de turismo.



La colaboración público-privada en la promoción turística es todavía mejorable.



El tejido empresarial no cuenta con un nivel de colaboración y asociacionismo adecuados en el destino.



De momento no se ha asentado una marca turística del destino, sino que se han ido haciendo cambios.



El destino cuenta con nombre o identidad turística propia.



Complementariedad con otros territorios y destinos próximos de la provincia: Reserva de la Biosfera de Monfragüe, La Vera, Plasencia, Valle del Ambroz,...

3

# ESTRATEGIAS DE MARKETING



# Estrategia de imagen y posicionamiento

1

Un destino con una **notoriedad muy alta** en el **mercado nacional**, la **más alta** de la provincia



2

El destino **más visitado** por parte de la **demanda turística nacional actual** y **residentes en la provincia**



3

Un **posicionamiento de liderazgo a nivel internacional**; sobre todo por su **recurso estrella**; el **cerezo en flor**



4

Destino **muy bien valorado** especialmente entre los **residentes** en la provincia de Cáceres.



En definitiva, el **destino rural líder** de la provincia de Cáceres y de toda Extremadura



# Estrategia de imagen y posicionamiento



Hay que seguir subiendo  
escalones...sobre todo, si queda  
mucho por mejorar todavía!

"I have nothing to prove, but a lot to  
improve."

– Snigdha Bajpai

# Estrategia de imagen y posicionamiento

Se está avanzando en la buena dirección, tanto a nivel de diversificación de la oferta turística del destino...



**2019** Junio Julio  
**Cervecera**  
VALLE DEL JERTE

**Programa 2019**

- XIV JORNADAS GASTRONÓMICAS DE LA CEREZA PICOTA. Del 1 de junio al 21 de julio. Degustación de platos elaborados con cerezas en restaurantes del Valle del Jerte.
- X FERIA DE LA CEREZA DEL VALLE DEL JERTE. 2 de junio. Cabezo del Valle. De 10:00 h. a 14:00 h.
  - Mercado de cerezas. Degustación.
  - Cita de cerezas "Valle del Jerte".
  - Animación de calle, juegos, talleres y cuentacuentos.
  - Talleres con cerezas. Cocinar con cereza. Animación popular con tamborileo.
- Ruta de senderismo FERTILIZACIÓN DL-CG 22. Ruta del COMESTO. Salida: 10:00 h. desde la casaca de adosados del pueblo sobre el río Jerte. Inscripciones y + info. Telf: 927 471 100. (Plazas limitadas bajo inscripción)
- Ruta cultural etnográfica guiada por la localidad. Salida: 10:00 y 12:30 h. desde el Portal Mayor de la iglesia. Inscripciones y + info. Telf: 927 47 11 00. (Plazas limitadas bajo inscripción)
- Mercado de artesanía contemporánea del Valle del Jerte.

VISITAS A FINCAS AGRICOLAS DE CEREZA Y ACTIVIDADES DE OCIO Y AVENTURA. Junio-Julio. "AgriTurismo de la Cereza". + info en la estación TUJERTE: www.vallecereza.com

JORNADAS / VISITAS GUIADAS A LA AGRIUPACIÓN DE COOPERATIVAS DEL VALLE DEL JERTE. Salidas a partir de las 18:00 h. Los días 1, 8, 15, 22, 29, de junio y 6 de julio.

**OTOÑADA 2019**  
Valle del Jerte

**Siéntelo!**

**Programa**

1 de octubre: JUBILEO OTOÑADA 2019. Comparsas, Danzas, Cantos y Jota.

**Actividades Locales**

- 7 de octubre: ORIGEN DE LA UVA. Cabezo del Valle.
- 8 y 9 de octubre: TALLERES DE CEREZA.
- 8 y 9 de octubre: MERCADO IMPROV. "CEREZAS IMPROVADOR CAMELEO Y CEREZAS".
- 10 de octubre: JORNADAS GASTRONÓMICAS. Cereza.
- 20 de octubre: SPANISH Y GASTRONOMIA URBANA. Valdepeñas.
- 21 de octubre: DE GOURMET A STREET FOOD. EL PUEBLO.
- 31 de octubre y 1 de noviembre: FESTIVAL DE ARTE CONTEMPORÁNEO "ART BIVAL F2019".
- 20 de junio y 1 de julio: FESTIVAL DE TALLERES.
- 30 de junio y 1 de julio: TALLERES OTOÑADA.
- 1 de octubre: ENCUESTO BÚSCA GASTRONÓMICA TRADICIONAL. Cabezo.
- 1 de octubre: BÚSCA GASTRONÓMICA TRADICIONAL. Cabezo.
- 1 de octubre: RECUPERACIÓN DE SABORES TRADICIONALES Y CAMPESINOS. El Jerte.

**Actividades Comarciales**

- PROGRAMA DE TALLERES IMPROV. CEREZA.
- XIV JORNADAS GASTRONÓMICAS TRADICIONALES "FESTIVAL DE CEREZA".
- LA BÚSCA DEL OTOÑO.
- FESTIVAL DE CEREZA.
- CONFERENCIA DEL XIV ANIVERSARIO DE LA RESERVA NATURAL CABEZO DEL VALLE.
- CONFERENCIA PARA NIÑOS DE LA UVA.
- DE CONCERTE DE FOTOGRAFÍA EN LINEA.
- CONFERENCIA DE FOTOGRAFÍA Y PINTURA "Cereza en mano".
- RELAZ OTOÑADA DE SABORES TRADICIONALES Y CAMPESINOS.
- PIZZAS HECHAS DE SABORES TRADICIONALES Y FOTO DE OTOÑO.

**VALLE DEL JERTE**

La información específica, con fechas, lugares, posibles condiciones de participación y coste de las actividades se publicará en el sitio de COOPERACIÓN. Más información: dinamiza.com

927 47 20 00 / 927 47 11 00  
www.vallecereza.com / www.valledeljerte.com

**Centro BTT**  
Valle del Jerte

Valle Cereza

# Estrategia de imagen y posicionamiento

...como a nivel de marketing y promoción turística



## Cerecera 2020

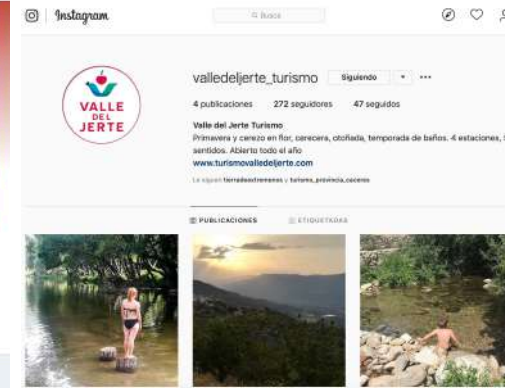
Del 13 de junio al 20 de julio

No conoces el Valle del Jerte si no lo conoces en Cerecera.

La Cerecera es un programa cultural, gastronómico y festivo para descubrir y disfrutar de la esencia del Valle del Jerte en nuestra época más auténtica.

Una celebración desde nuestro querido Valle del Jerte, hacia cualquier lugar del mundo. **En 2020, una Cerecera virtual para cuidar a quienes queremos.**

La recolección de las afamadas cerezas del Valle del Jerte se realiza durante los meses de mayo, junio y julio. En esta época celebramos desde hace años la "Cerecera", una programación que cuenta con citas culturales, gastronómicas y festivas que invitan a descubrir la esencia del Valle en su periodo más interesante y genuino.



# Estrategia de imagen y posicionamiento

Sofisticar la estrategia de imagen y posicionamiento...



Personalizar en función del mercado





# Estrategia de imagen y posicionamiento

Seguir trabajando en el enriquecimiento de la imagen y posicionamiento en mercados próximos y consolidados



Imagen y posicionamiento todavía demasiado asociado al estereotipo del cerezo en flor.



**DEMASIADA** concentración de los flujos de demanda turística en la época del cerezo en flor y en determinados momentos del año, menos demanda el resto del año.



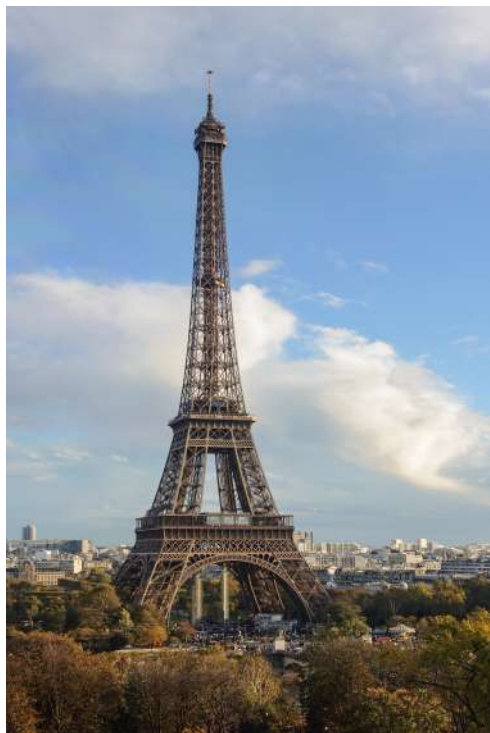
Generación de relativamente poca riqueza turística en el territorio.

## La paradoja de la imagen estereotipada



# Estrategia de imagen y posicionamiento

Seguir insistiendo en el estereotipo en mercados lejanos y no consolidados



La fuerza de la imagen icónica



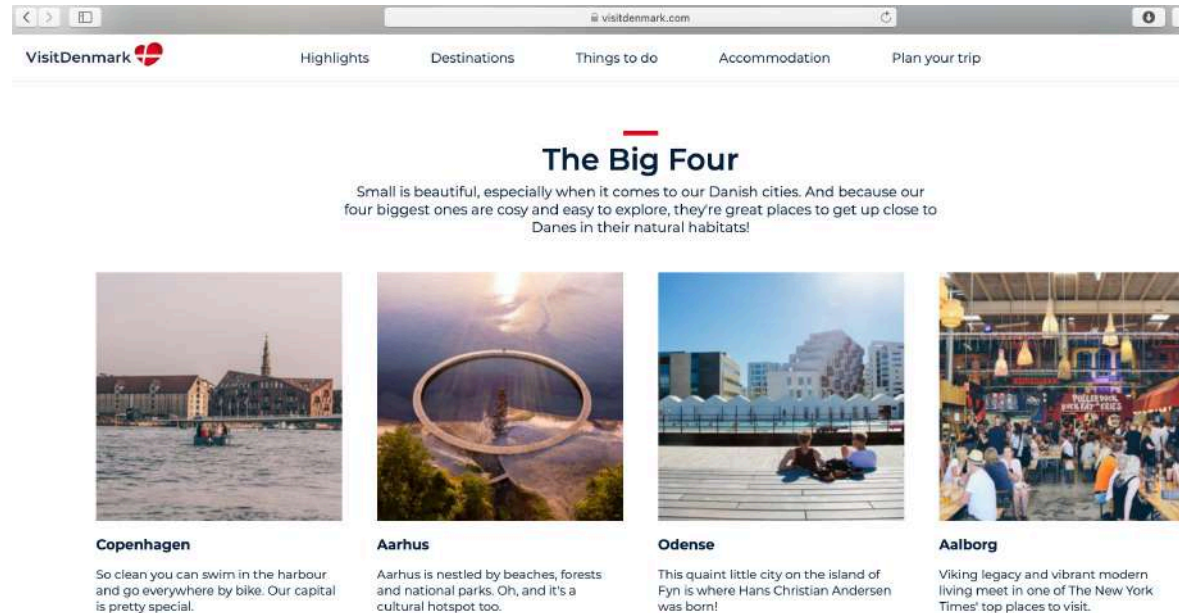
Me posiciona en el mapa de los destinos a visitar!

Genera el EFECTO “WOW” que se necesita para “enamorar a primera vista”!

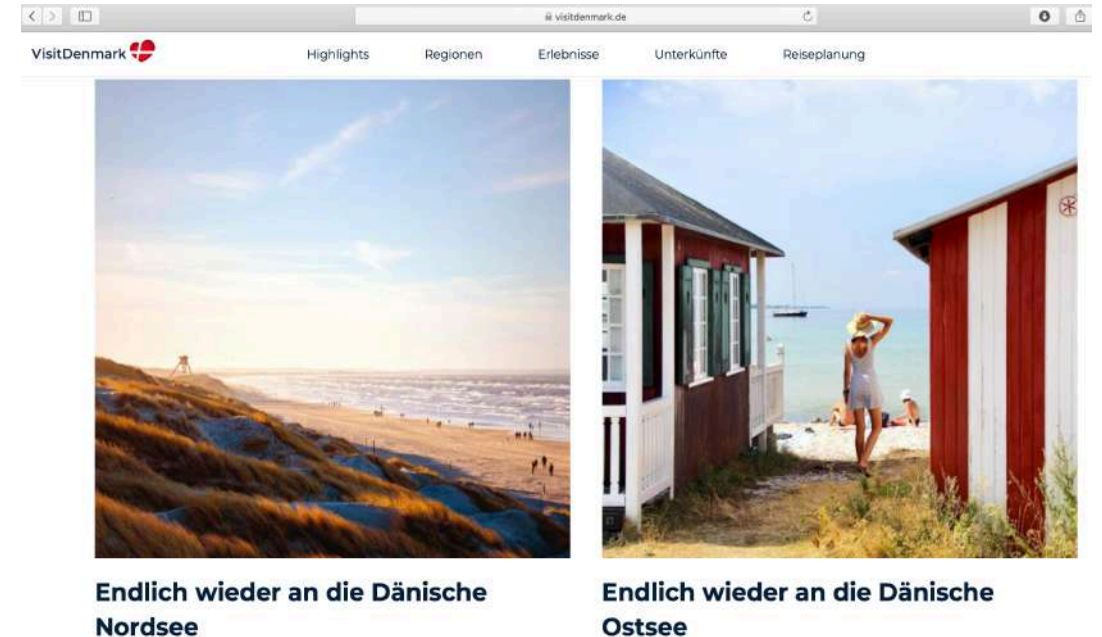
# Estrategia de imagen y posicionamiento

## La aplicación práctica

### HOME: visitdenmark.com (inglés)



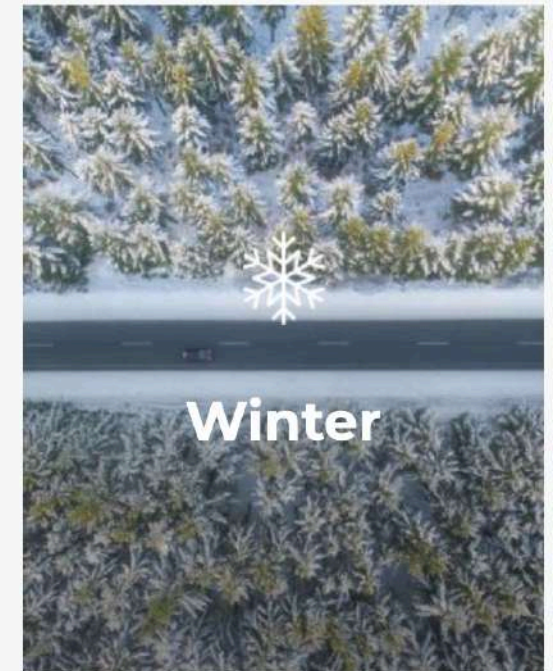
### HOME: visitdenmark.de (alemán)



## La aplicación práctica

### When would you like to come?

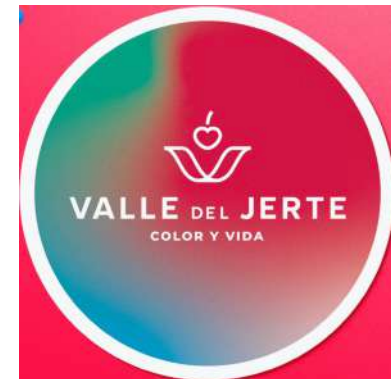
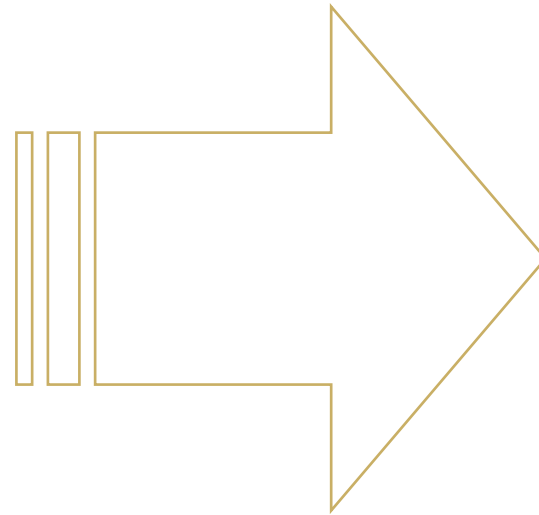
If we had to pick a favourite season it would be... no we can't. They're all great times to be here! You'll just have to come at least four times.



## LA MARCA – DESTINO.

**CONSOLIDARLA Y SOBRE TODO, NO CAMBIARLA MÁS!**

**Turismo**  
Valle del Jerte



# Estrategia de imagen y posicionamiento

## TERRITORIOS UNESCO

- Geoparque Mundial de la UNESCO Villuercas-Ibores-Jara
- Reserva de la Biosfera de Monfragüe
- Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo-Tejo Internacional

## TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO

- Tajo-Salor
- Sierra de Montánchez y Tamuja
- Miajadas - Trujillo

## NORTE DE CÁCERES

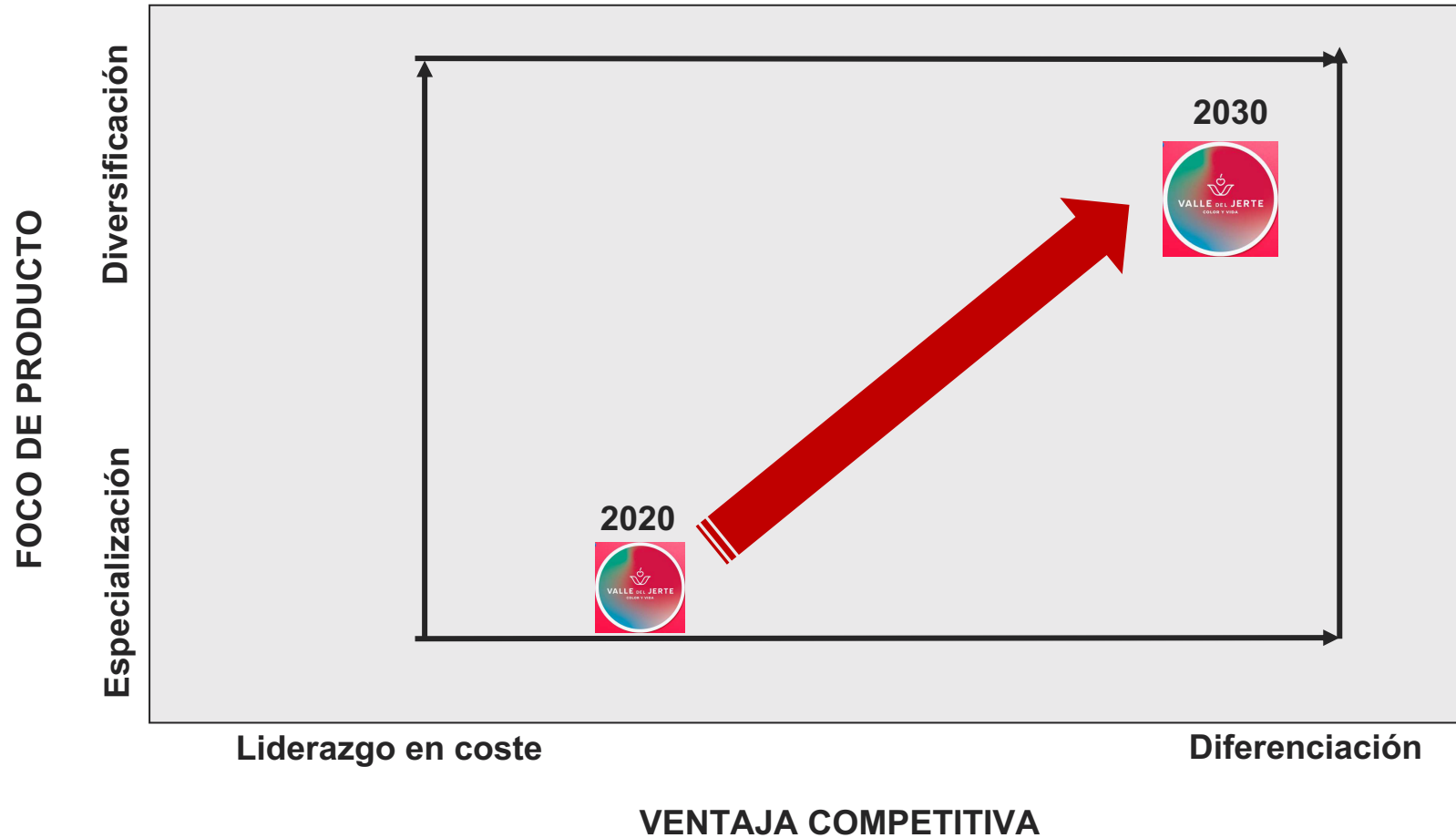
### Posicionamiento:

Un territorio verde por el que corre el agua, por todas partes, tranquilo y excitante, lleno de sensaciones y contrastes.

### Ejes de comunicación:

- Ecoturismo activo y contemplativo.
- Valles, montañas, bosques, nieve, agua, gargantas, piscinas naturales.
- Biodiversidad preservada.
- Pueblos, costumbres y tradiciones. Artesanía
- Gastronomía auténtica y autóctona.
- Los productos agroalimentarios y paisajes gastronómicos: la cereza, el pimentón, los olivos, la micología, la apicultura,...
- Clima templado.

## “SEGUIR AVANZANDO EN UNA ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN Y DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS”

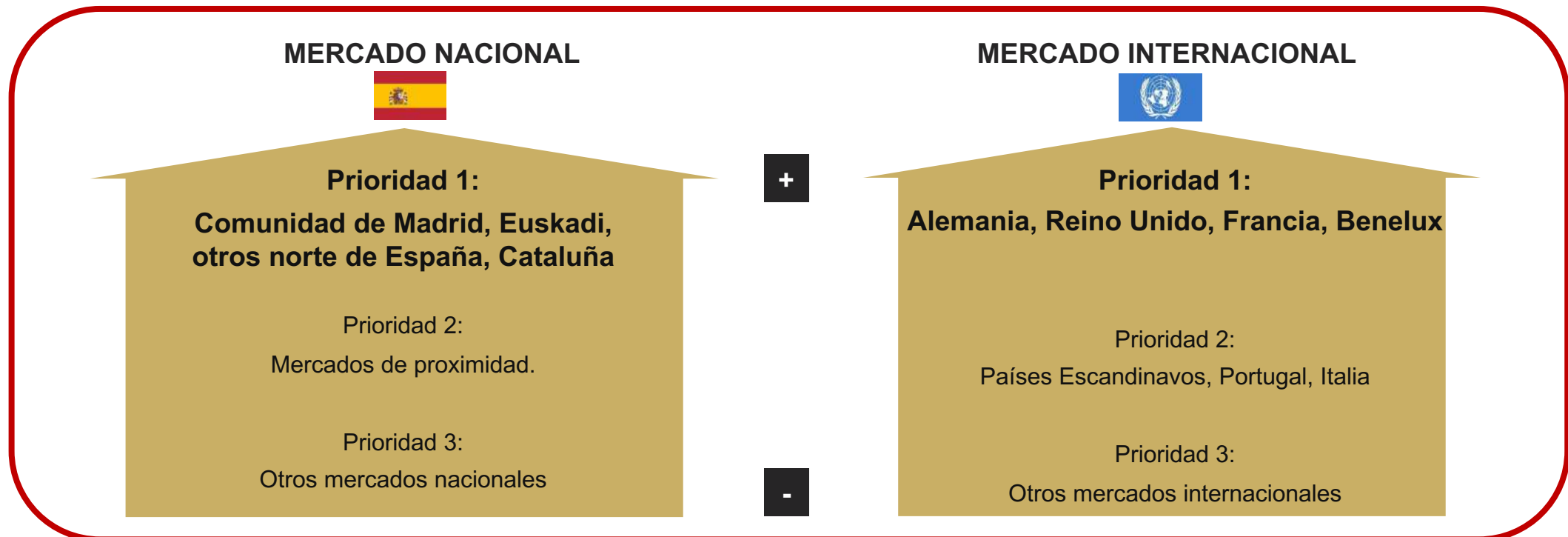


## PRODUCTOS TURÍSTICOS ALTAMENTE PRIORITARIOS DEL VALLE DEL JERTE





## Mercados emisores prioritarios del territorio de Valle del Jerte



## SEGMENTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS DE PRIORIDAD ALTA EN EL TERRITORIO DEL VALLE DEL JERTE

### “Adults only”

#### DINK's



Parejas jóvenes de entre 25 y 40 años sin hijos y que tienen dos ingresos **“DOUBLE INCOME NO KIDS”**

#### EMPTY-NESTERS



Parejas de 45 a 55 años con hijos mayores que ya no viven en casa y que se han independizado económicamente. Disponen de un poder adquisitivo mayor.

#### “Best-agers”



Se trata del segmento de personas de 55 a 69 años, que viajan solos, en pareja o en grupo; en cualquier caso no en familia.

#### Singles: Jóvenes amantes del turismo activo



Se trata del segmento de jóvenes que viajan solos para dedicarse a la práctica de su afición en entorno rural: senderismo, BTT, barranquismo,,...

## SEGMENTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS DE PRIORIDAD MEDIA

Pymes: pequeñas reuniones en el entorno rural



Familias con hijos (hasta 6 años)



Familias con hijos (+ 6 años)



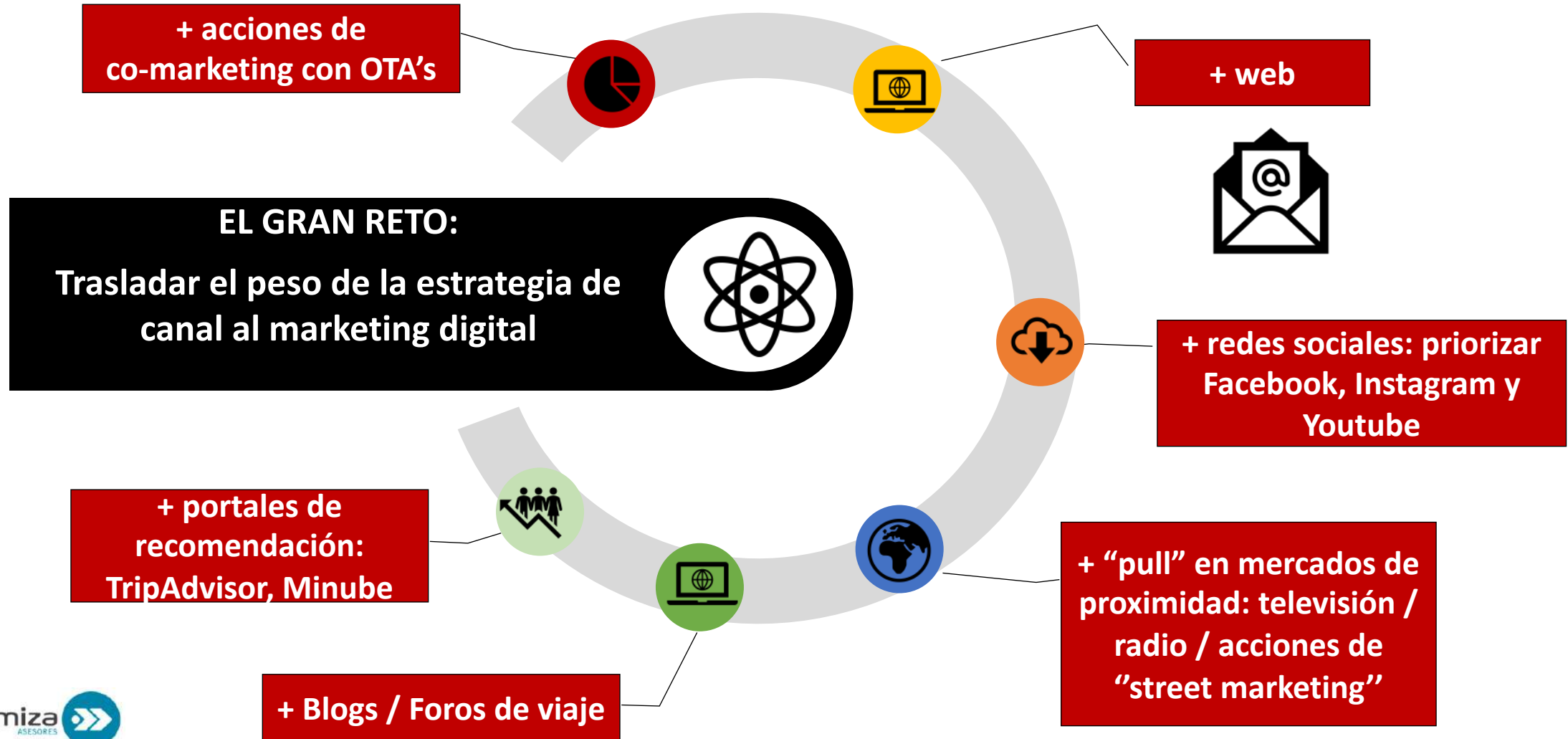
## SEGMENTO DE ALTA PRIORIDAD: ADULT ONLY



## PRIORIDAD MEDIA: OTROS SEGMENTOS

...con un estilo de vida...







4

# PLAN DE ACCIÓN



## Gobernanza Turística

Optimizar la planificación, coordinación, gestión y ejecución del marketing turístico en la comarca, mediante la creación de un Ente Gestor del destino, contando con todos los agentes públicos y privados.

## Identidad Turística

Creación y fortalecimiento de la marca turística Valle del Jerte asociada a una historia que resalte los atributos y valores diferenciales de la comarca, y que tenga concordancia con el resto de territorios pertenecientes a “Norte de Cáceres”

## Valle del Jerte Sostenible

Convertir la sostenibilidad en el eje vertebrador del desarrollo y marketing turístico comarcal.

## Propuesta de valor

Contar con un portfolio de productos turísticos diversificados y mejorar su competitividad para poner en valor todos los recursos de la comarca y crear propuestas de alto valor añadido para la demanda.

## Soportes promocionales

Mejora de los soportes promocionales de la comarca para persuadir a la demanda potencial y facilitar el acceso del viajero a la información turística

## Marketing digital

Optimización de los soportes digitales y desarrollo de acciones promocionales online.

## Promoción y Apoyo a la Comercialización

Desarrollar un conjunto de acciones de promoción muy efectivas sin abandonar los canales tradicionales

# PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA COMARCA VALLE DEL JERTE

## Valle del Jerte DTI

Implantación de un cuadro de mando y un sistema de inteligencia turística en el destino que permita analizar su evolución y medir el impacto económico derivado de la actividad turística.



1

## Gobernanza turística



A.1.1 Creación de un Ente Gestor de turismo en el destino



A.1.4 Mejorar el conocimiento del destino entre los agentes privados y públicos del territorio

A.1.2 Asignación de un equipo técnico de turismo en destino



A.1.5 Mejora de la coordinación y colaboración público-privada



A.1.3 Participación en el círculo de coordinación territorial y multiproducto promovido por Diputación.



A.1.6. Creación de un comité de innovación y marketing turístico



## 2

## Identidad turística



A.2.1 Creación de un relato o storytelling de la comarca de Valle del Jerte

A .2.2 Determinación/renovación de la marca turística del destino



A .2.3 Programa de implantación y visualización de la marca turística

3

## Valle del Jerte Sostenible



A .3.1 Apoyo a la implantación de Buenas Prácticas de turismo sostenible en el sector empresarial de la comarca



A .3.3 Apoyo a la creación y desarrollo de eventos sostenibles

A .3.2 Implantación de un Plan de Turismo Sostenible en la comarca de Valle del Jerte



A.3.4 Plan de sensibilización a la población local sobre la importancia del turismo en el desarrollo económico comarcal



## 4

# Propuesta de valor



A.4.1. Implantación de los productos turísticos provinciales



A.4.4 Creación de experiencias singulares asociadas a los valores, recursos y elementos diferenciales del destino

A.4.2 Fortalecimiento de los productos turísticos prioritarios de la comarca de Valle del Jerte



A.4.5 Elaboración de listas de imprescindibles de la comarca de Valle del Jerte (Top10 y Top 20)



A.4.3 Elaboración de planes de viaje (en función de la duración, y momento del año)



A.4.6. Programa de mejora de la calidad de la oferta gastronómica

## PRODUCTOS PROVINCIALES

Cáceres Natura-  
Ecoturismo en Cáceres

Bienestar en el Medio  
Rural

100% Cáceres, Cultura e  
Identidad

Paisajes y sabores  
Gastronómicos

## PRODUCTOS ESPECÍFICOS VALLE DEL JERTE

Turismo  
de Pesca

Turismo  
de agua

Senderismo

Turismo  
ecuestre

Touring/Circuitos

Agroturismo

Turismo de  
Observación de  
la naturaleza

Turismo  
Ornitológico

Fotografía de  
Naturaleza

Cicloturismo /  
BTT

100% Valle del  
Jerte / Cultura  
de la Cereza

Rural Meetings  
& Incentives

## 5

# Soportes promocionales



A .5.1 Selección de fotografías de la comarca de Valle del Jerte del banco provincial de imágenes



A .5.4 Optimización, diseño y digitalización de folletos turísticos

A .5.2 Actualización y digitalización de los mapas turísticos de la comarca



A.5.5 Creación de photo calls sostenibles en puntos estratégicos de comarca Valle del Jerte



A.5.3 Mejora de la señalización de los recursos turísticos



A.5.6 Optimización de la web y App turística Valle del Jerte

## 6 Marketing digital



A.6.1 Programa de incorporación de las nuevas tecnologías y el marketing digital en las empresas turísticas



A.6.4 Programa de generación de contenidos

A.6.2 Creación de vídeos promocionales con los principales valores del destino



A.6.5 Campañas de promoción en redes sociales en mercados objetivo



A.6.3 Gestión de los perfiles en redes sociales. Comunicación digital

7

## Promoción y apoyo a la comercialización



A.7.1 Publicity, relaciones públicas y relación con los medios

A.7.2 Creación de un Newsletter



A.7.3. Acciones de Marketing Street en mercados objetivo

## 8 Valle del Jerte DTI



A.8.1 Memoria anual

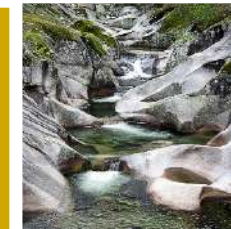


A.8.4 Creación de un cuadro de mando DTI

A. 8 .2 Desarrollo de una bases de datos de marketing turístico



A. 8 .5. Creación de un sistema de estudio y caracterización de la demanda



A.8.3. Implantación de una estrategia de destino turístico inteligente



A.8.6. Estudio del impacto económico del turismo



5

¿POR DÓNDE  
EMPEZAMOS?



# ¿Por dónde empezamos?

## CREAR UN ENTE GESTOR DE TURISMO EN LA COMARCA

Creación de un Ente Gestor de turismo en la comarca que trabaje conjuntamente con todos los agentes públicos y privados



2020

## IMPLANTACIÓN DE LA IMAGEN DE MARCA TURÍSTICA DE LA COMARCA

Creación e implantación de una nueva imagen turística, fuerte, que contribuya al posicionamiento del destino.

## ASIGNAR EQUIPO TÉCNICO DE TURISMO EN LA COMARCA

Contar al menos con un técnico de turismo en el territorio que siga las pautas de trabajo definidas por el Ente Gestor y los planes de marketing.



## IMPULSAR EL NUEVO MARKETING DIGITAL

Renovación/mejora de página web y APP . Adecuación perfiles sociales



## MEJORA SOPORTES PROMOCIONALES

Mejora de los soportes promocionales tradicionales

## IMPLANTACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PROVINCIALES

Implantación de los productos provinciales (100% Cáceres, cultura e identidad, Cáceres Natura, Salud y Bienestar en el Medio Rural, Paisajes y Sabores)



## IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS

Implantación de los productos específicos de la comarca (senderismo, turismo de pesca, turismo de agua...)



## SOSTENIBILIDAD

Plan de turismo sostenible para la comarca



## IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DTI EN EL DESTINO

Creación de un cuadro de mando DTI, realización de una memoria anual, análisis de datos turísticos, etc.

2021



PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020-2030

# PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE **VALLE DEL JERTE**

