

TORRENT >27

PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO 25-27

RESUMEN EJECUTIVO



AJUNTAMENT
TORRENT

Diputació
de València | VALÈNCIA
TURISME

AMUNDSEN
turismo inteligente



AJUNTAMENT
Torrent

proceso de trabajo
objetivos y ejes estratégicos
diseño de productos
segmentación de mercados
plan de acción Torrent >27
hoja de ruta

¿CUÁL HA SIDO EL PROCESO DE TRABAJO?



01 DIAGNÓSTICO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA

1.1 ANÁLISIS DEL TERRITORIO

1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LOS RECURSOS TURÍSTICOS

1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA ESTRUCTURA TURÍSTICA

1.4 ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD TURÍSTICA

1.5 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

02 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

2.1 IDENTIFICACIÓN MODELO PRODUCTO

2.2 ANÁLISIS POSICIONAMIENTO

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO Y LA DEMANDA

03 PLAN OPERATIVO

3.1 OBJETIVOS

3.2 EJES ESTRATÉGICOS Y PROGRAMAS

3.3 PLAN DE ACCIÓN > 25/27

3.4 CUADRO DE ACCIONES

3.5 FICHAS DE ACTUACIONES

EJECUCIÓN DE
ACTUACIONES

2025-2027

AJUNTAMENT DE TORRENT / LISTADO ASOCIACIONES / WEB INSTITUCIONAL / FOLLETOS TURÍSTICOS / REDES SOCIALES FUNDACIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL DE TORRENT: WEB MANCOMUNITAT INTERMUNICIPAL DE L'HORTA SUD: WEB JUNTA LOCAL FALLERA TORRENT / GUIAS Y FOLLETOS TURÍSTICOS // DIPUTACIÓN DE VALÈNCIA: WEB / GUÍAS Y FOLLETOS TURÍSTICOS // TURISME COMUNITAT VALENCIANA: REGISTRO DE EMPRESAS / PUBLICACIÓN OFERTA TURÍSTICA MUNICIPAL Y COMARCAL DE LA COMUNITAT VALENCIAN 2023 / PUBLICACIÓN EL TURISMO EN LA COMUNITAT VALENCIANA 2023 / PUBLICACIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2020-2025 / PUBLICACIÓN PLAN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA ESPACIO VALENCIA, ENTORNO METROPOLITANO Y LITORAL // CONSELLERIA DE MEDIO AMBIENTE, INFRAESTRUCTURAS Y TERRITORIO MEDIO NATURAL: RED DE INFORMACIÓN AMBIENTAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (INAM) / RED DE ESPACIOS PROTEGIDOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA / RED NATURA 2000 / MICRORESERVAS DE FLORA // INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADÍSTICA FICHAS MUNICIPALES INSTITUTO CARTOGRÁFICO VALENCIANO // FEDERACIÓ D'ESPORTS DE MUNTANYA I ESCALADA DE LA COMUNITAT VALENCIANA // INVENTARIO GENERAL DEL PATRIMONI CULTURAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA (IGP) Y OTROS: ARQUEOLOGÍA / ETNOLOGÍA / INMATERIAL / MUEBLES / ARQUITECTURA / CAMPANAS // GOBIERNO DE ESPAÑA: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA // ENTREVISTAS / VISITAS DE CAMPO // WEB FUNDACIÓN HORTA SUD: WEB SEMANA SANTA TORRENT

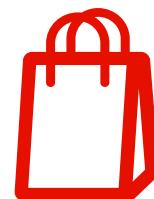




87.295
HABITANTES (+ POBLACIÓN
SEGUNDA RESIDENCIA)



117/28
EMPRESAS DE RESTAURACIÓN /
EMPRESAS DE ALOJAMIENTO
TURÍSTICO (DATOS DE REGISTRO).
ESPECIALIZACIÓN GASTRONOMÍA
VALENCIANA (ROSSEJAT)



1.829
EMPRESAS DE COMERCIO,
TRANSPORTE Y HOSTELERÍA



1
MUSEO COMARCAL
PROMOCIÓN Y AGENTE
DINAMIZADOR DEL DESTINO



MASA VERDE MÁS
PRÓXIMA A VALENCIA

TURISMO
RESIDENCIAL Y DE
PRÁCTICA
DEPORTIVA

14

ESPACIOS NATURALES
(+ IMPORTANTE P.N
S.PERENXISA),

5

BIENES DE
INTERÉS CULTURAL
(BIC) 1 SINGULAR
(TORRE DE TORRENT)

2

FIESTAS DE
INTERÉS TURÍSTICO.
CALENDARIO ANUAL
ACTIVIDADES

13

RUTAS
NATURALES

73

BIENES
PATRIMONIALES DE
RELEVANCIA LOCAL

4

EMPRESAS
CHOCOLATERAS

¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS A CONSEGUIR?



TORRENT: Destino turístico del área metropolitana de Valencia

5 OBJETIVOS

3 EJES

1. Dinamizar la **ACTIVIDAD TURÍSTICA**

2. Posicionar el **DESTINO**
y **CONSOLIDAR** su **IDENTIDAD TURÍSTICA**

3. Ofrecer nuevos **SERVICIOS** y **EQUIPAMIENTOS** de
calidad para el visitante

4. Reforzar la **GESTIÓN TURÍSTICA**

5. Compromiso con un **DESARROLLO SOSTENIBLE**

E
S
T
R
U
C
T
U
R
A
C
I
Ó
N

C
O
M
U
N
I
C
A
C
I
ÓN
Y
Ó
N

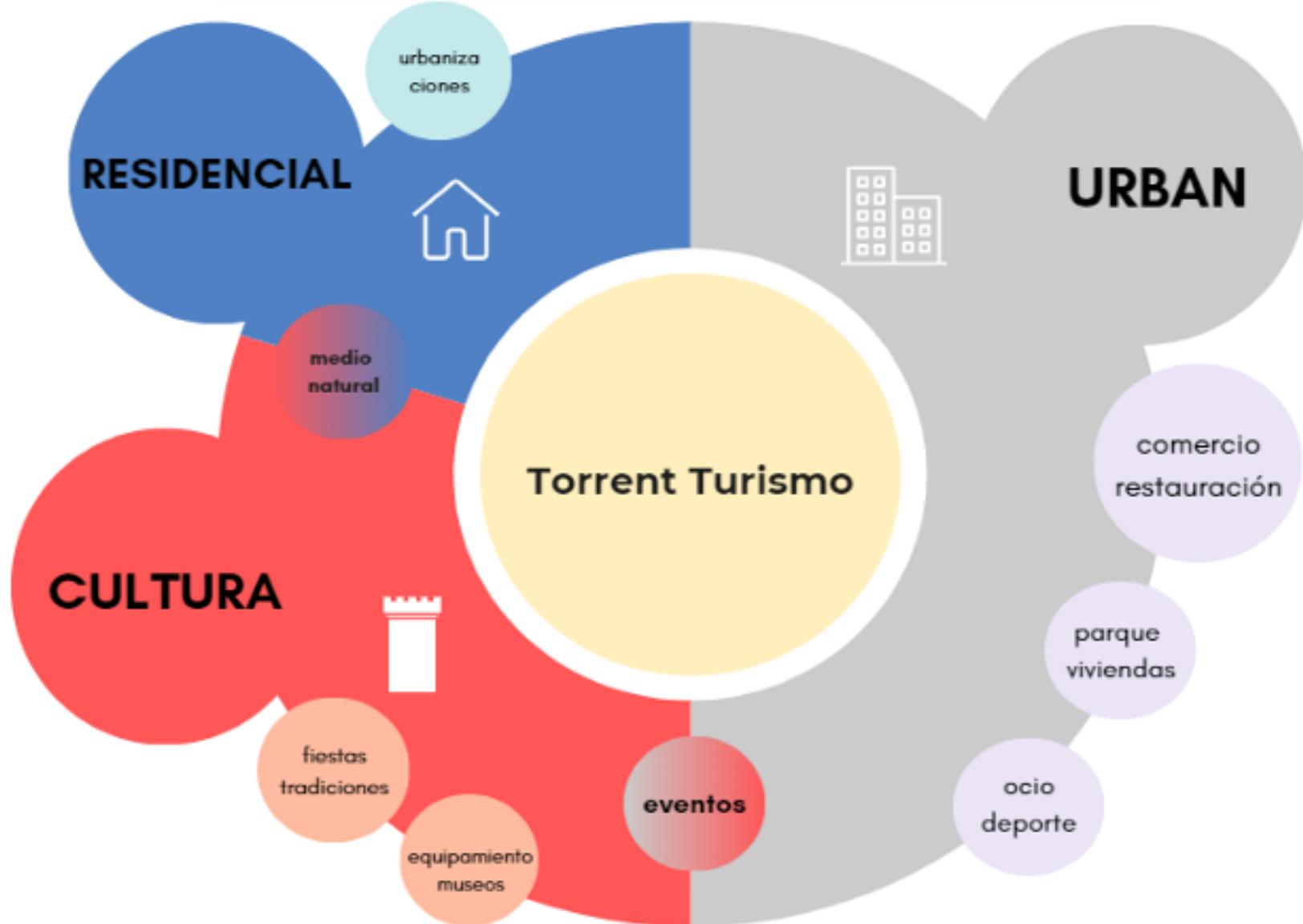
G
E
S
T
I
Ó
N / C
O
N
T
R
O
L

¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS A IMPULSAR?



MODELO TURÍSTICO

PRODUCTOS







TORRENT > 27

PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO 25-27

**¿CUÁL ES EL
PLAN DE ACCIÓN?**

25 acciones





Lc1 ESTRUCTURACIÓN PRODUCTO

25	26	27			
1	2	1	2	1	2

- | | | | | | | |
|----|--|----|--|--|--|--|
| 01 | PUESTA EN VALOR PATRIMONIO: TORRE Y ENTORNO | A+ | | | | |
| 02 | DESARROLLO TURISMO URBEX | | | | | |
| 03 | REHABILITACIÓN Y MANTENIMIENTO DE RECURSOS | A+ | | | | |
| 04 | ESTRUCTURACIÓN RUTAS GUIADAS Y EVENTOS | A+ | | | | |
| 05 | HABILITACIÓN DE ÁREA DE PERNOCATA Y ESTACIONAMIENTO DE AUTOCARAVANAS | | | | | |
| 06 | IMPULSO USO EQUIPAMIENTO CULTURAL | | | | | |
| 07 | POSICIONAMIENTO DEL CHOCOLATE COMO RECURSO TURÍSTICO | | | | | |
| 08 | MANTENIMIENTO Y PUESTA EN VALOR DEL MEDIO NATURAL | A+ | | | | |
| 09 | REFUERZO FIESTAS Y EVENTOS | A+ | | | | |
| 10 | ALINEACIÓN ENTRE SOPORTES: SEÑALIZACIÓN-WEB-FOLLETOS | | | | | |



Lc2 COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

	25		26		27	
	1	2	1	2	1	2

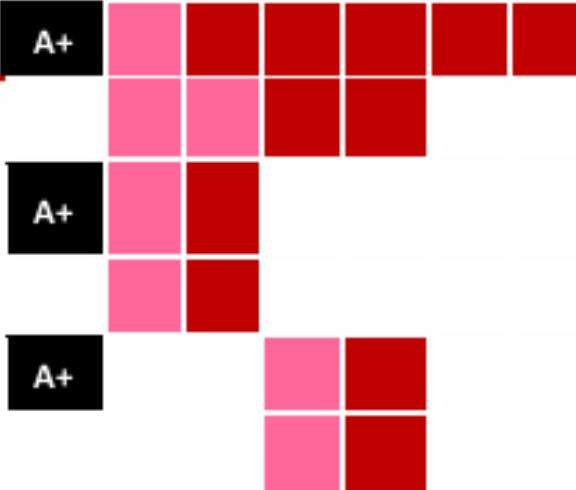




Lc3 SISTEMA DE GESTIÓN

		25	26	27
	1	2	1	2

- 01 DOTACIÓN MEDIOS PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA
- 02 APERTURA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
- 03 FORMACIÓN COMISIÓN INTERDEPARTAMENTAL DE TURISMO
- 04 CONSTITUCIÓN CONSEJO DE TURISMO
- 05 SOLICITUD MUNICIPIO TURÍSTICO DE LA CV
- 06 REFUERZO RED DE MOVILIDAD SOSTENIBLE





TORRENT > 27 |

PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO 25-27

**¿CUÁL ES LA
HOJA DE RUTA
PARA EL FUTURO?**

TORRENT >27

PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO 25-27



AJUNTAMENT
TORRENT

DV | Diputació
de València | VALÈNCIA
TURISME

AMUNDSEN
turismo inteligente