



## **MARKTURIST: MARKETING Y PROMOCIÓN DIGITAL PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

### **JUSTIFICACION.**

*El sector turístico en los espacios rurales ha demostrado tener un importante carácter estratégico en el desarrollo rural, y más concretamente, su valor como actividad económica diversificadora en el medio rural, implica un conjunto de actuaciones que asocian buena parte de las actividades económicas locales.*

*A la vez, contribuye a la creación de nuevas empresas con capacidad para generar empleos entre las mujeres y los jóvenes, principalmente.*

*La tendencia de la demanda obliga a establecer ofertas y destinos de turismo rural cada vez más competitivas que exigen actuaciones bien dimensionadas de definición de los destinos turísticos, de promoción y comercialización mediante una oferta variada en diferentes territorios, que preserve modelos comunes de calidad y prestaciones en puntos de acogida distintos.*

*De la misma manera, conviene señalar que la riqueza patrimonial y cultural constituye el principal recurso que estructurado puede convertir a los municipios rurales en verdaderos destinos, y por ende, convertirse en verdaderos polos de desarrollo turístico territorial.*

### **SOCIOS.**

1. Asociación Montañas del Teleno. León – Castilla y León.
2. GAL del Oriente de Asturias. Asturias.
3. Asociación Montes e Valles Orientales. Lugo – Galicia.
4. Asociación para el Desarrollo Comarcal Bureba, ADECO-BUREBA. Burgos – Castilla y León.
5. ADR Terras de Pontevedra Norte. Pontevedra – Galicia.

6. Sierra de la Demanda, AGALSA. Burgos – Castilla y León.
7. Asociación para el Desarrollo Económico y Rural Integral de Sayago, ADERISA. Zamora – Castilla y León.
8. ADRI. Ribera del Duero Burgales. Burgos – Castilla y León.
9. GDR Levante Almeriense y del Almanzora. Almería – Andalucía.
10. Asociación para el Desarrollo Rural de Avila, ADERAVI. Avila – Castilla y León.
11. ADRI Valladolid Norte. Valladolid - Castilla y León.
12. Associació Leader de Ponent. Lerida – Cataluña.
13. GAL Montaña de Riaño. León – Castilla y León.
14. La Asociación para el Desarrollo Rural y Económico de las Comarcas del Campo Charro, Alba de Tormes y Guijuelo, ADRECAG. Salamanca – Castilla y León.
15. Asociación para el Desarrollo de Aliste, Tábara y Alba, ADATA. Zamora – Castilla y León.
16. Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Rural de la Comarca Barco-Piedrahíta-Gredos, ASIDER. Avila – Castilla y León.
17. CEDER Alcarria Conquense. Cuenca – Castilla la Mancha.
18. Asociación para el Desarrollo Integral del Bajo Martín y Andorra-Sierra de Arcos. ADIBAMA. Teruel – Aragón.
19. Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Local de la Comarca de Santa María la Real de Nieva AIDESCO Campiña Segoviana. Segovia – Castilla y León.
20. Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Rural de la Zona de Sahagún – Sureste de León. ADESCAS. León – Castilla y León.
21. Asociación para el Desarrollo Rural, CAMPODER. Murcia.
22. Asociación para el Desarrollo Rural RUTA DEL MUDÉJAR. Valladolid – Castilla y León.

## **CC.AA.**

Asturias, Andalucía, Aragón, Castilla y León, Castilla la Mancha, Cataluña, Galicia y Murcia

## **OBJETIVOS PROYECTO.**

### **Objetivo General**

- Trabajar en un modelo de turismo de interior de carácter local, centrado en el turista nacional, sin despreciar al turista extranjero, y buscando un turista de calidad, un turista que potencialmente pueda gastar más y mejor, además de una diversificación en la oferta, y todo ello con el enfoque del ecoturismo, el turismo de naturaleza y el respeto al medio ambiente.

### **Objetivos específicos**

- Impulso turístico local poniendo en marcha actuaciones que asocien buena parte de las actividades económicas locales y contribuyan a la creación de nuevas empresas con capacidad para generar empleos entre las mujeres y los jóvenes, principalmente.
- Consolidar una estructura de trabajo en red común que integre a promotores y a asociaciones locales, capaz de autogestionarse y lograr un funcionamiento autónomo.
- Desarrollar un esquema conjunto entre los diferentes empresarios turísticos de los territorios para mejorar su competitividad, tanto de la

oferta turística, en general, como de los servicios e iniciativas incluidos en las redes locales.

- Desarrollar sinergias a escala local entre el sector turístico y el resto de sectores económicos de los municipios.
- Lograr una máxima adaptación de la oferta turística local a los elementos propios de la bioeconomía sostenible.
- Desarrollo de intercambio de experiencias entre los municipios participantes en el proyecto en el desarrollo turístico local.

## **ACCIONES COMUNES.**

- Preparación de candidatura. Contenido de los convenios (proyecto, convenio, tramitación de la documentación de cada socio, adaptación a la necesidad de cada CC.AA).
- Coordinación. Función GAL coordinador.
- Promoción y difusión del proyecto. Logotipo, folleto, etc.
- Página web promocional de los municipios rurales incluidos en el proyecto.
- Creación de red de intercambio de experiencias entre los GAL participantes y sus correspondientes municipios.
- Creación de la imagen de marca común del proyecto identificativa.
- Definición de modelo común de intervención en el desarrollo turístico local.
- Elaboración de manual de desarrollo de destinos turísticos a escala local para municipios rurales propio para la gestión de las administraciones locales.
- Material promocional del proyecto. Catálogo de municipios participantes en el proyecto en formato digital y papel.
- Participación agrupada en alguna feria temática.
- Seminario final.
- Evaluación del proyecto de cooperación.

## **ACCIONES INDIVIDUALES.**

- Selección de dos municipios por territorio participante para la implementación del modelo de desarrollo turístico local.
- Formación a escala local para la mejora de la competitividad de la oferta local: alojamiento, restauración y actividades complementarias.
- Acciones propias promocionales.
- Material promocional individual.

