

PLAN MARKETING

plurianual



AYUNTAMIENTO
DE ADEMUZ





ÍNDICE

1. RESUMEN	4
2. INTRODUCCIÓN	5
3. ANÁLISIS DE SITUACIÓN	6
SITUACIÓN	6
#ADEMUZCONLOS5SENTIDOS	11
OFERTA TURÍSTICA	16
MERCADOS	17
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	18
4. ANÁLISIS DAFO Y ANÁLISIS CAME	21
5. OBJETIVOS	24
6. ACCIONES	25
7. ESTRATEGIAS DE MARKETING	28
8. CALENDARIO	32
9. INDICADORES DE CONTROL.	33

RESUMEN

Ademuz es un municipio que pertenece a la comarca del Rincón de Ademuz en la Comunidad Valenciana. Situado entre las provincias de Teruel y Cuenca, Ademuz tiene una gran riqueza en gastronomía gracias a sus productos locales, tradiciones y costumbres singulares, y un entorno privilegiado lleno de recursos naturales.

Cada vez son más las personas que se desplazan hasta el municipio para recorrer sus calles, degustar la cocina tradicional y pasear por un entorno natural. Sin embargo, queremos que el número de personas que nos visitan aumente notablemente, por ello, vamos a poner en marcha un plan de marketing.

Con unos objetivos marcados y basados en nuestra situación actual, realizaremos unas acciones que den visibilidad a Ademuz, aumentando así el turismo.

Un plan de marketing es un documento escrito que sintetiza las estrategias y planes de acción que una empresa va a seguir, para alcanzar los objetivos que se marque, una vez analizada la situación en la que se encuentra y el entorno en el que dicha empresa desarrolla su actividad. Establece, asimismo, los mecanismos y acciones de seguimiento y control necesarios para verificar el cumplimiento del plan.

En nuestro caso sustituiremos el término de empresa por ayuntamiento. Además este plan de marketing va dirigido al departamento de turismo, con la finalidad de aumentar este sector en el municipio de Ademuz.

Cabe destacar que el municipio de Ademuz cuenta y aplica los siguientes planes; el Plan de Acción por el Clima y la Energía Sostenible (PACES); el Plan de Movilidad Urbana Sostenible; el Plan Local de Gestión de Residuos Domésticos y Asimilados; el Plan Municipal de Juventud; el Plan de Urbano de Actuación Municipal; el Plan Municipal contra la Violencia de Género; el Plan Municipal de Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres; el Plan local de prevención de incendios forestales del término municipal de Ademuz. Además de estar adheridos a la Red de Municipios Protegidos contra la violencia de género y realiza acciones en materia de responsabilidad social.

En este contexto, el turismo y su consecuente planificación se presenta como un aspecto sectorial

de desarrollo económico, pudiendo convertirse en una excelente vía de solución a diferentes problemas sociales y económicos que se presentan, en la actualidad, en el municipio de Ademuz y en consecuencia en el resto de la comarca.

El turismo posibilita también una gestión sostenible de los recursos naturales, se puede conseguir no sólo proteger el patrimonio natural (relevante más allá de lo meramente local), sino, desarrollarlo y mejorarlo. Y por supuesto, el turismo genera economía, consolidación de la existente y posibilita el emprendimiento, de manera que se presenta también como herramienta para asentar población activa, que es en la actualidad un bien escaso en los municipios de interior del territorio nacional.

Debemos apostar por algo que se ha demostrado que funciona, vivir rodeado de valores que hoy han pasado a ser esenciales, naturaleza, salud, y, en definitiva, calidad de vida. Debemos ser capaces de permitir que los individuos puedan decidir vivir de forma más saludable optando por entornos seguros y sanos.

Apostamos por el turismo rural, sostenible y ecológico, fomentándolo y dándolo a conocer. En este plan de marketing hemos analizado la situación, las competencias, los mercados emisores y de interés, y establecido unos objetivos que a través de unas acciones pretendemos conseguir en un plazo plurianual.

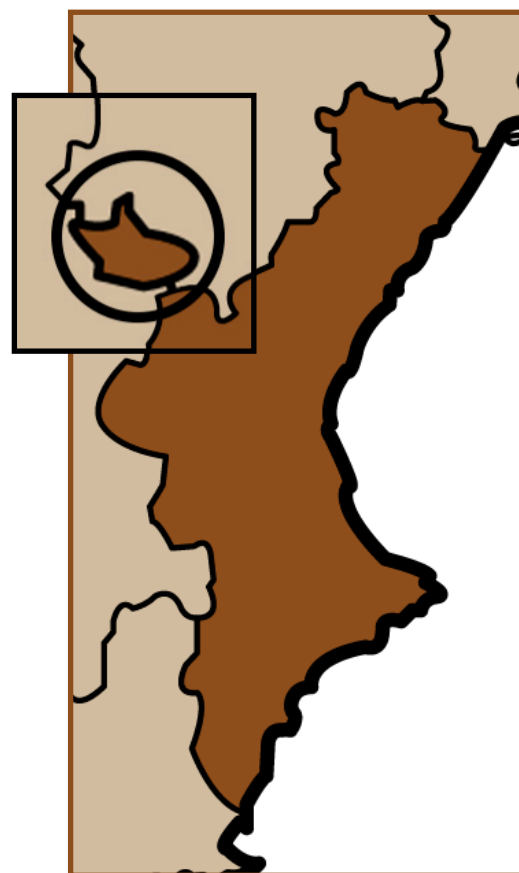
ANÁLISIS DE SITUACIÓN

Teniendo en cuenta la crisis de la COVID-19, el cambio climático, el estrés de la ciudad y la contaminación lumínica, acústica, y atmosférica, gran parte de la población prefiere desconectar en una zona rural. Las personas buscan respirar aire puro, estar en contacto con la naturaleza y desconectar del ajetreado mundo de la capital.

En ocasiones muchas familias apuestan por este tipo de escapadas para la diversión de los más pequeños. Viven experiencias en la naturaleza, descubren valores del medio ambiente, y conocen un modo de vida diferente al del núcleo urbano.

Ademuz se sitúa en la comarca valenciana del Rincón de Ademuz, en la cuál es cabecera y núcleo dónde se asientan la mayor concentración de servicios. Val de la Sabina, Mas del Olmo y Sesga, junto con una parte de Torrealta, son de Ademuz.

Nos encontramos ante un territorio que por sus características geográficas se encuentra enclavado en las estribaciones de las provincias de Teruel y Cuenca. Ello nos confiere una especial singularidad en cuanto a la idiosincrasia que establece el carácter de nuestros habitantes, la influencia gastronómica, costumbres y tradiciones. En definitiva, una gran riqueza de matices que aportan personalidad y distinción a un entorno privilegiado.





No podemos dejar de mencionar la abundancia de recursos naturales de primer orden y que hacen de nuestra comarca, un verdadero pulmón donde poder disfrutar de la biodiversidad que confieren los más de 370 km² que acogen diferentes elementos como especies de fauna protegida y que solo habita en lugares específicos dadas su necesidades de calidad ambiental, así como también la exuberancia natural que nos brindan las poblaciones de especies arbóreas y vegetales que nutren de oxígeno al techo de la comunidad valenciana.

La especial situación geográfica de Ademuz y su abundante biodiversidad ofrecen un sinfín de hábitats que son cobijo de innumerables especies de aves. Al mismo tiempo, nos encontramos en zona de paso migratorio de aves que surcan nuestro territorio ofreciendo un verdadero espectáculo de naturaleza viva.

El término municipal tiene una extensión de 100,4 km² y su altitud oscila entre los 1.517 metros (pico Tortajada) y los 700 metros a orillas del Turia.

El municipio, al igual que la comarca, cuenta con un volumen de precipitaciones escaso y uniforme a lo largo del año. Su temperatura anual media es de 12,4 °C, lo cual es ligeramente baja en comparación con el resto de la Comunidad Valenciana. Cuenta con invierno fríos con temperaturas medias inferiores a los 6 °C, y veranos frescos, en los que ningún municipio supera los 30 °C.

Ademuz posee recursos con algún grado de protección o declaración de interés, además de zonas naturales protegidas bajo las figuras de LIC (Lugar de Interés Comunitario), ZEPA (Zona de Especial Protección para las Aves) y Microreserva de Flora.

El poblado íbero de **La Celadilla** cuenta con la Declaración de Bien de Interés Cultural (BIC), y se encuentra integrado en el Sendero Local SL-CV 169 “La Celadilla, del Turia a los íberos”.

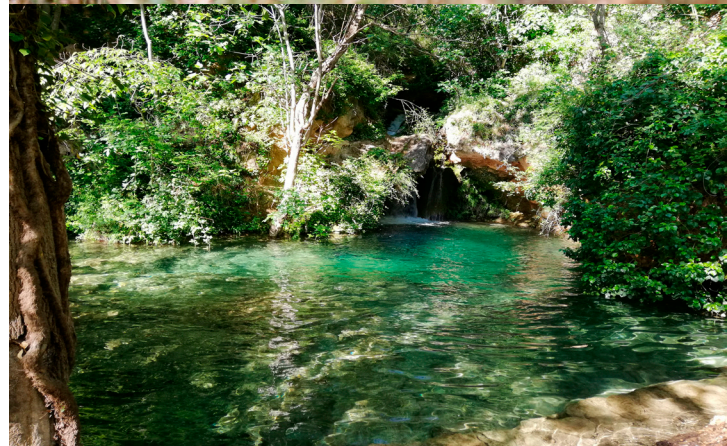
Las “**barracas**” construcciones de piedra seca diseminadas por el término que fueron refugio de pastores y ganado, están incluidas en la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

El **río Turia** y el **río Bohílques**, como el resto de ríos del Rincón de Ademuz, tienen la figura de LIC (lugar de interés comunitario) por las comunidades vegetales y animales que habitan sus aguas y orillas, entre las que sin duda destacan las aves que utilizan los sotos fluviales que aún conservan restos del bosque galería para reproducirse.

Ademuz se encuentra dentro de la zona de afección del **Parque Natural de Puebla de San Miguel** (limita con éste) declarado, entre otros motivos, por su magníficas sabinas que además de poseer una interesante avifauna local, son una interesantísima zona de invernada para aves procedentes del norte del continente y que resultan muy atractivas para los aficionados a la ornitología.

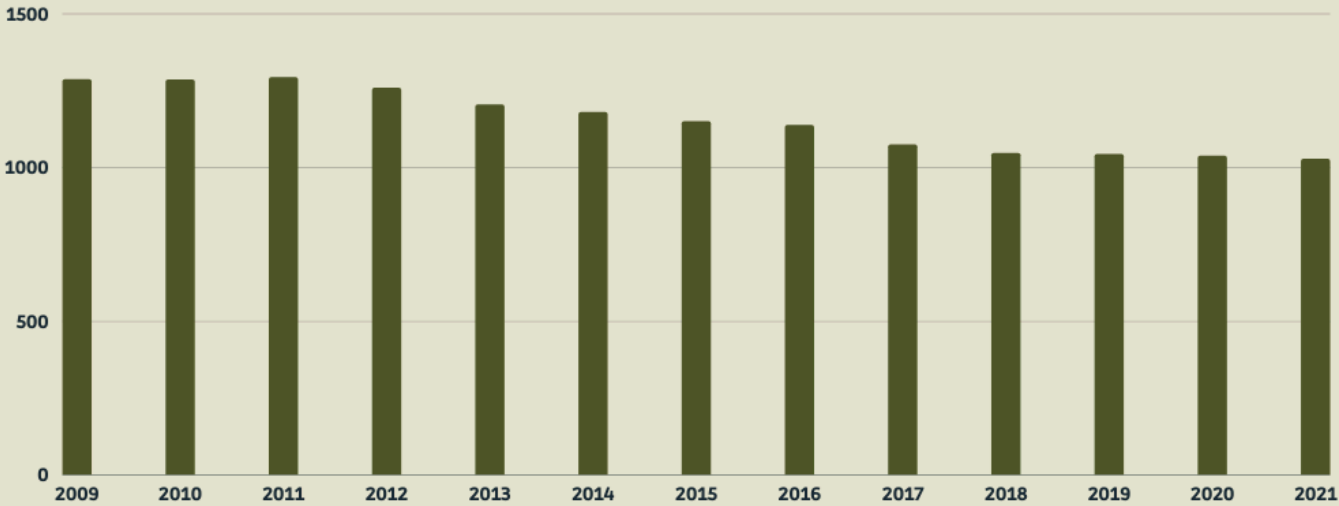
El Hontanar - La Ferriza es una ZEPA (zona de especial protección para las aves) que incluye casi 290 Ha en el municipio de Ademuz y Vallanca que alberga especies de aves tan interesantes como la amenazada Alondra ricotí, y otras muy interesantes como las Collalba negra y rubia que solo habitan en determinados ambientes y el esquivo Mirlo acuático muy raro en tierras valencianas.

De nuevo el **Río Bohílques**, declarado microreserva de flora, en cuyo recorrido pueden encontrarse numerosas cascadas y una exuberante vegetación de ribera donde las aves son muy abundantes

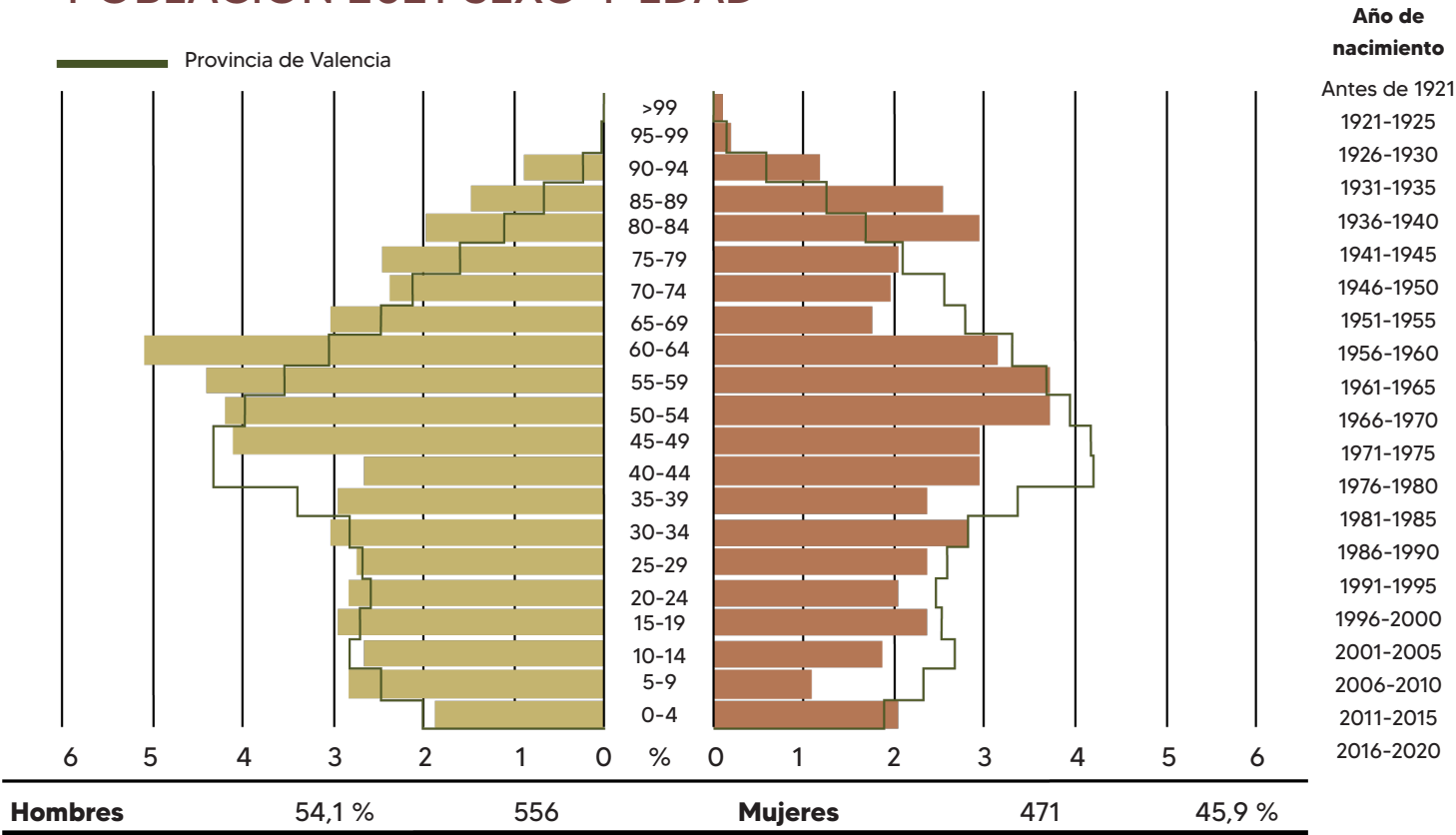


Los siguientes gráficos muestran la evolución demográfica, por un lado la evolución de la población desde 2009 hasta la actualidad, y por otro lado, la población de 2021 por sexo y edad.

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN



POBLACIÓN 2021 SEXO Y EDAD



La accesibilidad al territorio se determina por una serie de factores que condicionan la red viaria como son, las características del territorio, su situación geográfica y/o el propio desarrollo socioeconómico y demográfico de la zona.

A través del término municipal de Ademuz discurren las carreteras nacionales N-420 y N330 de norte a sur, y las comarcales CV-478 y CV-363. Las autovías más cercanas son la A-3 (a la altura de Utiel) y la A-23 (a la altura de Teruel) a 68km y 44km respectivamente.

La distancia al aeropuerto del Valencia es de 150km y la terminal marítima dista 169km.

El transporte colectivo, es escaso dado que la estación de ferrocarril más cercana se sitúa a 44 km en Teruel, con una regularidad a Valencia de como mínimo un tren cada dos horas.

La línea de autobús desde Valencia tiene una conexión baja dado que existe una línea con 17 paradas entre la capital y el municipio que pasa una vez al día, a mitad tarde. Además, las últimas 8 paradas se realizan bajo demanda, debiéndose solicitar el viaje antes de las 18:00 horas del día laborable anterior al desplazamiento.

Las comunicaciones a Ademuz son deficientes e incómodas, especialmente en lo que se refiere al transporte público.

MEDIO	DESCRIPCIÓN
Carretera	CV 478, N-420, N-330a y N-330
Tren	Teruel 43 Km
Autobús	Escaso servicio
Aeropuerto	Valencia 150 Km
Puerto	Valencia 169 Km

El proyecto #AdemuzConLos5Sentidos ofrece a los visitantes un conjunto de experiencias turísticas en Ademuz, activando las percepciones sensoriales de nuestros visitantes.



Trabajamos la **vista** con la observación del paisaje de día o del cielo de noche, de las aves, de la arquitectura, la flora de los diferentes ecosistemas, la gran biodiversidad de fauna, los colores de las estaciones.... el otoño viste de oro Ademuz.



El **oído** a través del canto de las aves junto con el sonido de otros animales y el "silencio" de los paseos por la naturaleza, el correr del agua de ríos y fuentes, el toque de campanas o la ausencia de tráfico.



Activamos el **olfato** con aromas de la infinidad de plantas aromáticas y la pureza del aire de Ademuz, el olor de la manzana recién cosechada en los hogares se percibe en los paseos otoñales o el de las chimeneas de leña de los hogares en temporada invernal.



El **gusto** lo encontramos con la manzana esperiega o el tomate del terreno, los hornos de leña tradicionales, los secaderos de jamones y embutidos o las fábricas de zumo de manzana y turrón.



El **tacto** al acariciar las obras de los maestros de la piedra en seco con la infinidad de barracas, al chapotear en las frescas aguas cristalinas de los ríos, al abrazar un árbol, al lanzar un puñado de hojarasca otoñal...



#Ademuz
ConLos5Sentidos

En el proyecto se ofertan las experiencias “Descubre Ademuz”, “El legado de Mas del Olmo” y “Vestigios de Sesga” que recorren el patrimonio urbano, mientras que en el entorno inmediato encontramos “Bohílgués en estado puro”, “La Celadilla, del Turia a los íberos” o las últimas incorporaciones “Entre barracas” y “Los maestros de la piedra en seco”. Algunas de estas experiencias pueden ser realizadas con la contratación de un guía de birding de la Comunitat Valenciana, previa reserva.

#DescubreAdemuz



Un paseo por las estrechas y tortuosas callejuelas del casco histórico de Ademuz, por donde apenas puede entrar la luz del Sol, cuentan el pasado árabe que tuvo y dónde se esconden pequeñas joyas de la arquitectura civil preindustrial como el Cubo de José El Maroto.

Lo angosto de su callejero marca la arquitectura. Las construcciones presentan varias alturas, las casas se elevan en busca de la luz del sol, y para ganar metros, es muy característico que los hogares de Ademuz tengan un voladizo. Sin embargo, entre sus travesías estrechas se abren espacios como la Plaza de la Iglesia o la del Ayuntamiento.



Destaca el entorno hidráulico del Molino de la Villa, sede de la Tourist Info, en la ribera del Bohílgués, donde encontramos elementos singulares como el Lavadero y la Fuente Vieja que forman parte de una red hídrica significativa, eficaz y muy bien conservada.

Vestigios de Sesga

Sesga nos ofrece vestigios singulares de la forma de vivir del pasado, que nos permiten comprender y reconocernos. De esas actividades fundamentales para la supervivencia, algunas de ellas artesanales, que se desarrollaron en armonía con el entorno. La aldea de Sesga nos ofrece la oportunidad de viajar al pasado.

La escuela, situada en la planta superior tiene un estado de conservación excepcional, permaneciendo intacta desde que cerró sus puertas un día de 1964. En ella encontramos los pupitres, mapas y fotografías de la época.

Junto a ésta encontramos la barbería del cirujano-barbero que hacía a su vez de ayuntamiento y calabozo. En la planta baja el horno comunal se presenta a punto de encender para la próxima hornada desde agosto de 2003, fecha en la que se utilizó por última vez.

Y del calor del horno, al frescor del conjunto hidráulico, compuesto por una fuente, abrevadero, lavadero y batán.

Otras construcciones preindustriales como la tejería o los hornos de yeso merecen visita en Sesga.

Este conjunto de estructuras, junto al Cubo de José el Maroto de Ademuz, fueron galardonadas en 2011 con el primer premio Europa Nostra, galardón europeo que vela por la protección del Patrimonio cultural Europeo.



El legado de Mas del Olmo

Entre Ademuz y el Parque Natural de Puebla de San Miguel encontramos la aldea de Mas del Olmo. Es la aldea más grande y poblada de Ademuz con una veintena de vecinos/as.

El legado de Mas del Olmo lo conforman el Museo del Pan, antiguo horno comunal, y la escuela, ubicada en la primera planta del edificio social.

El Museo del Horno nos muestra las formas de vida del pasado. Todavía se observa en el techo del obrador el color del humo de ese fuego que fue tertulia entre palas y mandiles, risas y artesas; que fue sabiduría.

La escuela recoge el mobiliario original de antaño y la biblioteca de la época.

La arquitectura vernácula de Val de la Sabina



Esta pedanía tiene un núcleo compacto y muy irregular, con estrechos callejones. Pasear por sus calles es descubrir la arquitectura vernácula tradicional del Rincón de Ademuz, con muros de tapial y partes superiores de lajas y mortero de cal, adornados con balaustradas de madera. El mortero de yeso en las paredes o las tejas de sus cubiertas fueron en su día elaborados en los hornos repartidos por el término destinados al efecto.



La Ruta del Bohígues

Por el cauce del río Bohígues se despliega una increíble flora y fauna, declarada microrreserva de flora y que despierta los sentidos a cuantos lo visitan. Nacido en Vallanca, el Bohígues muere en Ademuz, donde sus aguas se unen a las del Turia.

La Celadilla del Turia a los Íberos

Los íberos encontraron en La Celadilla un enclave donde instalarse y dominar toda la vega del Turia entre los siglos V y IV a.C. Este pueblo prerromano se distribuía por la zona este de la Península Ibérica.

La Celadilla presenta, a diferencia de otros poblados íberos, hallazgos excepcionales que lo posicionan como único: restos de sus alimentos, enseres o los mismos íberos calcinados en medio de lo que pudo ser una gran

batalla dan singularidad al asentamiento. El hecho de no ser abandonado ni ocupado le da un valor incalculable al asentamiento, ya que permite conocer el estilo de vida íbero a través de estos hallazgos.



Los maestros de la piedra en seco

Declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, las barracas de piedra en seco forman una comunión perfecta con la naturaleza que las rodea. Estas edificaciones no utilizan ningún tipo de aglomerante, simplemente se colocan piedras ensambladas unas con otras. El hecho de que el material principal sean piedras, hace que estas barracas perduren en el tiempo.

De distintos tamaños y formas, estas “casetas” continúan siendo utilizadas por agricultores y pastores, y suponen una muestra viva de la importancia del sector primario en nuestro territorio.



Entre barracas

Esta ruta que se recomienda hacer durante los meses de junio y julio coincidiendo con la floración de la lavanda. Hay dos modalidades de ruta con diferentes intensidades y kilómetros.

#AdemuzConLos5Sentidos trabaja por la puesta en valor del territorio de Ademuz como producto turístico del interior del territorio valenciano. Su singularidad se centra en la estrategia de promocionar los recursos turísticos a través de la percepción sensorial con el disfrute de las diferentes experiencias turísticas del destino. Además, promueve experiencias integradoras que se adaptan a todos los visitantes, haciendo accesible cualquiera de ellas a las características particulares de las personas. Se combinan las rutas senderistas con gastronomía, eventos o packs, para hacer una oferta turística más atrayente para la población.

Con la creación del proyecto #AdemuzConLos5Sentidos, se ha colaborado a que el sector privado sea más atractivo para los mercados.

La oferta reglada de alojamiento en Ademuz es de cinco apartamentos de categoría estándar que suman un total de 23 plazas.

Asimismo, según el registro de Turisme Comunitat Valenciana, durante 2021 contó con una pensión y un hostel que hacen un total de 79 plazas repartidas en 42 habitaciones.

Existen cinco alojamientos rurales en el municipio, una de ellas de una estrella y el resto de dos estrellas. Además, dos de los alojamientos es de régimen compartido. Estos alojamientos rurales hacen un total de 21 habitaciones y 31 plazas.

Algunos alojamientos de la localidad se ofertan en los principales portales de reserva.

Ademuz dispone de una oferta de restauración escasa, pero es el municipio de la comarca con mayor oferta de la misma.

En la web turística de la localidad, “Ademuz con Los 5 Sentidos”, se indica la oferta de restauración del municipio. En ella se incluyen tanto bares, como chiringuitos que ofrecen servicio de restauración.

Buyer Person

Esta estrategia de marketing tiene que ser lo más real posible, por ello hemos creado un *buyer person*, es decir cómo sería nuestro cliente ideal, en este caso sería nuestro turista.

Nuestro *buyer person* serían personas interesadas en descubrir el entorno natural, respetuosas con el medio ambiente, concienciadas con el cambio climático y la importancia que tienen las acciones del ser humano sobre el planeta. Hablamos de personas que valoran y dan importancia al trabajo que desarrollan todos los sectores de la economía. Saben apreciar el valor y calidad de los productos locales y están dispuestos a pagar el precio que permite el sostenimiento de la actividad local, precios justos para productores, agricultores y comerciantes.

Mercados emisores

Principalmente los turistas que visitan nuestra localidad son familias con niños, parejas y seniors. Cabe destacar que la gran mayoría de estos grupos vienen a nuestro municipio con sus mascotas, en mayor medida canes.

Nuestros principales mercados emisores son los visitantes procedentes de la Comunidad Valenciana, y en mayor medida de la provincia de Valencia. Sin embargo, este mercado en muchas ocasiones sólo viene a realizar excursiones, o estancias de pernoctación muy cortas.

Otro mercado emisor potencial de Ademuz, son los segundos residentes, que concentran el turismo en verano, fin de año y Semana Santa. Son prescriptores de un nuevos nichos de mercado, ya que conocen el producto local, el lugar y son pernoctadores, pudiendo atraer a nuevas personas de su entorno.

En menor medida, encontramos turistas procedentes de capitales como Barcelona y Madrid, siendo en la mayoría de las ocasiones parte de la población flotante.

Mercados de interés

En un periodo plurianual queremos potenciar y atraer nuevos mercados de interés.

Queremos llegar a potenciar los turistas que proceden de las provincias limítrofes con Ademuz, Teruel y Cuenca. En la actualidad son turistas testimoniales, que visitan Ademuz en un porcentaje muy bajo. Además de atraer visitantes de otras comunidades autónomas y ciudades.

Un mercado de interés que actualmente y en menor medida visita Ademuz, es el turista internacional. Nos proponemos aumentar este nicho de mercado, pues daría mucha visibilidad a nuestro municipio y dejaría grandes beneficios tanto económicos como sociales. Los viajeros procedentes de Europa que pararán a descubrir Ademuz, son aquellos que se desplazan por la carretera N-330 en vehículo propio hasta Alicante.

Se realizan análisis de la competencia desde el punto de vista geográfico cómo por las actividades y servicios ofrecidos.

Desde el punto de vista geográfico debemos de situarnos en parajes de montaña, y que sean cercanos a nosotros, por ello, nos hemos centrado en las provincias de Cuenca, Teruel y Valencia, ya que son las más próximas y poseen tradiciones diferentes.



En la provincia de **Teruel** hemos destacado dos zonas, por un lado, la comarca del Maestrazgo, y por otro lado la Sierra de Albarracín.

La comarca del Maestrazgo se encuentra cercana a la provincia de Castellón, y la comprenden varios pueblos. En la comarca puedes realizar diferentes experiencias, al igual que en Ademuz. Sin embargo, las experiencias de Maestrazgo se basan en actividades como la alfarería, mientras que las experiencias de Ademuz proponen rutas por parajes naturales y al finalizar te obsequian con una degustación del producto local.

La Sierra de Albarracín también propone experiencias, aunque están más orientadas cada una a un tipo de turismo, como por ejemplo experiencias para familias, moteros, o escapadas románticas entre otros. Además, algunas de sus experiencias se centran en sólo un periodo estacional, debido al ciclo de la propia naturaleza y biodiversidad que les caracteriza, como por ejemplo el caso de la berrea de los ciervos o las jornadas micológicas.

Ademuz se diferencia del turismo de la Sierra de Albarracín, en que a pesar de que también es un turismo rural y en la naturaleza, las experiencias que se proponen son para todos, haciendo que nuestro turista se sienta incluido, puesto que pueden ser desde niños hasta seniors. Finalmente, tanto Albarracín como Ademuz apuestan por el turismo birding, en ambos destinos es necesarios una reserva previa.





En la provincia de **Cuenca**, no hemos detectado ninguna zona dónde se realicen experiencias rurales, sino que algunas empresas ofrecen rutas senderistas por lugares rústicos. Empresas como Ecoturismo Cuenca o Mirando pa Cuenca.

Ecoturismo Cuenca ofrece rutas senderistas por la provincia con un guía, sin embargo, al final de cada ruta no te ofrecen una pequeña muestra de la gastronomía local.

La Diputación de Cuenca también ofrece rutas y senderos por toda la provincia, sin embargo, no cuenta con un guía propio que te acompañe durante todo el recorrido.

Finalmente, cabe destacar, que al igual que en Ademuz encontramos un poblado íbero de gran prestigio como es La Celadilla, en Cuenca encontramos el parque arqueológico de Segóbriga en Saelices. Aunque cada yacimiento pertenece a épocas diferentes ambas se caracterizan por que realizan teatralizaciones, jornadas culturales y visitas guiadas.



Por último, centrándonos en la **Comunidad Valenciana**, y a pesar de que es muy complicado abarcar todas las zonas de turismo rural, hemos establecido una selección. Por un lado, algunos destinos poseen rutas de senderismo y cultura histórica, y por otro lado, los poblados íberos existentes.

Entre las localidades con rutas de senderismo, o en su defecto rutas BTT, destacamos, Morella, Suera, Aras de los Olmos, Alpuente, Chulilla, Ayora, o Xàtiva entre otros.



En cuanto a poblados íberos encontramos, La Bastida de les Alcusses en Moixent, El Puntal Dels Llops en Olocau, Edeta y Castellet de Bernabé en Liria o Tots pelat en Moncada, todos ellos pertenecientes a la Ruta dels Ibers.

Sin embargo, a pesar de la existencia de varios poblados íberos en toda la comunidad, La Celadilla no fue abandonada ni ocupada, dándole así un valor incalculable al asentamiento, pues permite conocer el estilo de vida íbera a través de hallazgos como: restos de sus alimentos, enseres o los mismos íberos calcinados en medio de lo que pudo ser una gran batalla.



Ademuz es la comarca de la Comunidad Valenciana que más dista de los principales núcleos de población, teniendo en cuenta que el turismo rural se desarrolla principalmente en fin de semana y estancias cortas, muchos visitantes realizan escapadas rurales próximas a las ciudades dónde viven. Por ello, debemos de establecer una estrategia claramente diferenciadora para ser competitivos.

ANÁLISIS DAFO

ANÁLISIS CAME

Hemos realizado un análisis DAFO dónde destacamos nuestras características internas (Debilidades y Fortalezas) y nuestra situación externa (Amenazas y Oportunidades). Al mismo tiempo hemos realizado un análisis CAME, Corregir las debilidades, Afrontar las amenazas, Mantener las fortalezas, y Explorar las oportunidades.

DEBILIDADES

- Ademuz no es un municipio muy conocido por gran parte de la población española, por ello, el desconocimiento impide que sea elegido como destino turístico.

- Hay poca interacción en algunos mass media, como redes sociales (RRSS), portales, medios de comunicación... a pesar de nuestra insistencia en mostrar el lugar.

- Nos encontramos en una situación de estacionalidad de demanda turística, pues el turismo se concentra en determinados periodos de tiempo al año. Por ejemplo, en la temporada estival, muchos de los segundos residentes pasan un gran periodo de tiempo en Ademuz, saturando en ocasiones el comercio, la restauración o los servicios, por lo que los turistas procedentes de otros lugares podrían encontrarse estresados.

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- Ademuz será mostrado en ferias, se realizarán eventos y campañas en redes para dar una mayor visibilidad al municipio y a su ubicación en el mapa.

- Captaremos la atención de los internautas a través de # o sorteos en redes sociales con la finalidad de que interactúen con nosotros y tengamos un feedback.

- Crear ofertas turísticas especiales que permitan desestacionalizar los flujos, e incrementar la publicidad en estaciones como el invierno o la primavera.

FORTALEZAS

- En Ademuz, encontramos una gran diversidad de recursos, naturaleza, historia, cultura, tradición...

- Es un gran destino para viajeros tanto de turismo rural como turismo naturaleza, adaptado a cualquier rango de edad, tanto los más pequeños de la casa, pasando por los jóvenes y hasta los seniors.

- La población flotante puede atraer a personas cercanas a su entorno en las capitales hasta Ademuz, incluso en épocas donde hay menos flujo de gente, desestacionalizando así el turismo.

- Poseemos recursos singulares y únicos, como la manzana esperiega, el tomate del terreno y embutidos elaborados in situ, y dándolos a conocer en eventos y en las experiencias. Ofrecemos productos locales que son muy naturales y saludables, ya que apostamos por productos con "km 0".

- Es un destino sostenible, pues somos cuidadosos con el medio ambiente, ecofriendly, hacemos uso de las nuevas tecnologías y promovemos el viaje compartido en nuestras salidas a las aldeas de Ademuz.

- Ofrecemos un turismo para disfrutar de la flora y la fauna, en especial de las aves que tienen su recorrido por Ademuz, siendo una zona de paso migratorio, proponiendo el turismo ornitológico, o más conocido como birding.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Los recursos que poseemos serán ofrecidos a través de packs, eventos o actividades, atrayendo al visitante a nuestro municipio para que recorra los senderos, además de poder disfrutar de nuestra gastronomía.

- El turismo rural es uno de nuestro puntos más fuertes, por ello, seguiremos promocionándolo a través de campañas de publicidad y manteniendo los avances que hemos realizado para ser un destino turístico.

- Mediante los segundos residentes y con una publicidad destinada a ellos, intentaremos atraerlos a Ademuz en festividades, en la temporada invernal o en primavera, incluso que vengan con amigos o familiares de las capitales.

- Nuestros productos locales se promocionarán tanto en medios tecnológicos, como en las experiencias o eventos realizados, para continuar dándoles visibilidad.

- Ademuz en cierta medida es un municipio sostenible, pero queremos aumentar ese porcentaje con la finalidad de que sea una localidad sostenible casi en su totalidad. Potenciando esta acción en campañas de visibilidad y promoviendo una comunidad ecofriendly.

- La comunidad de observación de aves y el turismo senderista está en continuo crecimiento, por ello, ofertaremos y ampliaremos la sección de birding y senderismo.

AMENAZAS

- Podemos encontrar destinos similares a Ademuz, en los que la oferta de valor en ocasiones es similar a la nuestra.

- Aunque la siguiente amenaza también afecta a otros destinos, para nosotros también es un inconveniente, el cambio climático. Esta situación puede agravar y perjudicar a nuestra flora y fauna, ya que la biodiversidad del medio se verá perjudicada.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Teniendo en cuenta los destinos similares a nuestra localidad, procuraremos mostrar lo que nos hace diferentes y apostaremos por la singularidad del lugar.

- En Ademuz trabajamos en la implementación de los ODS en todas nuestras acciones, para concienciar tanto a nuestros habitantes como a los turistas del cambio climático, el resto de objetivos y metas marcados en la Agenda 2030 y promover una sostenibilidad.

OPORTUNIDADES

- Consolidar un buen marketing digital y así aumentar el turismo, teniendo una evolución del marketing turística.

- Encontrar nuevos mercados y segmentos de demanda para alcanzar a un mayor número de leads.

- Incrementar el turismo especializado en naturaleza y aquellos especializados en birding.

EXPLORAR LAS OPORTUNIDADES

- Introduciremos un plan de marketing, principalmente un marketing digital, aumentando la demanda de turistas en el municipio.

- Ampliaremos nuevos mercados de interés, incluyendo en nuestras acciones un turismo internacional y procedente del resto de España.

- El turismo especializado en naturaleza cada vez es mayor, por ello, queremos contar con algunos profesionales del sector y así llegar a más personas interesadas por este turismo.

OBJETIVOS

Nuestro principal objetivo es crear una estrategia turística sostenible, inclusiva, inteligente y que repercuta favorablemente en todo el tejido que conforma la economía local, social, medioambiental, cultural y patrimonial. Además de aumentar el número de turistas, el periodo de estancia y el flujo de turistas de otras comunidades autónomas y de otros países.

También hemos establecido unos objetivos más específicos, por un lado objetivos cualitativos, y por otro lado objetivos cuantitativos, con la esperanza de poder alcanzarlos en un período temporal plurianual.

OBJETIVOS CUALITATIVOS

- 1.** Poner en valor el patrimonio cultural, natural, material e inmaterial, así como su conservación, mejora y mantenimiento.
- 2.** Impulsar la sostenibilidad del lugar y la sostenibilidad del turismo y de calidad diferenciada.
- 3.** Mejorar la formación de conocimiento y profesionalización de los gestores públicos y privados del sector turístico.
- 4.** Conservar las tradiciones y mantener vivo el legado de nuestros antepasados.
- 5.** Mantener el certificado de calidad de ISO 9001.

OBJETIVOS CUANTITATIVOS

- 6.** Apostar por el turismo inclusivo y accesible, con el fin de que crezca en un 5%.
- 7.** A través de la digitalización, intensificaremos el turismo inteligente en un 8%.
- 8.** Encontrar nuevos nichos laborales que permitan cubrir nuevas demandas de consumidores, creando así nuevas oportunidades de negocio y afincar residentes en el municipio, aumentándolo en un 4%.
- 9.** Incrementar los ingresos turísticos principalmente aumentando las pernoctaciones, además de incentivar el consumo de producto local y de "km 0" del destino en un 10%.
- 10.** Los meses de verano, fin de año y Semana Santa son los periodos de tiempo en los que Ademuz tiene un mayor número de turistas, por ello queremos desestacionalizar este turismo y aumentar las visitas en un 10% en periodos de baja afluencia.
- 11.** Nuestros mercados de interés son el turismo internacional y el turismo de otras comunidades autónomas, atrayendo a los visitantes internacionales en un 6% y a los visitantes procedentes de otras comunidades autónomas en un 8%.
- 12.** Conseguir un aumento del 12% de las visitas en la web cada trimestre y aumentar los seguidores en redes sociales en un 15% anualmente.

ACCIONES

Para poder conseguir los objetivos planteados anteriormente, proponemos una serie de acciones o actuaciones para llevar a cabo en un plazo plurianual.

Promoción de producto local, como por ejemplo, sorteo de cestas, muestras gratuitas, vales descuento...



objetivos: 9, 10

Eventos para mostrar las características y productos de Ademuz, por ejemplo, "Feria de la manzana", "Mes de lavanda"...



objetivos: 1, 2, 9, 10

Paquetes de precios para visitas múltiples.



objetivos: 2, 5, 8, 9, 10, 11

Campañas y jornadas de sensibilización turística ciudadana.



objetivos: 2, 3, 6, 7

Campañas sobre la sensibilización del ecoturismo.



objetivos: 1, 2, 3, 5, 7

Creación de app como un videojuego sobre Ademuz lleno de curiosidades y juegos.



objetivos: 1, 4, 6, 7

Instalar un asistente virtual en la página web para ayudar al turista a encontrar la información deseada.



objetivos: 7, 12

Poner en marcha carteles que sean inclusivos y accesibles para todas las personas, como por ejemplo, utilizar el lenguaje braille.



objetivos: 6

Organización de cursos y formaciones para el sector turístico.



objetivos: 3, 7, 8

Realización de storytelling "El despertar de los sentidos".



objetivos: 1, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12

Realización de un Trivia/Kahoot en la web.	→	objetivos: 2, 6, 7, 12
Utilización de carteles del proyecto Libera en nuestras redes sociales para concienciar tanto a los habitantes de Ademuz como a los turistas del reciclaje, el medio ambiente...	→	objetivos: 1, 2
Aumentar la visibilidad de la gastronomía local, por ejemplo, hacer concurso de gachas en algunas festividades, que los restaurantes tengan algún plato típico dentro de su carta o lo oferten en jornadas o eventos realizados.	→	objetivos: 1, 4, 5, 9, 10, 11
Crear jornadas basadas en la gastronomía, como la jornada gastronómica de la cuchara, la jornada gastronómica de la lavanda, la jornada gastronómica del otoño o la de la primavera.	→	objetivos: 1, 4, 5, 9, 10, 11
Realizar una carta de ecoturismo para los visitantes y residentes.	→	objetivos: 1, 2, 10
Promover y promocionar el patrimonio cultural con teatralizaciones en lugares históricos, como por ejemplo, las jornadas teatralizadas de la Celadilla.	→	objetivos: 1, 4, 9, 10, 11, 12
Realización de juegos offline, por ejemplo, un comecocos basado en el municipio.	→	objetivos: 1, 4, 6
Realización de un scape game al aire libre como una jornada basándose en la experiencia #DescubreAdemuz.	→	objetivos: 1, 2, 10, 11
Poner en marcha la tecnología beacons.	→	objetivos: 6, 7
Concursos de fotografía, como fotografía de arquitectura de Val de la Sabina; fotografía de los sentidos; fotografía de paisaje....	→	objetivos: 1, 10, 11, 12
Concurso de pintura rápida realizado en un día, al ser posible en primavera.	→	objetivos: 1, 10, 11, 12

Talleres / actividades para fomentar cada uno de los sentidos en las diferentes experiencias. Por ejemplo, taller de música relajante a la orilla del río Bohígues, taller de manualidades con objetos de la naturaleza, amasar pan en el horno de Mas del Olmo, observar las constelaciones en Sesga...



objetivos: 1, 2, 6, 10, 11, 12

Creación de un personaje que unifique la app, el asistente virtual, el scape game y otras actividades realizadas.



objetivos: 7, 12

Audio guías en inglés en la web, así como la subtítulos de los vídeos.

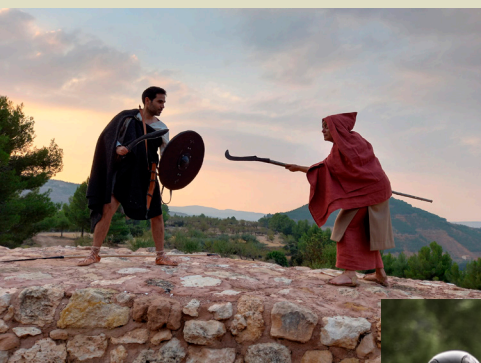


objetivos: 6, 7, 12

Algunos ejemplos de las campañas a través de plataformas digitales para la promoción del municipio con la finalidad de atraer tanto a turistas como nuevos residentes.

- Campañas en RRSS para dar visibilidad a Ademuz y que vengan nuevos turistas a conocerlo. En las campañas de RRSS estableceremos algunas fechas señaladas como San Valentín, el día del padre o de la madre, Navidad, Semana Santa, o Halloween entre otros. Aunque también haremos nuestras propias campañas personalizadas para Ademuz, con hashtags como #DescubreAdemuz.

- Realización del storytelling, "El despertar de los sentidos" y mostrándolo a través de redes sociales como Instagram, Telegram o Facebook, y plataformas como YouTube.



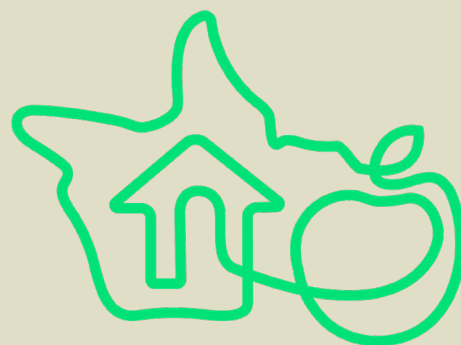


En cuanto a las estrategias de marketing podemos establecer las siguientes; estrategia de posicionamiento o branding, estrategia de segmentación, estrategia funcional y estrategia de cartera.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

En la estrategia de posicionamiento o branding, el usuario, en este caso, el turista, nos tiene que conocer e identificarnos con una marca, un estilo y unos valores. Para poder conseguir eso, Ademuz, cuenta con #Ademuzconlos5Sentidos, proyecto que cuenta con una consolidada oferta de experiencias.

Los turistas pueden recorrer, acompañados de un guía local, varias rutas de la localidad en las que se les proporciona diferentes experiencias sensoriales, gusto, olfato, tacto... y se les ofrece una degustación de producto local, dando a conocer la gastronomía de Ademuz.



**#Ademuz
ConLos5Sentidos**

ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

Nuestra estrategia de segmentación será diferenciada, aunque es más laboriosa, creemos que es la mejor manera de llegar a un gran amplio número de personas de todas las edades, sin excluir a nadie por su sexo, raza o edad. El turista que queremos atraer a Ademuz debe de ser respetuosa con el medio ambiente, estar concienciado con el cambio climático, y que sepa apreciar el valor y calidad de nuestros productos locales.

- Por un lado, los **niños**, estableceremos una serie de juegos que sean lo más interactivos posibles utilizando herramientas online y offline. Queremos apostar por mostrar la cultura, la historia y la biodiversidad de Ademuz a través de juegos.

Principalmente queremos mostrarles una manera de vivir y sentir las experiencias, pero sobre todo, queremos que conozcan un modo de vida diferente a la rutina del núcleo urbano.

- Por otro lado, para los **adultos jóvenes y los adultos**, queremos mostrar las experiencias que ofrecemos, las rutas, los productos locales, la singularidad del lugar y la naturaleza y biodiversidad.

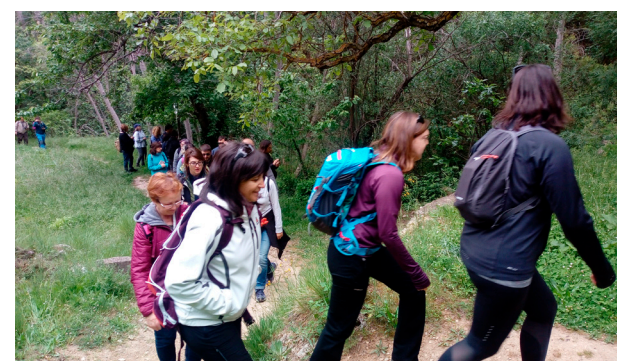
Para ello, realizaremos varios tipos de publicidad, mostrando las rutas para los más deportistas, los productos locales para aquellos que busquen un turismo gastronómico, la particularidad de Ademuz para los más curiosos y la naturaleza para aquellos que busquen respirar aire puro, escuchar el cantar de los pájaros o el recorrido del agua en su cauce.

Adaptaremos la publicidad a la estación/fechas concretas con la intención de desestacionalizar el turismo. Por ejemplo, en el mes de febrero y con motivo de San Valentín, realizaremos una publicidad más orientada hacia las parejas.

- Finalmente, estableceremos el último grupo, los **seniors**, que les mostraremos las experiencias pero desde el punto de vista de la tradición y seguridad. Actualmente los seniors son un grupo que se preocupa por la seguridad, siendo una de sus primeras prioridades cuando investigan acerca de un destino turístico.

También mostraremos la gastronomía y producto local que posee Ademuz, con el fin de que lo adquieran y lo compartan con sus allegados. Además, procuraremos que pasen una gran estancia en la localidad.

Promocionaremos los productos que ofrecemos para que los colectivos puedan venir tanto en grupos, asociaciones, familias o parejas.



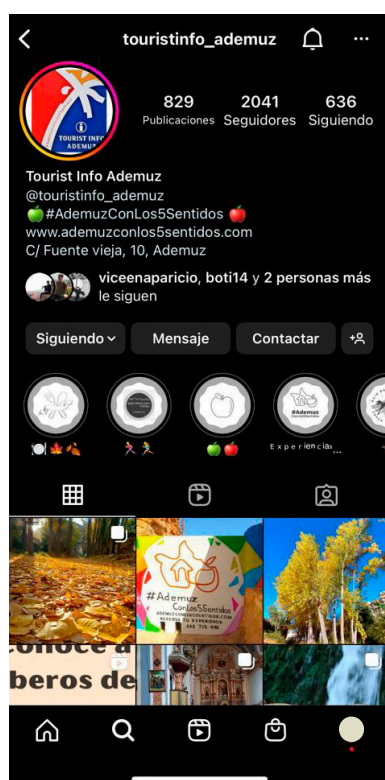
La estrategia funcional, o más conocida como las cuatro p del marketing digital, consta de cuatro variables, producto, precio, ventas y distribución y promoción y comunicación.

El producto que nosotros proporcionamos es un servicio que ofrece una experiencia única con la que puedes estar en contacto tanto con la naturaleza, como con la gastronomía y la cultura e historia de Ademuz.

El precio que tenemos establecido para las experiencias es de 5€, siendo gratuito para menores de 10 años.

La Tourist Info de Ademuz, se estableció en 2009 y está ubicada en el Molino de la Villa. Allí podrás hallar qué itinerario de ruta deseas hacer, dónde puedes disfrutar de la gastronomía o dónde obtener los productos locales, además de conocer si hay algún evento que se adapte a tus gustos y preferencias. Además puedes obtener toda la información en la página web www.ademuzconlos5sentidos.com o en sus redes sociales.

Ademuz cuenta con un guía local que podrá acompañarte en las rutas ofertadas, contactando con reserva previa a través del número de teléfono, vía WhatsApp, el correo electrónico o la propia página web mencionada en el apartado anterior.



En cuanto a la promoción y comunicación distinguiremos varios canales. Por un lado, tenemos los canales internos, y por otro lado, externos.

En los **canales internos**, nos centraremos en los habitantes de Ademuz así como los segundos residentes, de manera que compartan las características que nos hacen diferentes a través de sus redes sociales o simplemente con el boca a boca. Además contaremos con los comercios y hotelería, que podrán realizar promociones con la finalidad de aumentar los beneficios gracias al turismo.

En los **canales externos**, nos concentraremos en los visitantes potenciales, es decir, aquellos turistas que probablemente adquirirán alguno de nuestros servicios, pero aún no concretan la compra, aunque dependiendo de sus necesidades podrán convenirse en usuarios. Para atraer a este tipo de clientes, utilizaremos una estrategia mixta que combina las estrategias push y pull.

La estrategia push, se basa en llegar a un mayor número de usuarios, en ella podemos controlar el alcance de las campañas, se usa para obtener resultados a corto plazo. En esta estrategia utilizaremos herramientas como el SEM, anuncios en redes sociales y stands en ferias y exposiciones para darnos a conocer.

La estrategia pull, consiste en atraer al usuario el servicio, con el objetivo de posicionarnos para que el cliente pueda encontrarnos. Para poder desarrollar esta estrategia, utilizaremos la herramienta del SEO para posicionarnos en buen lugar en las búsquedas de Google, la generación de opiniones y recomendaciones, y el marketing de contenidos, es decir, que los contenidos ayuden al cliente a entender su necesidad y satisfacerla, por ello, utilizaremos preguntas retóricas.

Otro tipo de canales son los canales offline y online.

En los **canales offline**, encontraremos materiales impresos, como carteles o folletos, o incluso el boca a boca. En este aspecto, podemos destacar las impresiones de car-

teles promocionales o de eventos, y los folletos, como por ejemplo los que contienen los mapas de las rutas de Ademuz. También podemos destacar la participación en ferias o los eventos que creamos para dar a conocer nuestras experiencias.

Facilitemos la información de manera impresa a aquellas personas que no tengan acceso a las herramientas online o no se aclaren. Sin embargo, y siendo de primera opción apostamos por la digitalización para evitar el gasto de papel, siendo un municipio concienciado con la ecología e implantando los ODS.

Los **canales online**, son aquellos que hacen uso de Internet, como son las herramientas de SEO, SEM o Google Analytics, las páginas web o las redes sociales. Con este tipo de canal, queremos conseguir llegar a un mayor número de personas, incluso llegar a traspasar fronteras, ya que gracias a Internet podemos llegar a numerosos lugares del mundo en solo un clic.

Las nuevas tecnologías son cada vez más frecuentes en nuestros días, es por ello que debemos adaptarnos a ellas, además son una gran herramienta para favorecer la sostenibilidad. Tendremos campañas específicas en redes sociales y en la página web para promocionar tanto nuestras experiencias para cada target, como la promoción de eventos.

Nuestra estrategia de marketing se basará en atraer a personas de todas las edades, que sean cuidadosas con el medio ambiente, a través de medios digitales y medios analógicos.

CALENDARIO



Calendario con las festividades y eventos en Ademuz:

	TIPO	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
San Blas	Fiesta												
Carnaval	Fiesta												
Escarchón Trail	Evento												
Fiesta de la Hermandad	Fiesta												
San Vicente Ferrer y hogueras	Fiesta												
Rail ecuestre	Evento												
Jornadas gastronómicas (cuchara, lavanda, otoño...)	Evento												
Mes de la Lavanda	Evento												
Jornadas íberas	Evento												
Fiesta de los Quintos (pasacalles 8 diciembre)	Fiesta												
Canto de las Albadas (Nochebuena)	Fiesta												

Realizaremos encuestas tanto de manera online como offline, y la podrán rellenar los turistas y los residentes en Ademuz, consiguiendo de esta manera conocer la opinión de los lugareños como de aquellos que vienen a visitar la localidad. Estas encuestas nos facilitarán información para saber si los objetivos planteados han sido conseguidos. Además poseemos un buzón de quejas y sugerencias en la página web de ademuzconlos5sentidos.com

Utilizaremos las herramientas que nos ofrece Google como es el caso de Google Analytics con el propósito de ver a cuánta gente hemos llegado a través de Internet, incluidas técnicas de Big Data. Además del uso de estas herramientas, también haremos uso de las opciones que nos ofrecen las redes sociales para conocer qué tipo de personas han visto nuestras publicaciones, y cómo han llegado a nosotros.

Nos apoyaremos en los datos registrados de los turistas que asistan a la restauración y la hospedería de Ademuz, para conocer cuáles son sus necesidades, preferencias y gustos, para así reforzarlos o mejorarlos.