

# Plan Estratégico de Turismo de El Campello

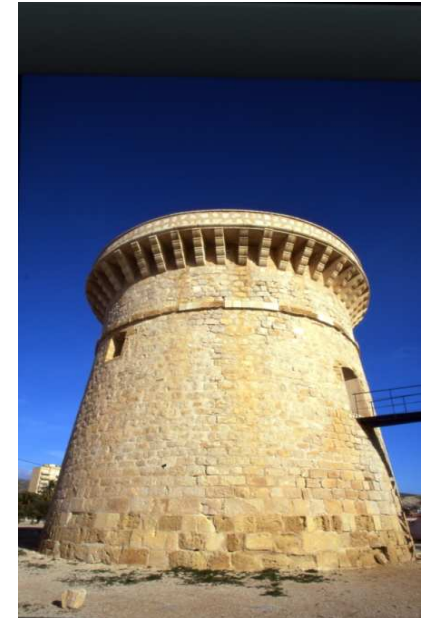
Sesión de presentación

Septiembre 2010



# Antecedentes

- Tres meses de trabajo
- Análisis de la información documentada referente a la ciudad en materia turística.
- 24 entrevistas con líderes de opinión (empresarios, agentes, técnicos, etc....) de la ciudad
- Mesa de contraste con actores del destino
- Análisis y evaluación de 20 recursos turísticos
- 50 Pruebas de consumo en establecimientos de alojamiento y de restauración.
- Redacción de plan



# Síntesis del diagnóstico

Ubicación

Recursos turísticos

Infraestructuras y servicios

Urbanismo

Oferta turística

Comercialización

Estructura turística



# Objetivos



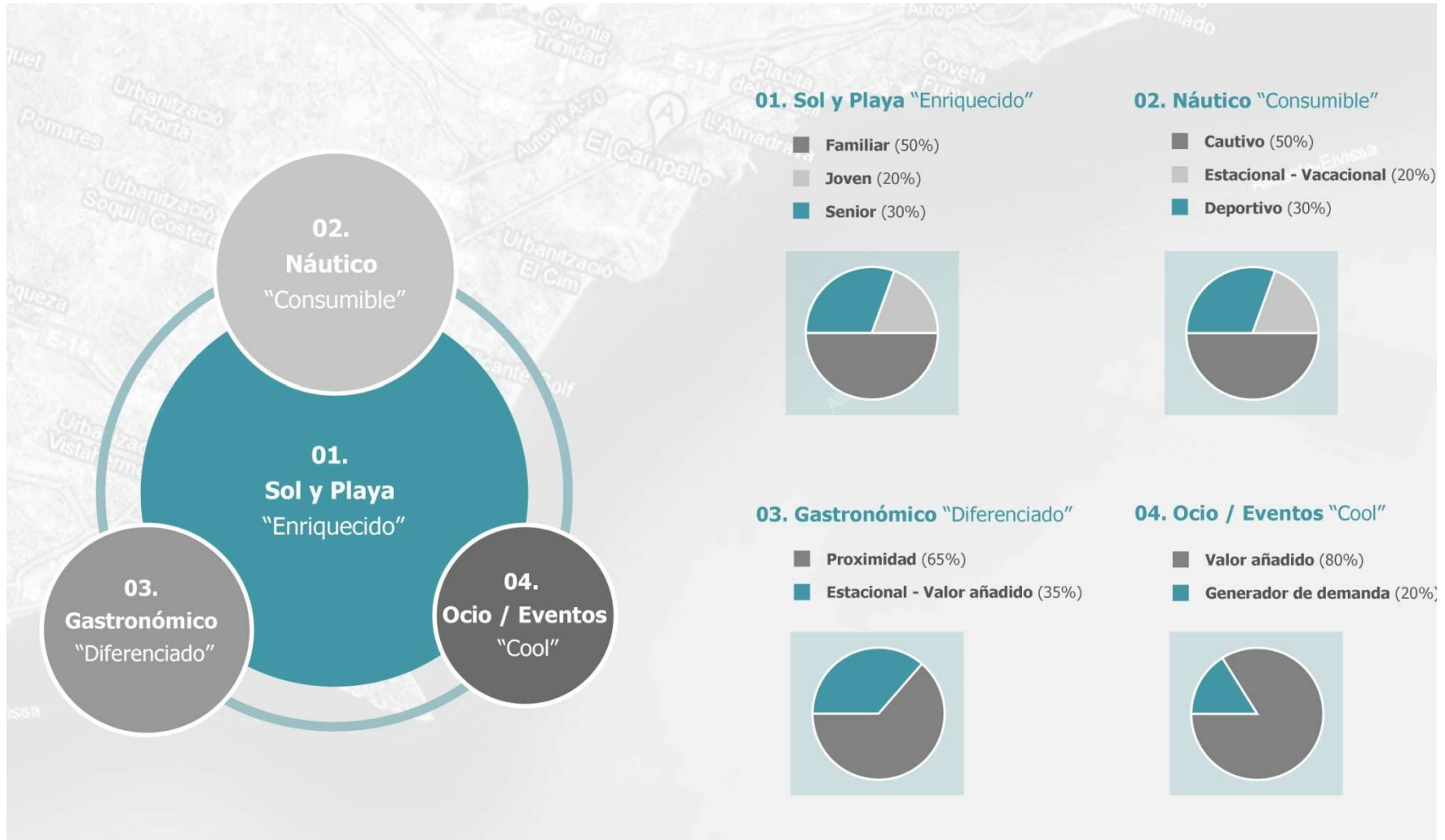
Posicionar el destino El Campello a través de la **cohesión de oferta/recursos** y la **optimización** de las acciones de **comunicación y comercialización** asegurando la puesta en mercado de **productos turísticos** capaces de permitir su consumo y de generar por ende demanda constantes y continuadas en sus mercados y públicos objetivo.

# Estrategias

- ❖ Gestión del cambio
- ❖ Sensibilización para obtener participación
- ❖ Puesta en valor del destino
- ❖ Cohesión destino-productos
- ❖ Comunicación para generar posicionamiento
- ❖ Impulso a la competitividad



# Principales productos a consolidar



# Mercados nacionales de origen preferente

## Madrid

Población total: 2.372.499  
 Joven: 747.095  
 Familiar: 1.168.654  
 Senior: 456.750

## Ontinyent

Población total: 27.122  
 Joven: 8.994  
 Familiar: 13.517  
 Senior: 4.611

## Elda

Población total: 39.340  
 Joven: 12.204  
 Familiar: 19.527  
 Senior: 7.609

## Yecla

Población total: 23.756  
 Joven: 8.327  
 Familiar: 11.874  
 Senior: 3.555

## Alicante

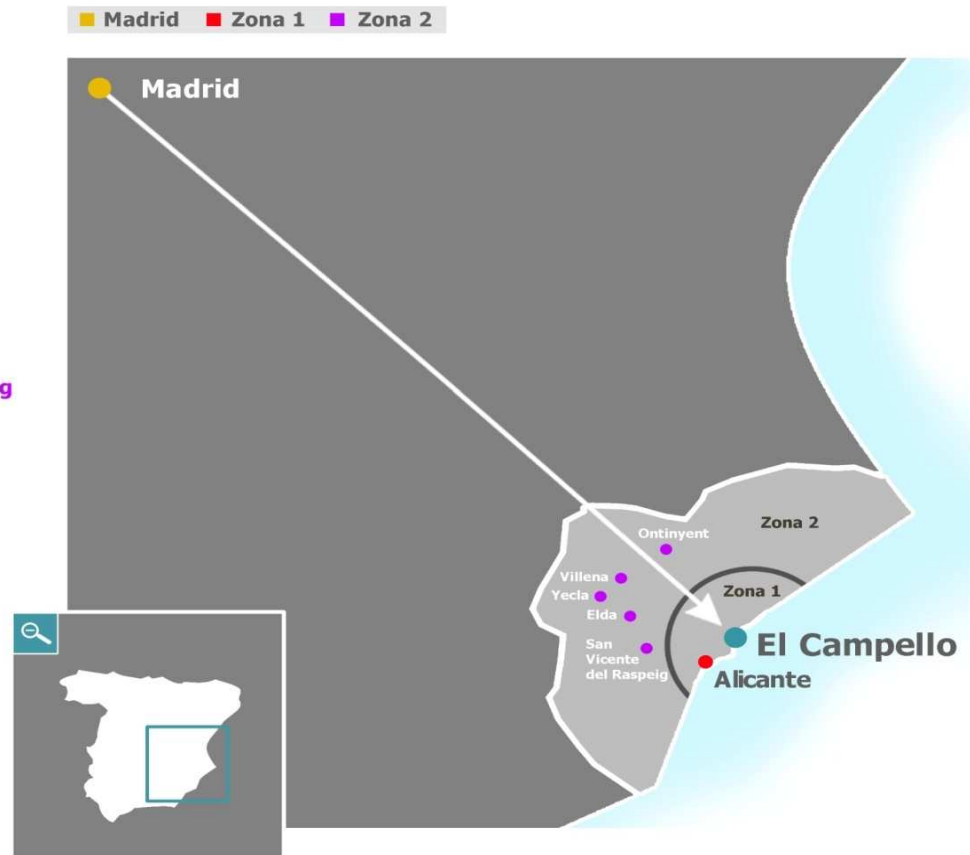
Población total: 240.944  
 Joven: 76.683  
 Familiar: 120.240  
 Senior: 44.021

## Villena

Población total: 24.638  
 Joven: 8.119  
 Familiar: 12.341  
 Senior: 4.178

## Sant Vicent del Raspeig

Población total: 38.460  
 Joven: 14.087  
 Familiar: 18.817  
 Senior: 5.556



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Joven: (20-34 años) Familiar (35-59 años) Senior:(60-74 años)

# Mercados exteriores de origen preferentes

## Mercados exteriores de origen preferentes

**1 Reino Unido**  
 Población total: 61.899.000  
 Joven: 12.133.000  
 Familiar: 21.015.000  
 Senior: 9.169.000

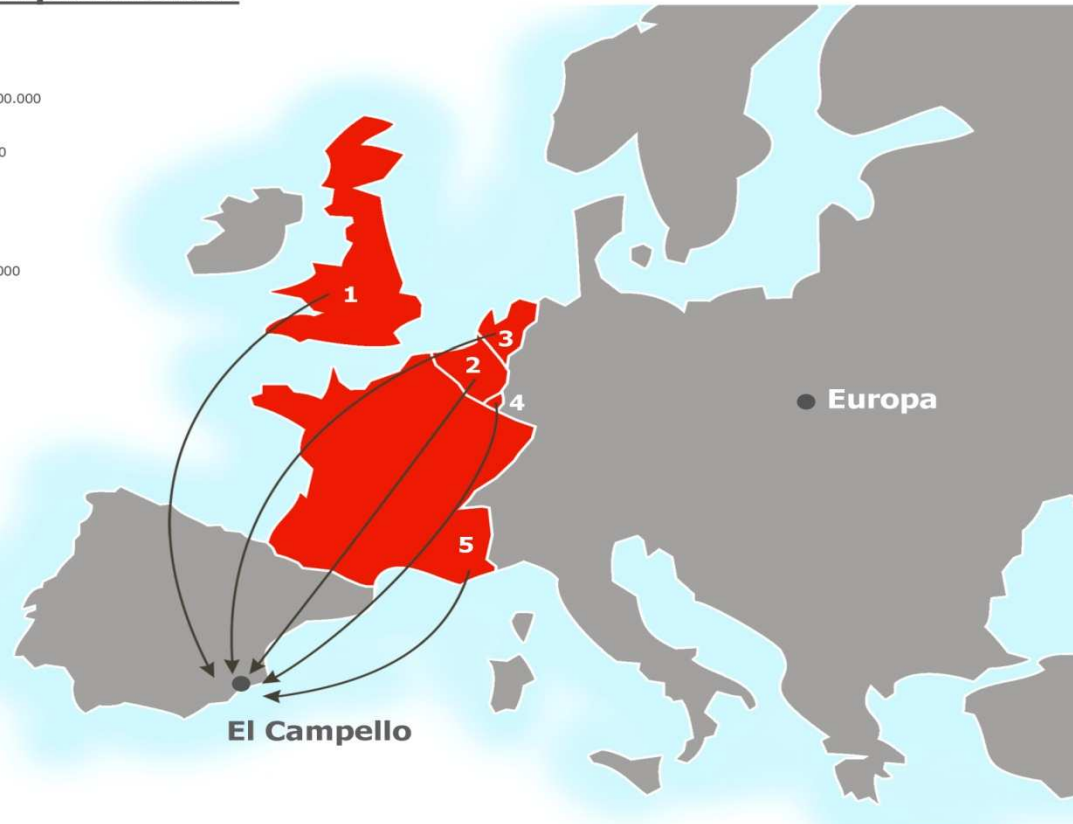
**2 Bélgica**  
 Población total: 10.700.000  
 Joven: 1.988.000  
 Familiar: 3.779.000  
 Senior: 1.559.000

**3 Países Bajos**  
 Población total: 16.653.000  
 Joven: 2.993.000  
 Familiar: 2.993.000  
 Senior: 2.503.000

**4 Luxemburgo**  
 Población total: 492.000  
 Joven: 95.000  
 Familiar: 185.000  
 Senior: 61.000

**5 Francia**  
 Población total: 62.634.000  
 Joven: 11.711.000  
 Familiar: 21.167.000  
 Senior: 8.858.000

**Total**  
 Población total: 152.378.000  
 Joven: 28.920.000  
 Familiar: 52.200.000  
 Senior: 22.150.000



Fuente: División de la Población del Departamento de Economía y Asuntos Sociales de la Secretaría de las Naciones Unidas

Joven: (20-34 años) Familiar (35-39 años) Senior:(60-74 años)



## 42 Actuaciones previstas

Programa  
marketing interno

Programa  
promoción y comercialización

Programa  
infraestructuras y servicios públicos

Programa  
Producto Sol y Playa

Programa  
Producto Náutico

Programa  
Producto Gastronómico

Programa  
Producto Ocio

## 42 Actuaciones previstas

### Programa de marketing interno



0. Creación de una mesa interna de trabajo para la definición del modelo de ciudad para El Campello.
1. Jornadas de sensibilización a agentes directa e indirectamente vinculados al desarrollo de la actividad turística en el destino.
2. Acción de formación y profesionalización turística de la oferta complementaria .
3. ***Plan de posicionamiento de marca y de conciencia turística dentro del propio destino - comunicación , señalización, etc.-***
4. Manual de venta del destino a futuros emprendedores turísticos e inversores, que incluya los lineamientos estratégicos del destino.

## 42 Actuaciones previstas

### Programa de infraestructuras y servicios públicos



5. Habilitación y acondicionamiento de zonas de aparcamiento temporales durante los picos de demanda y construcción de nuevas plazas de parking público con orientación turística.
6. ***Diseño y ejecución de un plan de señalización posicional e interpretativa que gire en torno a la marca del destino.***
7. Diseño y ejecución de un plan de señalización direccional turística
8. Plan de mejoras de acceso a las calas de la zona norte
9. Desarrollo de un plan de embellecimiento de El Campello que transmita su esencia como destino turístico.

## 42 Actuaciones previstas

### Programa de promoción y comercialización

10. Acciones de comunicación en la autovía y en la carretera nacional
11. Creación de un sitio web exclusivo de turismo
12. Plan de acciones en medios de comunicación y promoción turística conjunta El Campello – Alicante
13. Diseño y edición de folletos micro segmentados productos-mercados
14. Creación de videos cortos por productos y segmentos de mercado que faciliten la comunicación y comercialización del destino.
15. Fomento de la intermediación para la comercialización formal de apartamentos y chalets por medio de agencias locales.
- 16. Bono de fidelización de clientes que integre la oferta gastronómica con la de ocio, cultura y deporte existente en el destino.**
17. Campaña de Marketing sueña en El Campello
18. Mejora de los horarios de apertura y cierre de los servicios de información turística

## 42 Actuaciones previstas

### Programa de coordinación y gestión



#### **19. Creación de un ente mixto de gestión y comercialización turística de El Campello**

20. Establecer una línea de ayudas y/o reducción de impuestos a las inversiones en equipamiento e instalaciones destinadas a mejorar e incrementar la oferta básica y complementaria.
21. Puesta en marcha de un vivero de empresas turísticas que incremente la oferta complementaria existente en el destino.
22. Elaborar un dossier para emprendedores (que incluya la política de incentivos, créditos en condiciones especiales y los requisitos que deben cumplirse para obtener las habilitaciones y licencias municipales).
23. Creación de un plan de incentivos a propietarios que facilite la puesta en mercado legal de los alquileres turísticos.

## 42 Actuaciones previstas

### Programa de creación de productos turísticos

#### Producto Sol y Playa



- 24. Tematización, acondicionamiento y mejora del recurso playa**
- 25. Instalación con carácter permanente mobiliario para uso deportivo y recreativo en las playas.
- 26. Dotar de contenido y dinamizar el paseo marítimo
- 27. Zonificación y balizado de los espacios destinados a usos náuticos deportivos
- 28. Facilitar los accesos por carretera a las calas disponibles en la zona norte
- 29. Comunicación y comercialización del producto playa con valores añadidos

# 42 Actuaciones previstas

## Producto Náutico



30. Acondicionamiento turístico y revitalización del puerto deportivo, disminuyendo las barreras de acceso.
31. Orientación para la creación y adecuación de la oferta empresarial en clave turística
32. Comunicación y comercialización activa de la oferta vinculada
- 33. *Diseño de un programa de eventos deportivos vinculados al mar***
34. Fomento a la creación de nuevas propuestas para el turista como excursiones, pesca, navegación, etc.
35. Establecer espacios y facilitar las concesiones para la ubicación de empresas de turismo activo vinculado a la náutica y actividades recreativas-deportivas en la playa.

## 42 Actuaciones previstas

### Producto Gastronómico



#### **36. Creación de un club de producto gastronómico**

- 37. Conceptualización y ejecución de jornadas y eventos gastronómicos en el destino
- 38. Campaña comercial del Tram a la mesa
- 39. Facilitar y promover la instalación y el embellecimiento de Terrazas con mobiliario agradable que motiven el consumo en el destino.



# 42 Actuaciones previstas

## Producto Ocio

40. Creación y ejecución de un calendario de actividades y eventos destinado a los turistas
- 41. Definición de una estrategia de comercialización del producto ocio – cultural (festival de jazz, etc.)**
42. Habilitar zonas especiales para la instalación de empresas de ocio nocturno

