Inés Casanova Marzá (1 de 2)
Técnico de Turismo
Fecha Firma: 25/10/2022
HASH: 89ccc02212a85bfde58b094e512fb22557

Pilar Escuder Molión (2 de 2)
Presidenta
Fecha Firma: 25/10/2022
HASH: 54221191111e2e3e1e103df6cd3bdd3a92

PLAN TURÍSTICO OPERATIVO CASTELLÓ 2022-2025

Ajuntament de Castelló

CASTELLÓ turismo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 1 de 31

ÍNDICE

01 Introducción

02 Diagnóstico estratégico.
Tendencias mercado

- Castelló, destino turístico
- Matriz DAFO

03 Modelo de desarrollo turístico

Planificación estratégica

- Meta final
- Objetivos de desarrollo turístico
- Estrategia de productos

04 Líneas estratégicas

- Actuaciones
- Modelo de ejecución
- Actuaciones por líneas estratégicas

05 Control y seguimiento del plan

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 2 de 31

INTRODUCCIÓN

La situación actual ha cambiado nuestra manera de viajar y de entender el turismo, de igual modo que el resto de los aspectos de nuestras vidas. Si bien afrontamos una temporada crítica como ninguna otra desde el nacimiento de una industria turística en nuestro país, este no va a ser un año sin turismo.

El presente Plan Turístico Operativo, es una apuesta por el análisis de estos cambios con el fin de lograr la mayor adaptación posible del sector a esta nueva realidad.
En esta coyuntura la idea de destino seguro, accesible, sostenible y familiar, está destinada a convertirse en eje estratégico para cualquiera. Convertir nuestros hoteles, alojamientos, actividades y propuestas en lugares donde el turista se sienta como en casa es sido algo vital.

El perfil del turista ha cambiado. Son muchos los españoles que optan por el turismo nacional, dejando a un lado los viajes de larga distancia. Encontramos la oportunidad de captar a nuevos clientes y un cambio de perspectiva en el horizonte turístico.

Este turista regional o nacional, opta en mayor medida que años anteriores por alojamientos rurales y viviendas secundarias, así como el turismo de proximidad. Su desplazamiento se producirá mayoritariamente con vehículo propio, buscando sol y playa, naturaleza o cultura.

Las estancias hoteleras, siguen siendo la primera opción recuperando cifras pre-pandemia, pero seguida muy de cerca por los apartamentos turísticos, cuya modalidad ha experimientado un elevado crecimiento.
Así pues, el éxito dependerá en gran parte de la capacidad del sector y de la administración para vincular a Castelló como una nueva marca que refleje productos ligados al bienestar, deporte, naturaleza, gastronomía y experiencias. Todos ellos conceptos alineados con la la accesibilidad universal y la sostenibilidad en destino.

El reto ante el cual nos hallamos es de gran envergadura, pero no insuperable para un sector dinámico y dispuesto a transformarse en los años que se avecinan. Debemos actualizarnos, ponernos al día y pensar en futuro, pensar en estos cambios. Muchos llegan para quedarse. Debemos pues, la actividad turística se regirá por nuevos parámetros de sostenibilidad, bienestar y proximidad.

Siendo capaces de asumirlos hoy, estaremos mejor preparados para el mañana.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 3 de 31

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO: OFERTA, DEMANDA

El sector turístico, fundamental para la economía española, se caracteriza entre otras muchas características propias, por su ininterrumpido crecimiento año a año, aunque bien es cierto que, en ocasiones ha sufrido crisis provocadas por diferentes motivos.En todas las ocasiones, la historia lo demuestra, la fortaleza y resistencia de este sector le han hecho renacer y reinventarse para seguir siendo uno de los principales motores de la economía a nivel mundial, para el desarrollo de los pueblos y las relaciones humanas.
A continuación, se resumen brevemente las principales tendencias que han marcado el sector en los últimos tiempos.

Microsegmentación:
La demanda y la forma de consumir el ocio se segmentan y se especializan enormemente. Por este motivo la oferta se ve obligada a adaptarse a las necesidades de segmentos cada vez más especializados y exigentes.

Comportamiento multi-motivacional:
Los turistas no tienen un único comportamiento. Las mismas personas se proyectan más y mayores propuestas para realizar en su viaje.

Incremento del concepto experiencia:
La tendencia actual muestra que cada vez son más los viajeros que hacen turismo en diferentes momentos del año. No se trata de ir a un destino concreto y una vez allí verlo todo, sino de escoger propuestas concretas que aporten experiencia. El producto turístico cada vez menos se percibe como el consumo de una serie de servicios de interés cultural, deportivo... y pasa a tener un concepto que exige un conjunto de actividades dinámicas e interrelacionadas con el entorno; turismo experiencial. El alojamiento y los establecmientos de ocio y restauración, forman parte fundamental de la dicha experiencia turística.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 4 de 31

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO: OFERTA, DEMANDA

Crecimiento del turismo gastronómico:
Los viajes basados en la gastronomía están experimentado un ascenso alto en las motivaciones para viajar: tours gastronómicos o rutas vinícolas suelen ser los más habituales. Los viajeros se han convertido en expertos gourmets y buscan ampliar su experiencia en este campo, informándose en todos los destinos del plato típico o los mejores restaurantes. Además, el presupuesto económico destinado a la gastronomía es un componente básico y fundamental en cualquier viaje. Representa una parte considerable del gasto diario.

Decisión de compra:
A la hora de tomar la decisión de "*a dónde viajar*", el canal on-line continúa en escalda ocupando el primer puesto de manera casi inalcanzable por los canales off-line. Los turistas utilizan internet para informarse previamente de la oferta de los destinos, así como para consultar durante su estancia.

Destinos recomendados:
El boca a oreja y las redes sociales en un sector como el turístico, donde habitualmente una de las fuentes principales de información son los amigos o compañeros de trabajo... las críticas y comentarios de los usuarios en redes sociales son fundamentales a la hora de aceptar de buen agrado una recomendación.

Mayor uso de internet en detrimento de las agencias de viajes:
Existe una tendencia bastante generalizada de adquirir por un lado el transporte y por otro el alojamiento en los casos de compra directa on line. Solo en la compra de paquetes turísticos las agencias de viajes lo gestionan todo a la vez.

Antes de realizar una reserva:
En estos tiempos de la híper-información, antes de realizar el viaje, el turista se informa de aquellas actividades que desea hacer en el destino. Consulta internet y diseña su propio itinerario. Planifica y organiza su tiempo de hacer turismo.

Paisaje, hospitalidad, alojamiento y lugares con encanto, son los aspectos más valorados en los destinos de los viajeros nacionales. En el caso del turista internacional; estos factores son sustituidos por la climatología, el ocio nocturno y la proximidad al mar.

Escapadas cortas e intensas:
Controlar el gasto no supone renunciar a los placeres del viajero. Los viajes en tiempo reducido son cortos pero intensos. En la mayoría de los casos se opta por una sola pernoctación y el transporte suele ser el propio vehículo. Normalmente los residentes en grandes ciudades optan por escapadas al campo o la playa y los ciudadanos de ambientes rurales prefieren hacer sus escapadas a las grandes urbes.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 5 de 31

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO: OFERTA, DEMANDA

Viajes que superan los quince días. Los turistas se desplazan a lugares exóticos y lejanos. En ocasiones se fundamentan en celebraciones señalas: aniversarios, bodas... o incluso motivos laborales pero, en todos ellos prima la búsqueda de desconexión total de la rutina.
A mediados del mes de marzo de 2020, en el Estado Español se empiezan a tomar medidas drásticas en relación a la crisis sanitaria a nivel mundial del Coronavirus COVID-19.

El fin de las restricciones a causa de la Covid-19, ha supuesto en esta temporada un aumento de la confianza y las ganas por viajar, haciendo que el sector crezca a un ritmo acelerado. La posibilidad de volver a viajar con normalidad, se refleja también en el aumento de la estancia media del turista: -de 6,3 días, sube a un 7,3- además de crecer el gasto medio por turista en este 2022 en un 15%.

Según el último Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, las llegadas de turistas internacionales casi se triplicaron de enero a julio de 2022 (+172%) en comparación con el mismo periodo de 2021, lo cual significa que el sector se situó casi al 60% de los niveles anteriores a la pandemia.
También se registró un sólido comportamiento en el tráfico aéreo internacional de pasajeros, con un aumento del 234% en enero-julio de 2022 (un 45% por debajo de los niveles de 2019) y una recuperación que lo situó en julio al 70% del nivel de tráfico anterior a la pandemia, según la IATA.

Las tendencias turísticas de este año 2022 lo encabeza la sostenibilidad, que se posiciona cada vez más como uno de los argumentos en lo que basan los consumidores sus decisiones a la hora de organizar un viaje, según datos del GWI (Global Web Index).

Por tanto, desde 2022 la recuperación del sector irá mejorando cada año. De hecho, el WTTC prevé que, entre 2022 y 2032, la contribución del sector turístico a la economía global crezca a una tasa anual promedio de 5.8%, más del doble del promedio del 2.7% estimado para la economía mundial.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 6 de 31

CASTELLÓ, DESTINO TURÍSTICO

CASTELLÓ ES DESTINO SEGURO

La trayectoria turística de la ciudad ha estado siempre marcada por la calidad, preocupados en todo momento por fortalecer cimientos para un turismo sostenible. Actualmente Castelló cuenta con infraestructuras que lo convierten en un turismo no masificado. Además, las características propias de su enclave y su clima; favorecen la desestacionalización.

CASTELLÓ ES DESTINO CÓMODO

Las circunstancias de la ciudad, la convierten en un destino confortable: fácil acceso y comunicaciones internas de transporte público, en bicicleta o andando relacionadas entre sí de modo eficiente. De tal forma que, se convierte en un núcleo urbano muy desarrollado y atractivo, por la facilidad de movimiento entre barrios, costa y montaña.

CASTELLÓ ES DESTINO SOCIAL

Gracias a la variedad de oferta turística y a la fusión de comodidad en los desplazamientos internos, a experiencias turísticas clasificadas y a ser un turismo no masificado y sostenible, convierten a Castelló en un turismo rentable; preocupado por aportar valor con precios asequibles y acuñando el concepto de ciudad social; con entornos saludables 100%, rutas, transportes y alojamientos bajo el mismo prisma de la accesibilidad.

CASTELLÓ ES DESTINO ACCESIBLE

construcción de una ciudad igualitaria e inclusiva que pueda dar respuesta a los desafíos ligados a los cambios demográficos y a las necesidades de las personas.

CASTELLÓ ES DESTINO SOSTENIBLE

Castelló quiere consolidarse como destino sostenible con una oferta integral que contemple el litoral y el casco urbano.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 7 de 31

MATRIZ DAFO

DEBILIDADES

- Falta de concienciación turística por parte de los ciudadanos de Castelló de la Plana.
- Desarrollo en proceso de productos turísticos más allá de sol y playa.
- Escasas infraestructuras verdes.
- Insuficiente desarrollo de la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en las empresas del sector.
- La profesionalización del sector es un requisito ineludible para el desarrollo del turismo.
- Dependencia excesiva del turismo nacional.
- Oferta inexistente de hoteles de categoría 5 estrellas.
- Déficit de infraestructuras y servicios urbanos, por falta de adecuación a la nueva realidad de Castelló y la demanda turística.

AMENAZAS

- Crisis sanitaria, social y económica de la actual situación mundial.
- Incremento del desempleo a nivel nacional y la desconfianza a viajar.
- Elevado coste mantenimiento recursos.
- Competencia destinos litoral, destinos tradicionales y los emergentes. Aparición de nuevos destinos en el horizonte turístico.
- Saturación del mercado.
- La complejidad del marco normativo y su falta de actualización.
- Actual desaceleración en picado de la economía española.
- Mentalidad de resistencia al cambio y al fomento de la innovación en el sector turístico y hostelero.

FORTALEZAS

- Playas de calidad: banderas azules, facilidad de acceso,
- Aceptación generalizada de la importancia de la participación de sociedad civil, administraciones y sector privado en la producción de ciudad sostenible.
- Bienestar climático. Capacidad de atraer y desestacionalizar Turismo.
- Amplia oferta cultural y patrimonial.
- Buena relación calidad-precio de la oferta del destino.
- Revisión de los instrumentos de ordenación urbanística para un desarrollo más sostenible y equilibrado.
- Nueva marca turística de Castelló.
- Ciudad bien comunicada, lo que permiten el desarrollo de importantes enclaves de actividad para el desarrollo económico.
- Condición de ciudad compacta, de tamaño medio.

OPORTUNIDADES

- Nuevas tecnologías
- Turismo no masificado
- Programas de ayudas y fondos autonómicos, nacionales y europeos para promover un desarrollo urbano equilibrado, sostenible e integrado.
- Potenciar la relación con el aeropuerto de la provincia.
- El área de Turismo como dinamizador de la actividad socioeconómica en Castelló.
- Posicionamiento estratégico
- Apostar y difundir proyectos comunes, integradores como por ejemplo comunicar bajo la marca Mediterráneo.
- Están surgiendo nuevos perfiles de viajeros, a la vez que se están produciendo cambios en los perfiles más tradicionales.
- Ampliación de la red de alta velocidad a nivel nacional.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 8 de 31

MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

META

El objetivo principal del plan turístico de Castelló, es marcar el rumbo a seguir por los distintos gestores del destino para posicionar Castelló como una de las primeras opciones elegibles para ser destino vacacional a nivel nacional, mediante el fomento y creación de productos específicos; proyectando una imagen de destino seguro, cómodo, social, sostenible y accesible para todos.

N.º 01 — **MARCA**

Posicionar la marca turística Castelló, tanto en el ámbito nacional como internacional.

N.º 02 — **FIDELIZACIÓN**

Incrementar el grado de satisfacción y fidelización de visitantes, así como de residentes.

N.º 03 — **INNOVACIÓN**

Lograr un municipio con mejor calidad de vida y una gestión más eficiente, sostenible y moderna de los recursos y servicios públicos.

N.º 04 — **GASTRONOMÍA**

Convertir Castelló como un destino de referencia gastronómica.

N.º 05 — **SOSTENIBILIDAD**

Proyecto integral por fases centrado en la conectividad y la movilidad sostenible en torno a vías verdes, paseos marítimos y parque urbanos.

N.º 05 — **ACCESIBILIDAD**

Construcción de una ciudad igualitaria e inclusiva que pueda dar respuesta a los desafíos ligados a los cambios demográficos y a las necesidades de las personas atendiendo a diversidad funcional, social, cultural o económica.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 9 de 31

OBJETIVOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

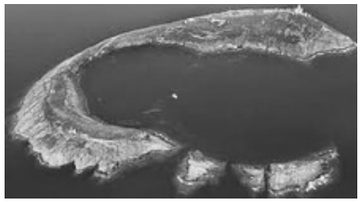
Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resilencia.	Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular	Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible.
Conectividad y la movilidad sostenible en torno a vías verdes, paseos marítimos y parque urbanos.	Incrementar la actividad turística y su rentabilidad.	Mejorar e implantar el posicionamiento de la marca turística Castelló.
Mejorar la competitividad y el desarrollo turístico sostenible frente a destinos consolidados.	Diversificar la oferta turística impulsando los productos turísticos de los que dispone el destino.	Fomentar el turismo más accesible y sostenible minimizando los impactos generados por los visitantes.
Reducir la exclusión social y desigualdades, mejorar la accesibilidad universal y dinamizar la economía social.	Creación e implementación de un plan de marketing digital adaptado al destino y a la situación actual.	Avanzar hacia la gestión inteligente del destino Castelló
Lograr un municipio con mejor calidad de vida y una gestión más eficiente, sostenible y moderna de los recursos y servicios públicos.	Impulsar la diversificación económica y favorecer la creación de empleo cualificado.	Fomentar el turismo más accesible sensibilizando a las empresas y gestores del destino con acciones de comunicación y formativas.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 10 de 31

ESTRATEGIA DE PRODUCTOS

La nueva marca de Castelló Turismo refleja los siete productos turísticos que la ciudad ofrece: gastronomía, naturaleza, experiencias, congresos, bienestar, fiestas y deportes.

Castelló Gastronómico: Se dispone de una ciudad rica en matices gastronómicos por su riqueza natural y de sus tierras que permiten disfrutar durante todo el año de gran variedad de producto. Los arroces son uno de los platos típicos, carnes, pescados y cómo no, la huerta son una seña de identidad de la cultura culinaria de Castelló, así como su "Arrocito de Castelló".

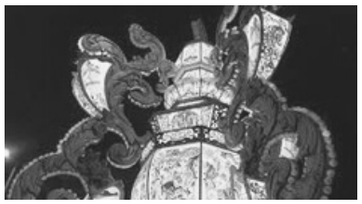


Castelló naturaleza: Castelló cuenta, a pocos kilómetros de su centro urbano, con parajes naturales inigualables, donde se aprecia la flora y fauna más características de los ecosistemas mediterráneos: El entorno natural del Castell Vell, a los pies del Desierto de las Palmas, las Islas Columbretes y sus fondos marinos, El Molí de la Font y la huerta valenciana, la marjalería y kilómetros de playas bañados por el mar Mediterráneo

Castelló experiencias: el viaje gira en torno a la experiencia y lo que pueda sentir el viajero cuando realiza actividades en la ciudad de Castelló. Estos packs experiencias, también sirven para potenciar el turismo de escapada, más propio de un perfil viajero. Favorece además, la desestacionalización del turismo, como Escala a Castelló: un evento de formato familiar reconocido por la Unesco.

Castelló congresos: El motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. Este tipo de turismo se divide en varias categorías: congresos, convenciones, viajes de incentivo, ferias y exposiciones de diversa índole.

Castelló bienestar: La búsqueda de la felicidad y la satisfacción es un camino que recorremos todos los días y la calidad de vida es un factor determinante para poder alcanzarlo. Castelló de la Plana, por su situación geográfica, su clima y la composición urbanística unido a su gente, la convierten en una ciudad muy confortable tanto para los autóctonos que viven día a día, como para los foráneos que recorren sus calles y parajes haciendo turismo.



Castelló fiestas: Hacer referencia a fiesta en Castelló, no es solo hablar de La Magdalena; declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional, donde se conmemora el origen fundacional de la ciudad. En la ciudad tienen lugar una gran variedad de actos festivos que otorgan un ambiente lúdico que invita a ciudadanos y turistas a formar parte de ellas.

Castelló deportes: Muchos años avalan ya a Castelló como ciudad íntimamente ligada al deporte, con acontecimientos deportivos con carácter nacional como internacional. Deportes por tierra, mar y aire.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 11 de 31

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE TRABAJO

- PRODUCTO
- MARKETING ONLINE
- INFORMACIÓN
- GOBERNANZA TURÍSTICA
- SOSTENIBILIDAD
- INTELIGENCIA TURÍSTICA
- ACCESIBILIDAD
- INNOVACIÓN

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 12 de 31

ACTUACIONES

Las líneas de acción sobre las que se va a trabajar para la dinamización de la ciudad de Castelló de la Plana, van acordes a las líneas estratégicas establecidas.
El sistema de actuaciones se presenta mediante fichas, las cuales se construyen de la siguente forma:

- Título
- Objetivo
- Acciones
- Presupuesto
- Marco temporal

En cuanto a la parte de presupuesto, se establecen unos costes de ejecución aproximados.

COSTES DE EJECUCIÓN	€
BAJO	€ 0 - 6.000
MEDIO	€ 6.001 - 15.000
ALTO	€ + 15.001

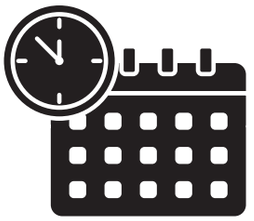
Respecto al marco temporal de las acciones, su implantación en el tiempo se define de la siguiente manera:

MARCO TEMPORAL	DESCRIPCIÓN
INMINENTE	Puesta en marcha de la acción y base para las posteriores acciones. Los 6 primeros meses desde el impulso del plan operativo.
CORTO PLAZO	Marco temporal de 6 meses a 12meses, que se extienden a lo largo de todo el 2023.
MEDIO PLAZO	Corresponde a las acciones que se realizarán con una duración de 24 meses y conformarna la base de constitución del plan.
LARGO PLAZO	A partir de 24 meses y que se van gestando desde el lanzamiento hasta el año 2025, siendo este último año, el momento adecuado para la revisión del mismo.

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 13 de 31

ACTUACIONES

MARCO TEMPORAL



INMINENTES

Arranque del plan.
6 meses
(de junio a
diciembre 2022)

CORTO PLAZO

Lanzamiento del plan.
12 meses
2023

MEDIO PLAZO

Lanzamiento del plan.
24 meses
2023 - 2024

LARGO PLAZO

Desrrollo del plan.
36 meses
2025

REVISIÓN Y ORIENTACIÓN DEL PLAN

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 14 de 31

MODELO DE EJECUCIÓN

NÚMERO	ACCIÓN	MARCO TEMPORAL	PRESUPUESTO
1	Revalorización del patrimonio cultural y natural	Largo plazo	Medio
2	Plan de mejora de las rutas cicloturísticas	Corto plazo	Bajo
3	Fomento del turismo gastronómico	Medio Plazo	Medio
4	Difusión y puesta en valor de la Ruta de la Cerámica de Castelló	Corto plazo	Bajo
5	Mejorar la experiencia turística Escala a Castelló	Corto plazo	Bajo
6	Mejora de la accesibilidad turística integral en destino	Medio plazo	Alto
7	Plan de accesibilidad universal de Castelló	Largo Plazo	Alto
8	Fomento y posicionamiento de marca	Largo plazo	Medio
9	Impulso de soportes online del destino	Medio plazo	Medio
10	Actualización y cambio de imagen de la web turística	Inminente	Bajo
11	Implementación y puesta en marcha del proyecto DTI-CV	Largo plazo	Medio
12	Actualización del Plan Estratégico de Castelló	Corte plazo	Medio
13	Plan de mejora de la calidad en destino	Medio plazo	Medio
14	Fomento de acciones de sensibilización en playas	Inminente	Bajo
15	Promoción de modos sostenibles de movilidad urbana	Largo plazo	Alto

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 15 de 31

MODELO DE EJECUCIÓN

NÚMERO	ACCIÓN	MARCO TEMPORAL	PRESUPUESTO
16	Definición y puesta en marcha del "Plan de Turismo Sostenible de Castelló"	Largo plazo	Alto
17	Creación de un observatorio turístico	Largo plazo	Medio
18	Gemelo digital	Largo plazo	Alto
19	Mejora formativa del capital humano del sevtor turismo	Largo plazo	Medio
20	Transformación digital urbana	Largo plazo	Alto
21	Certificación de calidad en oficina de información turística	Corto plazo	Bajo
22	Sensorización en destino	Medio plazo	Alto

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 16 de 31

ACTUACIONES POR LÍNEAS ESTRATÉGICAS.

PRODUCTO

Proponer actuaciones dirigidas a los distintos productos turísticos que, refuercen y mejores la experiencia de destino, para cualquier tipo de usuario: ya sean residentes cómo turistas.

1. REVALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL

Objetivo: aprovechar los recursos intangibles de la ciudad de Castelló para su beneficio turístico.

Acciones:

1. Eventos con puesta en valor de ermitas y producto local.
2. Programa de visitas guiadas: visitas de "Esencia Castelló" y teatralizadas según temática y estacionalidad.
3. Establecer un programa de rutas senderistas por el término y parajes de Castelló

Presupuesto: medio

Marco temporal: medio plazo

2. PLAN DE MEJORA DE LAS RUTAS CICLOTURÍSTICAS POR EL TÉRMINO MUNICIPAL DE CASTELLÓ

Objetivo: dar a conocer las rutas cicloturísticas de ámbito municipal y/o modificar y ampliar con nuevos itinerarios.

Acciones:

1. Revisión de rutas actuales
2. Actualización e inclusión de nuevos itinerarios por el municipio
3. Rediseño y maquetación si fuera necesario
4. Difusión en medios y redes sociales para dar a conocer su contenido

Presupuesto: bajo

Marco temporal: corto plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 17 de 31

3. FOMENTO DEL TURISMO GASTRONÓMICO

Objetivo: posicionar el destino Castelló como foco gastronómico nacional.

Acciones:

1. Jornadas gastronómicas y congresos en colaboración con asociaciones y/o agrupaciones empresariales.
2. Difusión y fomento de la plataforma gastronómica Gastrelló.
3. Inserción del municipio en el Club de Producto "Ruta de Sabor".

Presupuesto: medio

Marco temporal: medio plazo

4. DIFUSIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LA RUTA DE LA CERÁMICA DE CASTELLÓ

Objetivo: dar a conocer las ruta cerámica de Castelló, primera ciudad española en incorporarse al itinerario europeo.

Acciones:

1. Revisión de la ruta actual
2. Actualización y programación de fechas de realización
3. Difusión en medios y redes sociales para dar a conocer su contenido

Presupuesto: bajo

Marco temporal: corto plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 18 de 31

PRODUCTO

5. MEJORAR LA EXPERIENCIA TURÍSTICA ESCALA A CASTELLÓ

Objetivo: difusión e internacionalización del evento Escala a Castelló

Acciones:

1. Mejorar el posicionamiento y conocimiento del evento Escala a Castelló
2. Fomentar la sostenibilidad y trabajar los ODS
3. Aumentar el ROI de comercios y establecimientos de la ciudad de Castelló. así como las pernoctaciones en establecimientos hoteleros.

Presupuesto: bajo

Marco temporal: corto plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 19 de 31

ACCESIBILIDAD

Castelló entiende la accesibilidad como algo transversal y global. No limitado al espacio físico, sino extendido, y palpable también, en los servicios que se ofertan a la ciudadanía, en el ocio, el acceso al empleo, la educación, la práctica deportiva, los procesos de participación pública, etc.

6. MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD TURÍSTICA INTEGRAL EN DESTINO

Objetivo: impulsar, promover y mantener el sello Q de calidad turística. Facilitar el acceso y los servicios de playa a personas con movilidad reducida.

Acciones:

1. Mejora y adecuación de accesibilidad en playas
2. Señalización turística inclusiva en playas y material turístico. Revisión y mejora.
3. Actividades de sensibilización en playas.
4. Promoción y reconocimiento de la accesibilidad en playas. Sello Bandera Azul, Playas Accesibles.
5. Promoción del turismo accesible en el destino

Presupuesto: alto

Marco temporal: medio plazo

7. PLAN DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE CASTELLÓ

Objetivo: El objetivo del Plan es blindar un acceso igualitario de la población a todas y cada una de estas esferas, y tender de este modo puentes para salvar las brechas físicas, digitales y culturales existentes, blindando así -y reforzando- los derechos ciudadanía.

Acciones:

1. Contar con datos cuantitativos y cualitativos con carácter dinámico y transparente, de la realidad social de Castelló.
2. Accesibilidad al entorno construido y espacios públicos
3. Identificar los itinerarios principales que vinculan las áreas clave de la vida social, administrativa, económica y cultural de la ciudad y ha evaluado hasta qué punto son accesibles para personas con movilidad reducida y necesidades especiales.
4. Mejorar las condiciones de aceras e implementar tecnologías de soporte, enfocándose en el primer itinerario principal que cruza la ciudad de este a oeste, conectando la Universidad, el centro de la ciudad, el Grau, el Planetario y la playa..

Presupuesto: alto

Marco temporal: largo plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 20 de 31

MARKETING ONLINE

Promoción de la marca turística Castelló, así como del destino, a través de distintos medios y canales de información,

8. FOMENTO Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Objetivo: ya creada una marca específica para Castelló Turismo, pasamos a actualizar soportes y material informativo.

Acciones:

1. Estudio de las distintas aplicaciones de la nueva marca.
2. Actualización de soportes con la aplicación de la nueva marca.
3. Concienzación y uso de la nueva imagen.
4. Publicidad y posicionamiento de marca en buscadores

Presupuesto: medio

Marco temporal: largo plazo

9. IMPULSO DE LOS SOPORTES ONLINE DEL DESTINO

Objetivo: reforzar la promoción y comercialización de la marca y el destino Castelló. Desplazar el peso de la comunicación, apostando por la estrategia online.

Acciones:

1. Creación de campañas en RRSS para dar a conocer el destino Castelló en territorio nacional e internacional, así como eventos y acciones concretas
2. Diagnóstico de los resultados obtenidos y realización de un informe de penetración por provincias.
3. Aprovechar y crear sinergias con las nuevas conexiones del aeropuerto de Castellón, para crear campañas específicas segmentadas.

Presupuesto: medio

Marco temporal: medio plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 21 de 31

10. ACTUALIZACIÓN Y CAMBIO DE IMAGEN DE LA WEB WWW.CASTELLONTURISMO.COM

Objetivo: vivimos tiempos de cambios y la web, debe evolucionar a la par con contenidos e imágenes atractivas y que generen un deseo de visitar nuestra ciudad.

Acciones:

1. Adaptación de la nueva marca en la web, así como en todas sus páginas y contenidos.
2. Trabajar el contenido para que ayude a los usuarios a poder organizar su viaje en cada una de las fases.
3. Mejorar el posicionamiento web y hacer de esta el marco de referencia para el tráfico generado en todos los canales online.

Presupuesto: medio

Marco temporal: inminente

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 22 de 31

GOBERNANZA TURÍSTICA

La gobernanza es un factor importante para crear destinos innovadores, mejorando la gestión turística del mismo.

11. IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO "DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES DE LA C.V."

Objetivo: poner en marcha el modelo de gestión de Destino Turístico Inteligente para la ciudad de Castelló de la Plana, en el marco de DTI de la Comunidad Valenciana. Valorar la situación actual y ver en qué fase se encuentra la ciudad.

Acciones:

1. Firma del Convenio de Colaboración
2. Autodiagnóstico inicial
3. Creación del plan DTI e implementación del modelo.
4. Certificación
5. Activación de la Smart Office
6. Desarrollo de un sistema de indicadores en clave DTI

Presupuesto: medio

Marco temporal: largo plazo

12. ACTUALIZACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DE CASTELLÓ

Objetivo: actualización del plan existente con una estratégia turística explícita que sirva de guía para la gestión turística de la ciudad.

Acciones:

1. Colaboración público-privada
2. Integración del plan con el modelo DTI
3. Sistema de control y seguimiento del plan. Activación de una mesa de seguimiento del Plan Estratégico.
4. Disposición del plan en la web turística del destino Castelló

Presupuesto: medio

Marco temporal: corto plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 23 de 31

13. PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD EN DESTINO

Objetivo: seguimiento mediante indicadores del grado de implantación de la gestión de la calidad por parte de las empresas y el propio destino, así como el grado de satisfacción del cliente turístico

Acciones:

1. Auditoría interna con carácter anual.
2. Planes de formación adaptados a las empresas (presenciales-online).
3. ATIS (Auditorías Técnicas Internas del Sistema) enfocadas a las empresas.
4. Mejorar la competitividad del destino y del empleo, vinculando al turismo.
5. Encuesta para medir la satisfacción de los visitantes gestionada en las oficinas de información y empresas turísticas.

Presupuesto: medio

Marco temporal: largo plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 24 de 31

SOSTENIBILIDAD

Castelló quiere consolidarse como destino turístico sostenible, brindando una oferta integral durante todo el año, que incluya tanto el casco urbano, como el litoral, el espacio natural y el espacio rural, fomentando el conocimiento de sus activos culturales, patrimoniales y paisajísticos, pero a la vez protegiendo los recursos naturales que lo sostienen, respetando e involucrando a la ciudadanía.

14. FOMENTO DE ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN EN PLAYAS

Objetivo: crear y difundir acciones de sensibilización medioambiental, tanto para visitantes como para residentes.

Acciones:

1. Playas sin humo
2. Actividades infantiles y talleres de sensibilización mediomabiental

Presupuesto: bajo

Marco temporal: corto plazo

15. PROMOCIÓN DE MODOS SOSTENIBLES DE MOVILIDAD URBANA

Objetivo: crear y difundir acciones de sensibilización medioambiental, tanto para visitantes como para residentes.

Acciones:

1. Entrelazar la movilidad peatonal con la ciclista y la rodada.
2. Impulsar tanto los recorridos peatonales como el uso de la bicicleta.
3. Aumentar el uso de la tecnología y la conectividad para crear conciencia de opciones multimodales o de la variedad de rutas disponibles según cada modo de transporte.
4. Guía para la definición y despliegue de una red de Hubs de Movilidad.
5. Diseño e implementación de un proyecto piloto de un Hub de Movilidad.
6. Programa de embajadores/facilitadores para los pasajeros del Hub de Movilidad.

Presupuesto: alto

Marco temporal: largo plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 25 de 31

16. DEFINICIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL "PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE DE CASTELLÓ"

Objetivo: Un proyecto integral por fases centrado en la conectividad y la movilidad sostenible en torno a vías verdes, paseos marítimos y parque urbanos. Avanzar hacia la gestión inteligente del turismo y consolidar Castelló como destino turístico sostenible.

Acciones:

1. Remodelación del Paseo Marítimo /Avda. Ferrandis Salvador. Ampliar zonas peatonales y mejorar las infraestructuras públicas.
2. Restauración y puesta en valor de las Rutas del Agua de Castelló. Restaurar la potencialidad de la Marjaleria, poner en valor su riqueza medioambiental y cambiar la cultura del agua a través de un recorrido que enlaza los diferentes puntos de interés ambiental, paisajístico, etnológico y cultural existentes.
3. Definición de un circuito cultural turístico en el Centro Histórico de Castelló que incorpore tecnologías digitales como la realidad virtual y aumentada para fortalecer la experiencia del visitante, a la vez que impulse la conservación y mejora de los bienes culturales y patrimoniales existentes. Su objetivo es impulsar el turismo cultural.
4. Consolidación de eventos turísticos.
5. Proyectos para favorecer la conexión playa-ciudad-montaña.
6. Constitución de un equipo impulsor.
7. Puesta en marcha del “Plan de turismo sostenible en destino Castelló 2023-2025”.

Presupuesto: alto

Marco temporal: largo plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 26 de 31

INTELIGENCIA

El éxito en la gestión de un destino depende en gran parte de la gestión de la información, ya que la calidad del proceso de toma de decisiones se encuentra condicionado por la calidad de la información que tenemos

17. CREACIÓN DE UN OBSERVATORIO TURÍSTICO

Objetivo: compartir información y datos relevantes del sector

Acciones:

1. Creación de un observatorio turístico online, en la web turística del destino Castelló.
2. Publicación de estudios, resultados de encuestas y material relevante para el sector.

Presupuesto: medio

Marco temporal: largo plazo

18. GEMELO DIGITAL

Gemelo Digital es una réplica virtual de los principales elementos de la ciudad, de su realidad física (procesos, elementos construidos, lugares o entornos, sistemas o dispositivos) conectadas a bases de datos y sensores. La unión de los modelos de información de edificios, el moldeado de las ciudades y los datos generados a partir de múltiples fuentes permiten desarrollar ciudades gemelas digitales.

Objetivo: Este modelo de ciudad, y sus procesos, permite analizar, modelar, simular y predecir escenarios o elaborar supuestos para una mejor toma de decisiones sobre planificación y gestión urbana, en múltiples dominios, y de forma integrada, asistiendo así al Ayuntamiento en la toma de decisiones a nivel estratégico y operativo.

Acciones:

1. Disponer de una plataforma de simulación y modelización urbana modular y escalable de diferentes sectores (energía, agua, residuos, etc.) garantizando su posterior interpolación.
2. Creación y gestión de un repositorio bases de datos estáticos.
3. Despliegue de red de sensores urbanos para la captación de datos en tiempo real.
4. Desarrollo de un proyecto piloto de gemelo digital (GD) para la ciudad.
5. Generación de una hoja de ruta para la expansión y replicación del GD de la ciudad de Castelló.

Presupuesto: alto

Marco temporal: largo plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 27 de 31

INNOVACIÓN

Se busca aplicar innovación en los ámbitos de la planificación y gestión de destinos, no sólo con una visión tecnológica, sino de una nueva gobernanza. Este proceso de transformación incluye dotar a la ciudad de infraestructuras y actuaciones que impulsen la transición tecnológica de los sectores económicos de la ciudad, así como fomentar el emprendimiento de base tecnológica, contribuyendo así a diversificar la economía local.

19. MEJORA FORMATIVA DEL CAPITAL HUMANO DEL SECTOR TURÍSTICO.

Objetivo: sector turístico formado y más competitivo.

Acciones:

1. Estudio y diagnóstico de las necesidades formativas.
2. Creación plan formativo adecuado y acorde al sector turístico de Castelló
3. Propuesta y calendarización de actividades y cursos formativos.
4. Realización, seguimiento y evaluación de las acciones.
5. Estudio de resultados y diagnostico de nuevas necesidades sectoriales.

Presupuesto: medio

Marco temporal: largo plazo

20. TRANSFORMACIÓN DIGITAL URBANA

Ayuntamiento quiere seguir avanzando hacia un modelo de ciudad inteligente e innovador. Para ello, se introducirán y adaptarán nuevas tecnologías disruptivas como la Inteligencia Artificial, el Big Data, el Internet of Things o el Blockchain para optimizar y simplificar los procesos internos y adaptarlos a las nuevas necesidades de la gestión electrónica. También se facilitarán nuevos servicios a la ciudadanía, permitiendo la automatización de trámites y la personalización de servicios.

Objetivo: sector turístico formado y más competitivo.

Acciones:

1. Lograr la digitalización de los procesos internos para fomentar un cambio en la forma de trabajar.
2. Mejorar la capacidad tecnológica del personal técnico municipal.
3. Definición e implementación de la Hoja de Ruta para la transformación digital del Ayuntamiento. Digitalización de los puestos de trabajo.
4. Programa de capacitación tecnológica y mentorización en tecnologías digitales para los equipos técnicos municipales.
5. Programa de formación y fomento de uso de la administración electrónica del Ayuntamiento para la ciudadanía.
6. Plan para la transformación tecnológica (sensibilización y capacitación) dirigido a los sectores económicos locales: comercio, mercados, actividad turística, etc.

Presupuesto: alto

Marco temporal: largo plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 28 de 31

INFORMACIÓN

21. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD EN LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CASTELLÓ CENTRO.

Objetivo: impulsar, promover y mantener el sello Q de calidad turística.

Acciones:

1. Auditoria Q de Calidad en Oficina de Turismo de Castellón, sita en Plaza de la Hierba para el seguimiento del reconocimiento obtenido el pasado año.
2. Seguimiento anual de calidad

Presupuesto: bajo

Marco temporal: corto plazo

22. SENSORIZACIÓN EN DESTINO

Objetivo: fomentar el uso y promoción de la nuevas tecnologías como recurso de difusión y conocimiento de destino.

Acciones:

1. Mejora y actualización del panel dinámico de información turísticay adquisición de nuevos soportes.
2. Ampliación y difusión del uso de la tecnología NFC en las Playas de Castelló, mediante el uso de pulseras identificativas para menores.
3. Gestión e implementación de software específico para oficinas de turismo

Presupuesto: alto

Marco temporal: medio plazo

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 29 de 31

CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

El seguimiento del plan se realizará de acuerdo a la creación de un cuadro de mando integral.
El Cuadro de Mando Integral (CMI) es una herramienta que brinda información acerca del grado de cumplimiento de los objetivos, a través de la medición de unos indicadores.
Los indicadores que hemos seleccionado, son los siguientes:

01 INDICADORES INPUT

Los que valoran las acciones realizadas y el presupuesto invertido. Es decir, controlar las acciones que realmente se ejecutan están en consonancia con las planificadas. Se evalúa la actividad a través de dos tipos de indicadores:

- Actividades
- Presupuesto

02 INDICADORES OUTPUT

A través de estos indicadores valoramos que las acciones realizadas han logrado los resultados relacionados con ellas.

- Número de usuarios o consumidores en actividades o acciones
- Numero de impactos
- Valor publicitario equivalente
- Nivel de satisfacción de la actividad o acción realizada

03 INDICADORES OUTCOME

Se trata del impacto final en el sistema y su relación con los objetivos marcados previamente por el Patronato Municipal de Turismo de Castelló. Así pues, los indicadores seleccionados, son los siguientes

- Aumento del número de pernoctaciones
- Aumento del gasto medio diario
- Aumento en el número de visitas a las oficinas de turismo
- Aumento de la cuota de llegadas fuera del periodo considerado
- Aumento de la cuota de llegada de mercados procedentes del grupo alto, pertenecientes al grupo de mercado potencial

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 30 de 31

PATRONATO MUNICIPAL
DE TURISMO DE CASTELLÓ

www.castellonturismo.com

patronato.turismo@castello.es

Cód. Validación: 3QH2N545FTDCR7242CEJNHEM9 | Verificación: https://sede-turismo.castello.es/
Documento firmado electrónicamente desde la plataforma esPublico Gestiona | Página 31 de 31