



# Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente **2021-2023** Marco Estratégico y Plan Director DTI



Miembro colaborador de  Red DTI  
Red de Destinos Turísticos Inteligentes

## Índice

1. Marco Estratégico de Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente	3
1.1. Fundamentos de la Estrategia Turística de Oropesa del Mar.	4
1.2. Visión y Modelo de desarrollo turístico.	9
1.3. Objetivos Estratégicos	12
1.4. Estrategias de Desarrollo Turístico	13
2. Líneas Estratégicas de desarrollo turístico de Oropesa del Mar 2021-2023.	19
1.1. Gobernanza	19
1.2. Competitividad Turística	20
1.3. Desarrollo de Productos Turísticos	20
1.4. Promoción y comercialización	21
3. Plan Director DTI de Oropesa del Mar (2021-2023)	22
Actuaciones L1- Gobernanza	24
L1.1 Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar	25
L1.2 Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayto. de Oropesa del Mar	27
L1.3 Definición y creación de la estructura de gestión del Plan Directo DTI de Oropesa del Mar	29
L1.4 Programa de Integración y coordinación del sector turístico de Oropesa del Mar	31
L1.5 Programa de Sensibilización Turística de la población residente en Oropesa del Mar	33
L1.6 Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía.	35
L1.7. Elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar	37
L1.8. Impulso a la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar.	39
L1.9 Diseño y desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística de Oropesa del Mar	41
Actuaciones L2. Competitividad turística	43
L2.1 Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar	44
L2.2 Información Turística Inteligente - Chatbot	46
L2.3 Programa de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar	48
L2.4 Programa de Embellecimiento Urbano del Casco Histórico de Oropesa del Mar	50
L2.5 Programa de Formación sectorial	52
L2.6 Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar - INNOVAtur	54

---

Actuaciones L3. Desarrollo de productos turísticos	56
L3.1 Diseño y desarrollo de experiencias turísticas	57
L3.2 Impulso del producto gastronómico de Oropesa del Mar	60
L3.3 Aprovechamiento turístico de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar	62
L3.4 Mejora de la puesta en valor turístico de los recursos naturales de Oropesa del Mar	64
L3.5 Impulso el Turismo Náutico	66
L3.6 Desarrollo del producto de Turismo de Reuniones e Incentivos	69
L3.7 Oropesa del Mar, destino BikeFriendly – Incorporación a la Red Eurovelo.	72
L3.8 Impulso del turismo deportivo en Oropesa del Mar.	74
Actuaciones L4- Promoción y comercialización	76
L4.1 Adecuación de la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar	77
L4.2 Plan de Marketing Turístico Online de Oropesa del Mar	79
L4.3 Gestión de las Redes Sociales Turísticas de Oropesa del Mar	80
L4.4 Campaña de promoción en redes sociales “Oropesa del Mar es tu destino”	82
L4.5 Optimización de la presencia de Oropesa del Mar en portales turísticos institucionales	84
L4.6 Promoción en el destino	85
L4.7 Diseño y desarrollo de una App Turística de Oropesa del Mar	87
L4.8 Promoción y comercialización de experiencias a través de spain.info	90
L4.9 Acuerdos con Turoperadores y Agencias de Viajes online	92
L4.10 Plan de participación en Ferias de Turismo	94
L4.11 Colaboración y participación en Fam Trips y Press Trips organizados por la Diputación de Castellón, y por Turisme C.V.	96
L4.12 Realización y participación en Blog Trips temáticos	98
4. Cronograma	100
5. Sistema de Gestión y Seguimiento	102
5.1 Indicadores de Resultado	102
5.2 Indicadores de Seguimiento del Plan de Director DTI.	107
Índice de cuadros e ilustraciones.	111
Índice de cuadros	111
Índice de Ilustraciones	111

## 1. Marco Estratégico de Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente

El análisis de la situación actual del conjunto de elementos que conforman la cadena de valor del sistema turístico de Oropesa del Mar y el diagnóstico turístico expuesto en el punto anterior, ponen de manifiesto los principales retos que ha de afrontar Oropesa del Mar en relación con su desarrollo turístico:

<b>Fortalecer la estructura y gestión del sistema turístico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Promover un modelo de gobernanza turística que favorezca la participación del sector turístico de Oropesa del Mar.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Articular y coordinar la actuación de los agentes turísticos de Oropesa del Mar entre si y fortalecer las relaciones de toda la cadena de valor del turismo.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Impulsar la transformación de Oropesa del Mar en un Destino Turístico Inteligente, conforme al Modelo de Comunitat Valenciana.</li><li>▪ Desarrollar herramientas que permitan disponer de información sobre los indicadores turísticos del destino, con el objetivo de apoyar la gestión del turismo.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo para el municipio, integrándola en el desarrollo del turismo.</li></ul>
<b>Mejorar las condiciones de competitividad del sector turístico de Oropesa del Mar</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Impulsar la participación de Oropesa del Mar en los programas nacionales y regionales orientados a la mejora de la competitividad del sector: Plan de Sostenibilidad Turística.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Profundizar en el aprovechamiento y puesta en valor turístico de los recursos y atractivos del destino.</li><li>▪ Reducir la actual estacionalidad de la actividad turística en Oropesa del Mar, mediante el incremento de la oferta turística, tanto a partir de la mejora de sus actuales productos turísticos, como a través de su posicionamiento en nuevos mercados-productos.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Desarrollar un portafolio de productos turísticos, adaptados a las motivaciones y necesidades actuales de los turistas.</li></ul>
<b>Incrementar el posicionamiento de Oropesa del Mar en los mercados turísticos nacionales e internacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Consolidar la imagen de marca y mejorar los instrumentos de promoción</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Implicar al visitante en la promoción del destino.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Incrementar el efecto de la promoción institucional mediante el aprovechamiento de sinergias con otras administraciones, y con el sector empresarial.</li></ul>

### 1.1. Fundamentos de la Estrategia Turística de Oropesa del Mar.

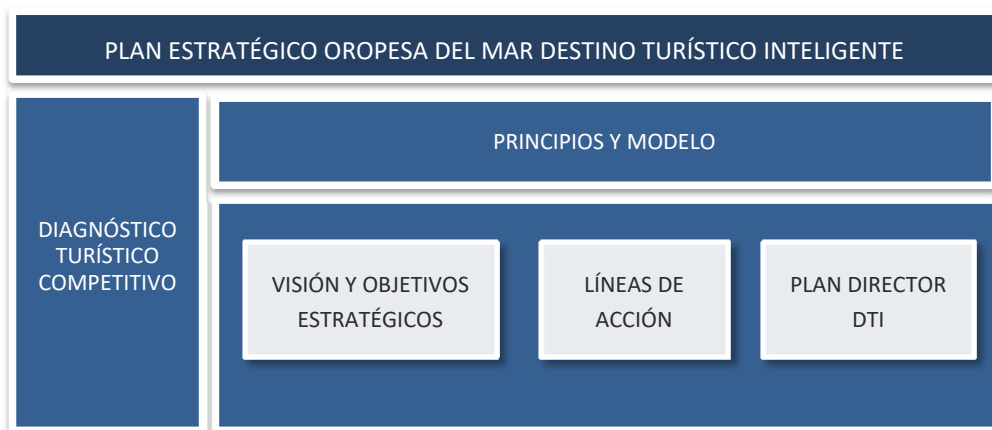
La estrategia turística de Oropesa del Mar pretende dar respuesta a los retos que ha de afrontar con el fin de mejorar la competitividad del sector turístico y su posicionamiento como destino.

En este sentido, el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente constituye la hoja de ruta que debe orientar el desarrollo del turismo, al tiempo que debe servir de herramienta que vertebre y cohesione al conjunto de actores públicos y privados involucrados en su implementación.

La industria turística ha experimentado una profunda transformación en los últimos años, como resultado de los cambios sociales, económicos y tecnológicos que han caracterizado el desarrollo global de este período, y que han dado lugar a un escenario protagonizado por la aparición de nuevos consumidores, nuevas tecnologías de la información y la comunicación, nuevos modelos de negocio, y nuevas formas de producción y gestión.

En este contexto de cambio el enfoque estratégico adquiere una especial relevancia por cuanto favorece una reflexión profunda en el sector a partir del análisis de los múltiples factores que determinan el desarrollo a corto y medio plazo de la actividad turística, y en consecuencia, contribuye a definir la dirección del desarrollo turístico del destino, apuntando a los resultados específicos que se pretenden alcanzar, y estableciendo un curso de acción para conseguirlos. Y, además sirve para que los distintos sectores y subsectores, y los diferentes agentes involucrados en la industria turística se alineen con los objetivos del destino.

Ilustración 1. Proceso de formulación del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente

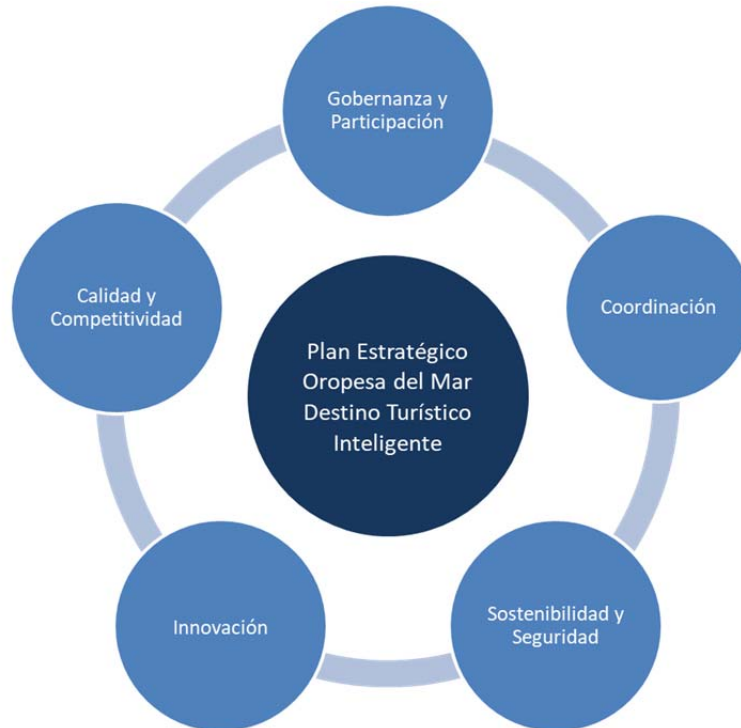


Por otro lado, la definición de una propuesta estratégica que oriente el desarrollo del turismo en un destino, ha de partir de su condición de industria caracterizada por su gran transversalidad, con una notable capacidad de generar efectos económicos, sociales y ambientales, y que se desenvuelve en un contexto de alto grado de competitividad.



Teniendo, en cuenta estos factores, el marco estratégico del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente considera los siguientes principios como base de su desarrollo:

Ilustración 2. Principios orientadores de la Estrategia



### Gobernanza y Participación

Las características propias que definen la actividad turística (diversidad sectorial, transversalidad, y territorialidad), la gran cantidad de agentes que intervienen en la configuración del producto turístico, y en su promoción y comercialización, así como el carácter diverso, y heterogéneo, de dichos agentes (públicos y privados), determinan el grado de complejidad del sector en relación con su coordinación y su vertebración con un enfoque sostenible y de mercado.

La transversalidad del turismo exige de la máxima coordinación y consenso de las medidas que se llevan a cabo en un destino turístico, lo cual se traduce en la capacidad de gobernar con la máxima participación de actores estratégicos, como pueden ser administraciones de otros niveles territoriales, sector privado, sociedad receptora y turistas. Esta máxima participación en el gobierno del destino no es más que la idea de gobernanza turística.

El término gobernanza aplicado a los destinos turísticos se define<sup>1</sup> como los “procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino”.

<sup>1</sup> María Velasco González. “Gestión de destinos: ¿Gobernabilidad del turismo o gobernanza del destino?”. *Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales. Ministerio de Educación y Ciencia. Plan Nacional de I+D+I (2004-2007).*

La sostenibilidad turística pasa por el concepto de Gobernanza, como alusión a la necesaria cooperación entre los entes públicos, privados y la sociedad civil en la toma de decisiones y en el establecimiento de estrategias con el fin de alcanzar esta meta. El desarrollo sostenible del turismo es un proceso continuo que requiere de la participación de todos los agentes relevantes, así como de un liderazgo político e institucional firme para lograr la colaboración y el consenso, impulsando los cambios necesarios hacia modelos de producción y consumo sostenibles, adaptando el marco institucional y legal, y sirviendo de orientación a cualquier tipo de intervención en el territorio.

#### Sostenibilidad y seguridad

En las últimas décadas se ha acentuado en el ámbito del turismo una creciente sensibilidad por la conservación medioambiental, tanto en los destinos como en los mercados, en gran medida debido a los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado en multitud de lugares.

En este contexto, el paradigma del desarrollo sostenible constituye el fundamento que aporta las bases necesarias para la definición de un modelo de desarrollo turístico capaz de generar un proyecto de crecimiento con perspectivas de futuro, que involucre al conjunto de la población, aumentando su calidad de vida y que garantice la conservación del entorno (urbano y natural), que es la base del desarrollo del destino turístico

Así pues, asegurar la rentabilidad económica del turismo en un destino a medio y largo plazo obliga, necesariamente, a trabajar con metodologías y técnicas que aseguren igualmente la conservación y mejora de los valores en los que se apoyan los productos turísticos.

Desde este punto de vista es ineludible considerar dos aspectos directamente complementarios a la hora de poner en valor un territorio como destino turístico: en primer lugar, la conservación, mejora y transmisión del patrimonio; y en segundo, su utilización como recurso de cara a la producción.

En este sentido, es imprescindible superar el modelo centrado en la rentabilidad que puede generar a corto plazo el aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos, y desarrollar una visión del desarrollo turístico basada en la conservación del entorno y de la identidad cultural de las comunidades anfitrionas.

Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local.

En atención a estas consideraciones, la estrategia de desarrollo turístico de Oropesa del Mar tiene que velar por la articulación de medidas que supongan la conservación de los recursos y su aprovechamiento económico, garantizando en todo caso que las acciones a implementar sean respetuosas con el medio ambiente y el entorno, socialmente sustentables, y económicamente beneficiosas para el conjunto del destino.

En cuanto a la seguridad, si bien este ha sido siempre uno de los principales factores asociado al desarrollo del turismo, la pandemia generada por la COVID19, ha reforzado su relevancia y se confirma como un requisito indispensable para garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos, que han de incorporar a su estrategia acciones que garanticen la movilidad segura de sus turistas, medidas que cristalicen en protocolos y buenas prácticas dirigidas a la totalidad de componentes de la cadena de valor del turismo en el destino, garantizando seguridad y ofreciendo confianza a visitantes y residentes.

### Innovación

Los destinos turísticos se enfrentan en la actualidad a desafíos económicos, ambientales y sociales significativos, y la innovación es la herramienta que contribuye a incrementar su diferenciación y eficiencia, satisfaciendo mejor las necesidades de la demanda y adaptándose con más garantías a la evolución del mercado turístico. La innovación se convierte, por tanto, en un factor clave para la reinención permanente de los destinos turísticos y para el mantenimiento de su competitividad.

El Plan del Turismo Español Horizonte 2020 define la innovación como “todo cambio basado en el conocimiento que genera valor”, una definición que aunque resumida, resulta suficientemente válida en la medida que incorpora la necesidad de cambio, el conocimiento como base y la generación de valor como finalidad.

La innovación no se circunscribe a nuevas aplicaciones tecnológicas sino que se extiende al diseño y desarrollo del producto, los procesos, la organización, y la comercialización<sup>2</sup>, como recoge el Manual de Oslo que indica que las entidades, además de emplear la innovación para mejorar sus modelos de gestión o negocios, deberían ampliar su aplicación a los modelos de relación con los agentes externos (clientes, proveedores, agentes reguladores, etc.).

Actualmente se considera la innovación como una fuente de ventaja competitiva que permite una mejor adaptación al entorno y la detección y aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio, al tiempo que ayuda a conocer mejor las necesidades de la demanda turística, favoreciendo la adaptación continua a la evolución del mercado turístico, lo que sin duda habrá de contribuir a incrementar el posicionamiento de Oropesa del Mar como destino turístico.

### Calidad y Competitividad

La calidad de los destinos turísticos es el resultado del proceso que conlleva a la satisfacción de las necesidades y deseos, tanto de los visitantes como de los visitados, a través del uso eficiente de los recursos, es decir, significa la equilibrada relación entre la satisfacción de los turistas, su fidelización y la rentabilidad para el destino, beneficiando el entorno, la población local y las iniciativas pública y privada.

El componente básico para su consecución está determinado por la satisfacción integral del cliente, a través de un servicio excelente, de la veracidad del producto ofrecido y del valor agregado para superar sus expectativas. Esto permitirá lograr un adecuado posicionamiento en el mercado y ventajas competitivas. La calidad de los destinos turísticos supone que el producto turístico global satisfaga y

<sup>2</sup> OCDE – Eurostat. Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. 2005.



supere las expectativas de los turistas, mejor que los competidores. Para ello, es necesaria la diferenciación y la diversificación de la oferta y la búsqueda de la mejor relación calidad / precio.

Los turistas son cada vez más experimentados y exigentes con relación a sus necesidades y esperan productos y servicios con una relación calidad-precio satisfactoria, pues su visión holística y globalizada, desarrollada en la sociedad de la información y de las nuevas tecnologías, les permite demandar nuevos productos y destinos más elaborados y diversificados. Esto produce que la capacidad de anticipación a los cambios y de adaptabilidad y actualización de la oferta sean aspectos fundamentales para la calidad de los destinos turísticos.

Por otro lado, a lo largo de las últimas décadas la actividad turística se ha caracterizado por una continua expansión geográfica y diversificación de destinos, lo cual ha incrementado la competencia ampliando las opciones de elección de la demanda turística. Si a ello se suman los cambios en el comportamiento y exigencias de los consumidores, se convierte en imprescindible abordar la estrategia con incidencia en los factores de competitividad del destino con el fin de respaldar mejor las actividades de planificación y gestión del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente a fin de mantener y mejorar la competitividad del destino y satisfacer a los clientes de manera rentable.

#### Coordinación

El turismo es una actividad económica relevante para la economía regional por su generación de riqueza, empleo y especialmente por el efecto multiplicador o de arrastre sobre otros sectores de la economía, y en su desarrollo se ha seguido un enfoque de planificación estratégica que se pone de manifiesto por los instrumentos de planificación que han orientado la evolución del turismo en la provincia y en la región, y han de servir de marco para el diseño de la estrategia turística de Oropesa del Mar.

En la actualidad, la Comunitat Valenciana acaba de elaborar el Plan Estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025, que conforme se recoge en su presentación, pretende ser *la hoja de ruta que guíe a la Comunitat Valenciana hacia un destino turístico auténtico, seguro, elegido por su carácter hospitalario, su estilo de vida mediterráneo y sus valores éticos, gestionado de manera colaborativa y responsable y orientado hacia su transformación en territorio inteligente, inclusivo, innovador y sostenible*<sup>3</sup>.

En este contexto, y con el objetivo de diseñar un plan fundamentado en la eficacia y eficiencia, la estrategia turística de Oropesa del Mar ha de estar alineada con la de otros niveles territoriales con el objetivo de aprovechar sinergias y evitar duplicidades.

---

<sup>3</sup> INVAT-TUR. *Construyendo el Plan Estratégico de Turismo*.

## 1.2. Visión y Modelo de desarrollo turístico.

### 1.2.1. Visión

La visión es una declaración que describe la imagen que se desea transmitir de Oropesa del Mar como destino turístico. Ha de ser ambiciosa e inspiradora y servir como eje orientador de la estrategia turística del destino y como referencia de sus objetivos estratégicos.

La visión se concibe a largo plazo, por lo que desde una perspectiva sostenible, su definición se ha de situar en un horizonte de 10 o 15 años; y por su carácter ha de ser consensuada y validada por los diferentes actores del destino para garantizar su logro. La visión es por tanto el horizonte que los actores del destino quieren que se vea al mirar a Oropesa del Mar.

El análisis de los diferentes elementos de la cadena de valor del turismo en Oropesa del Mar, recogida en la fase de Diagnóstico, así como de las opiniones obtenidas en los talleres realizados con los agentes turísticos del municipio, permite sintetizar los atributos más relevantes que definen la visión Oropesa del Mar como destino:

- Un Pueblo costero situado en el litoral mediterráneo, espacio de tradición turística, y escenario privilegiado de la historia de la Península Ibérica.
- Con unas playas que destacan por su diversidad y excelencia, unos atractivos naturales y culturales con un notable potencial turístico, una oferta turística de calidad (alojamiento, gastronomía, ocio, turismo activo, etc.), y un clima que permite disfrutar de Oropesa durante todo el año.
- Un destino que puede ser disfrutado por todas las personas, con seguridad y tranquilidad.
- Un destino multiproducto, comprometido con la mejora de los productos actuales y el desarrollo de nuevos productos turísticos, para la demanda actual, y para nuevos segmentos de mercado; basados en la innovación y en las tendencias del mercado.
- La orientación al mercado de la oferta turística y el desarrollo de experiencias memorables que generen vínculos emocionales con sus visitantes.
- Sostenible y comprometida con los ODS y la lucha contra el cambio climático.

Sobre la base de estos atributos, se formula la visión de Oropesa del Mar como destino turístico:

**Oropesa del Mar es un Pueblo Mediterráneo con encanto, accesible y seguro durante todo el año, referente nacional e internacional por la autenticidad y excelencia de sus playas, y que se distingue por ofrecer a sus visitantes experiencias que conectan con la naturaleza, la cultura, y la gastronomía. Su modelo se basa en el desarrollo sostenible e inteligente, al servicio de las personas.**

Oropesa del Mar apuesta por el desarrollo del turismo desde la convicción de que es una actividad económica capaz de contribuir al progreso del municipio y a proyectar su imagen. El desarrollo turístico de Oropesa del Mar se promueve desde la cooperación a todos los niveles, y se inserta en el desarrollo turístico de la provincia y de la región, aspirando a convertirse en uno de los destinos de la Comunitat Valenciana reconocido por su autenticidad y excelencia, fundamentando su propuesta de valor en los siguientes componentes:

- La consolidación del posicionamiento de Oropesa del Mar como destino inteligente, sostenible, accesible, e integrador; con una oferta de servicios de calidad, con playas, naturaleza, historia, cultura y gastronomía para disfrutar con intensidad y tranquilidad.
- El desarrollo de un destino multiproducto, comprometido con la mejora de los productos actuales y el desarrollo de nuevos productos turísticos, para la demanda actual, y para nuevos segmentos de mercado, con un enfoque fundamentado en la innovación y la orientación al turista, favoreciendo el desarrollo de experiencias memorables que generen vínculos emocionales con sus visitantes.
- El desarrollo sostenible del turismo, salvaguardando y enriqueciendo la identidad cultural, conservando y potenciando el medio ambiente, y buscando siempre el equilibrio del progreso económico con el bienestar de sus residentes.

### 1.2.2. Modelo de desarrollo turístico

Vivimos en la era digital, la tecnología no solo ha transformado nuestra vida cotidiana, sino que también ha revolucionado toda la experiencia del viaje, desde el suministro de información, compra de billetes y reserva del alojamiento en línea, hasta su evaluación a través de las redes sociales. Además, la revolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha favorecido el desarrollo de nuevos modelos de negocio que han dado lugar a la economía colaborativa, una nueva dimensión de la cultura de los viajes que desafía los modelos de negocio tradicionales.

Debido a ello, la industria turística ha evolucionado para adaptarse a este nuevo perfil de viajero hiperconectado e interactivo y ofrecerle productos, servicios y experiencias cada día más integrales, flexibles y personalizados. Todo esto habría sido imposible sin la irrupción de las tecnologías, en especial, como decíamos, de internet y los dispositivos móviles, que han impulsado la generación de nuevos modelos de negocio turístico que acompañan al visitante en las diferentes fases del viaje.

Este nuevo escenario sitúa al visitante en centro del desarrollo turístico, y exige crear elementos que faciliten la generación de sistemas orientados a mejorar su integración e interacción con el destino.

En este entorno de cambio disruptivo conviven dos vectores que marcan el desarrollo: uno apuesta por la tecnología, la conectividad y la globalización y el otro representa la apuesta por la sostenibilidad y la humanización. Ambos son necesarios para orientar el Modelo de desarrollo turístico Oropesa del Mar.

En el ámbito del desarrollo urbano, el concepto de ciudad inteligente “Smart City”, intenta compatibilizar ambos vectores aunque prime, por su visibilidad, el aspecto tecnológico. Para facilitar la aplicación del modelo Smart en los destinos turísticos se ha impulsado el concepto “Destino Turístico Inteligente” (DTI) definido como “espacio innovador, accesible a todos, apoyado en una estructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del turismo facilitando la interacción e integración del visitante con el entorno para incrementar la calidad de su experiencia”<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> La definición fue aprobada y recogida por el Subcomité Destinos Turísticos Inteligentes del Comité Técnico de Normalización AEN/ CTN 178 de Ciudades Inteligentes de AENOR en octubre de 2013.

El Modelo DTI se incorporó al Plan Nacional e Integral de Turismo (2012-2015) con un conjunto de actuaciones coordinadas por la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR). Simultáneamente, desde el año 2014, Turisme de la Comunitat Valenciana, a través del INVAT-TUR, puso en marcha el proyecto Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana (DTI-CV), a través del cual se define el modelo de destino turístico inteligente y traza las líneas estratégicas a seguir para alcanzar la adaptación del sistema de innovación turística de la Comunitat Valenciana al desarrollo de DTI.

El proceso de transformación en un Destino Turístico Inteligente implica la puesta en marcha de una estrategia integral a través de la innovación y la tecnología, para aumentar la competitividad del sector empresarial, aprovechar los recursos turísticos, mejorar la eficiencia de los procesos de producción y comercialización y el uso de fuentes de energía renovables. El proceso persigue también el desarrollo sostenible del destino y la accesibilidad universal en todo el ciclo de viaje.

En conclusión, dado que los principios orientadores que se proponen para la estrategia turística de Oropesa del Mar se alinean con los ejes que estructuran el modelo Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana, este modelo se configura como el marco de referencia del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente.

### 1.3. Objetivos Estratégicos

El Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, tiene como principal objetivo promover el desarrollo turístico de Oropesa del Mar alineando la estrategia turística con las actuales tendencias sociales y económicas (nuevos turistas, nuevos modelos de negocio, desarrollo tecnológico, cambios sociales, etc.), favoreciendo con ello la generación de empleo, y el incremento de la calidad de la experiencia turística en el destino y la calidad de vida de los residentes, y todo ello en el marco del modelo DIT-CV.

El Plan persigue implementar un modelo turístico sostenible, competitivo, participativo, innovador y basado en el uso inteligente de las tecnologías, que facilite la adaptación del sector a la economía digital.

Los objetivos estratégicos del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente son:

#### 1.3.1. Objetivos de desarrollo

- Impulsar el desarrollo turístico de Oropesa del Mar en el marco de un modelo de gobernanza participativo e innovador, basado en la colaboración y coordinación de todos los actores relacionados con la actividad turística.
- Promover el desarrollo de la oferta turística de Oropesa del Mar a través de la innovación, la calidad, y la orientación al cliente.
- Convertir Oropesa del Mar en un Destino Turístico Inteligente y Sostenible.
- Reducir la estacionalidad mediante el desarrollo de productos con enfoque de mercado, a partir de un aprovechamiento sostenible de los recursos y atractivos turísticos, y teniendo en consideración las tendencias de consumo de la demanda turística.
- Disponer de información que permita la monitorización, gestión y seguimiento del destino y de la industria turística de Oropesa del Mar.
- Sensibilizar a la población residente en Oropesa del Mar sobre la importancia social y económica del turismo y su papel como anfitriones, promoviendo la convivencia entre turistas y residentes, así como la calidad de acogida del destino.

#### 1.3.2. Objetivos de posicionamiento

- Mejorar el posicionamiento y la notoriedad de Oropesa del Mar como un destino turístico reconocido y reconocible por su sostenibilidad, calidad e innovación, con una oferta turística diversa que le aporta valor y permite disfrutar, con intensidad y tranquilidad, de experiencias turísticas memorables.
- Incrementar la promoción de Oropesa del Mar en el aeropuerto de Castellón y en los mercados internacionales de referencia.
- Impulsar la diversificación de la oferta turística de Oropesa del Mar mediante el desarrollo de nuevos productos innovadores y la mejora de los existentes, contribuyendo al posicionamiento de Oropesa del Mar como destino multiproducto.



## 1.4. Estrategias de Desarrollo Turístico

En el capítulo del Diagnóstico en el que se analizan las tendencias actuales de la industria turística resultante de la situación provocada por la pandemia del COVID-19, se pone claramente de manifiesto la existencia de un nuevo escenario que los destinos han de considerar para ir adecuando sus estrategias de desarrollo.

El objetivo de este apartado es definir las estrategias básicas de desarrollo que permitan llegar a los segmentos objetivos de Oropesa del Mar, y que contribuya al impulso del turismo y a la recuperación del sector. En este sentido, sobre la base del análisis realizado sobre la demanda turística de Oropesa del Mar, sus recursos y productos turísticos, y los nuevos hábitos y tendencias de la demanda se establecen las siguientes estrategias básicas de desarrollo.

### 1.4.1. Estrategia competitiva de Oropesa del Mar

La estrategia competitiva es la determinación de una posición competitiva favorable de un destino en el mercado turístico. En este sentido, la estrategia competitiva trata de establecer las ventajas competitivas y sostenibles de un destino turístico.

La decisión sobre la estrategia competitiva de un destino turístico se puede establecer sobre las siguientes alternativas:

- ▶ **Liderazgo en coste:** Es una estrategia basada en la eficiencia que minimiza los costes y permite competir en el mercado con precios más bajos que otros destinos. En numerosas ocasiones las empresas y destinos utilizan esta estrategia como un recurso para competir en un mercado muy dinámico, repercutiendo la bajada de precio en aspectos esenciales para la calidad del servicio y/o el producto, lo que provoca un descenso considerable en la rentabilidad final de los negocios.
- ▶ **Enfoque o Especialización:** Es una estrategia que se basa en un ámbito de especialización, de forma casi exclusiva, en el que el destino es reconocido por el mercado como la “mejor opción”.
- ▶ **Blue Ocean:** Es una estrategia basada en un ámbito de especialización en el que no existen destinos competidores.
- ▶ **Diferenciación.** Es una opción estratégica basada en la puesta en valor y aprovechamiento de los atributos de la oferta que caracterizan al destino y lo hacen diferente de sus competidores.

Sobre la base de las características de Oropesa del Mar como destino turístico, analizadas en el Diagnóstico, los retos que ha de abordar para impulsar el turismo, y los objetivos estratégicos definidos, **la estrategia competitiva es de diferenciación.**

La diferenciación ha de ser percibida por la demanda turística, y en este sentido los atributos que ha de impulsar Oropesa del Mar son principalmente:

- La calidad, seguridad y diversidad de sus playas.
- La puesta en valor turístico de sus recursos y atractivos que favorezcan el desarrollo de productos turísticos que satisfagan las necesidades y motivaciones de diferentes segmentos de mercado: náutico, senderismo, cicloturismo, slow travel, familiar (niños), etc.
- La calidad de la oferta turística, fundamentada en una clara orientación al cliente.

- El embellecimiento de su casco histórico, destacando el carácter mediterráneo.
- La integración de la población en el desarrollo del turismo fomentando su carácter de anfitriones.

#### 1.4.2. Estrategia de Producto

Oropesa del Mar cuenta con una variada oferta turística conformada por un amplio número de productos turísticos que dan respuesta a numerosas motivaciones.

La definición de la estrategia de producto, es decir la priorización de los productos turísticos en los que Oropesa del Mar ha de basar su desarrollo, se realiza a partir del análisis de dos variables. La primera es el potencial de los recursos y productos del municipio, entendido como la capacidad y condiciones que presentan para la realización de actividades turísticas. Y la segunda es el grado de atractividad de los productos turísticos, es decir del interés que tienen los productos turísticos en función de los beneficios empresariales y sociales que comportan (volumen de mercado, crecimiento, competencia actual o potencial, impacto económico, etc.).

Sobre la base del análisis de estas dos variables, se propone la siguiente Estrategia de Productos para Oropesa del Mar:

Cuadro 1. Estrategia de Productos de Oropesa del Mar

Productos Estratégicos	
Turismo de Sol & Playa	Turismo Familiar
Turismo Náutico	Turismo Gastronómico
Productos de Alto Potencial	
Eventos Deportivos	Turismo Activo
Turismo Senior	Turismo de Salud & Bienestar
Productos Complementarios	
Turismo Cultural / Eventos Culturales	Turismo Residencial
Turismo de Reuniones e Incentivos	

#### Productos Estratégicos

Son los productos que conforman la mayor parte del negocio turístico de Oropesa del Mar, en los que se tienen que concentrar los esfuerzos y actuaciones, y en los que el municipio se tiene que posicionar claramente respecto a sus públicos objetivos y a sus competidores.

- **Turismo de Sol & Playa:** Viajes en los que la motivación principal es disfrutar de las playas y el sol en un contexto de seguridad.
- **Turismo Familiar:** El turismo familiar es un tipo de turismo que opta por destinos que cuentan con una variada oferta de recursos (culturales, de ocio,..) y con actividades variadas para todos los miembros de la familia que viaja con niños, siendo éstos la clave del turismo familiar. Este tipo de

turismo exige la adaptación de servicios a los niños pero es compatible con el desarrollo de otros productos: turismo cultural, turismo gastronómico, turismo activo, etc.

- **Turismo Náutico:** El turismo náutico es un tipo de turismo cada vez más popular que se define como vacaciones activas en contacto con el agua, mediante la realización de actividades como pueden ser la navegación en barcos de vela o yates, así como otras actividades lúdicas y deportivas (windsurf, kitesurf, pádel surf, flyboard, bodyboarding, piragüismo, remo, kayak, motonáutica, buceo, snorkel, ocean pilates, etc.) que impliquen el disfrute de la naturaleza en este entorno. Además, al mismo tiempo, el turismo náutico se complementa con el disfrute de la oferta turística y recreativa de la zona.
- **Turismo Gastronómico:** La motivación principal de este tipo de turismo es conocer y disfrutar la cadena de valor de la gastronomía de un determinado destino: cocina, productos locales, vinos, etc.

### Productos de Alto Potencial

Son productos clave para el negocio turístico de Oropesa del Mar, pero a los que tiene que dedicar esfuerzos y actuaciones orientados a la innovación de producto y/o al posicionamiento en los mercados. Forman parte del "core business" del destino, aunque tienen menos potencial que los productos estratégicos

- **Eventos Deportivos:** Viajes motivados por la práctica de actividades deportivas o por presenciar o participar en una competición o un evento deportivo.
- **Turismo Activo:** Una tipología de turismo que consiste en viajes en los que la actividad física es la protagonista, la práctica del turismo activo está asociada al disfrute de los espacios naturales. El turista activo tiene entre sus preferencias los destinos poco masificados, con oferta amplia, variada, y que aporte aprendizaje, y sobre todo sostenibles. En una parte importante de este segmento la proximidad al mar es un importante valor añadido.
- **Turismo Senior:** Viajes realizados por personas mayores de 55 años, nacionales e internacionales, que disponen de recursos y tiempo para viajar fuera de temporada, preferentemente a destinos seguros, con servicios de calidad y conexiones de transporte directas.
- **Turismo de Salud & Bienestar:** Viajes asociados a con la búsqueda de mantener o mejorar el bienestar personal, y que en algunos casos implican el recibir algún tipo de tratamiento o terapia. Este producto se complementa con otros productos turísticos como el turismo activo, el turismo náutico, el turismo gastronómico.

### Productos Complementarios

Son productos que difícilmente pueden ser "motores" destacados del destino dadas sus características, si bien tienen interés por las sinergias que pueden crear con otros productos,

- **Turismo Residencial:** El turismo practicado por personas que se desplazan por motivos de ocio y recreación a una residencia propia o prestada fuera de su lugar habitual de residencia.
- **Turismo cultural / Eventos culturales.** Viajes en los que la motivación principal es de carácter cultural: visitar patrimonio, asistir a un evento cultural de relevancia, realizar una ruta temática,

etc.

- **Turismo de reuniones e incentivos.** Viajes que se realizan para asistir a un congreso, convención o jornada corporativa. También forma parte de este producto los viajes de incentivos organizados por empresas y entidades para motivar y premiar a sus empleados.

#### 1.4.3. Estrategia de Mercados

El análisis de la demanda turística de Oropesa del Mar permite identificar la procedencia de sus visitantes actuales, así como el volumen que representa cada destino emisor en relación con la llegada de turistas al municipio, de donde se deduce el grado de importancia que cada uno de estos destinos tenía en relación con el desarrollo del turismo alcanzado por Oropesa del Mar.

En este sentido, se concreta una propuesta estratégica que prioriza los mercados turísticos de Oropesa del Mar, sobre la base de los siguientes factores:

- a. La proporción que cada mercado en particular representa con respecto a los turistas que visitan actualmente el destino.
- b. La proximidad y/o grado de conectividad.
- c. El comportamiento turístico: tamaño, estacionalidad, gasto turístico, etc.
- d. El potencial de crecimiento.

Cuadro 2. Estrategia de mercados geográficos

Mercados	Nacional	Internacional
Estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Madrid</li> <li>▪ Comunitat Valenciana</li> <li>▪ Aragón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Francia</li> </ul>
Alto Potencial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ País Vasco</li> <li>▪ Castilla y León.</li> <li>▪ Castilla – La Mancha.</li> <li>▪ Cataluña</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alemania.</li> <li>▪ Holanda.</li> <li>▪ Reino Unido.</li> <li>▪ Mercados con vuelos desde el aeropuerto de Castellón.</li> </ul>
Complementarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Galicia.</li> <li>▪ Asturias.</li> <li>▪ Andalucía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Italia.</li> <li>▪ Portugal.</li> </ul>

### Mercados emisores estratégicos.

Este grupo está conformado por los destinos emisores de mayor importancia para Oropesa del Mar. La relevancia de estos mercados se fundamenta en las siguientes consideraciones:

- a. Son mercados que representan un volumen importante de visitantes a Oropesa del Mar, en sus respectivos ámbitos de procedencia, nacional e internacional.
- b. Asimismo, y especialmente en relación con los mercados nacionales, se encuentran muy próximos a Oropesa del Mar, y el grado de conectividad es alto.

Como se recoge en el Cuadro 4, los mercados emisores estratégicos de Oropesa del Mar son los siguientes:

En el ámbito nacional:

- Madrid
- Comunitat Valenciana
- Aragón

En el ámbito internacional:

- Francia

### Mercados emisores de alto potencial.

Los mercados de alto potencial son aquellos que por sus características (tamaño del mercado, comportamiento de consumo, y motivaciones e intereses), pueden tener un notable impacto turístico en Oropesa del Mar y ofrecen oportunidades de crecimiento.

Se trata de mercados que en la actualidad representan un bajo porcentaje en la llegada de viajeros, pero que se puede incrementar con la mejora del posicionamiento de Oropesa y sus productos turísticos, y la comercialización de ofertas con enfoque de mercado.

Los siguientes mercados emisores son los considerados de alto potencial para Oropesa del Mar

En el ámbito nacional:

- País Vasco.
- Castilla y León.
- Castilla – La Mancha.
- Cataluña.

En el ámbito internacional.

- Alemania.
- Holanda.
- Reino Unido.
- Mercados emisores que tienen vuelos con el aeropuerto de Castellón: Polonia y Hungría (Centro Europa).



### Mercados emisores complementarios.

Este grupo lo conforman destinos emisores nacionales e internacionales con una presencia poco significativa entre los actuales viajeros que visitan Oropesa del Mar, y con los que además existe una conectividad bastante limitada.

No obstante, la mejora del posicionamiento de la imagen y los productos turísticos de Oropesa del Mar, favorecería un ligero incremento en la cuota de mercado en estos destinos, lo que contribuiría a incrementar el número de viajeros y las pernoctaciones.

Los destinos emisores que conforman este grupo son:

En el ámbito nacional:

- Andalucía.
- Asturias.
- Galicia.

En el ámbito internacional.

- Italia.
- Portugal.

## 2. Líneas Estratégicas de desarrollo turístico de Oropesa del Mar 2021-2023.

En función del diagnóstico turístico realizado, y de los retos que debe afrontar Oropesa del Mar en relación con el desarrollo del turismo en los próximos años (2021-2023), sobre la base de los principios y el modelo de desarrollo propuesto, y para lograr los objetivos que se han marcado, las líneas estratégicas que conducirán el desarrollo de las actuaciones a ejecutar en el período del Plan Estratégico, son las siguientes:

- (i) Gobernanza
- (ii) Competitividad Turística
- (iii) Desarrollo de Productos Turísticos
- (iv) Promoción y Comercialización.

Ilustración 3. Líneas Estratégicas del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente



### 1.1 Gobernanza

La transversalidad del turismo hace que la colaboración y coordinación de los agentes que integran la cadena de valor constituya la base para sustentar un eficaz y eficiente desarrollo. La “colaboración y coordinación” no solo es uno de los principios clave para la implementación del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, sino que su logro ha sido identificado como uno de los retos más relevantes a la hora de impulsar su desarrollo como destino turístico.

En consecuencia, esta línea estratégica agrupa las actuaciones destinadas a situar al turismo entre las políticas públicas prioritarias de Oropesa del Mar y fortalecer la estructura de su sistema turístico de forma que se optimice la gestión turística, articulando y promoviendo la participación de todos los agentes del sector y de la sociedad, la coordinación entre las instituciones y entidades involucradas en el desarrollo del turismo en el municipio, y la colaboración entre el sector empresarial y el resto de integrantes de la cadena de valor del turismo, en la promoción y comercialización del destino turístico.

Los objetivos de esta línea son los siguientes:

- a) Facilitar la coordinación institucional y la participación de los agentes del sector en el desarrollo turístico de Oropesa del Mar.
- b) Situar al turismo como uno de los ejes prioritarios del desarrollo socioeconómico del municipio, y alineado con el resto de estrategias de desarrollo de Oropesa del Mar.
- c) Sensibilizar a los residentes en Oropesa del Mar sobre la importancia del turismo en relación con la conservación y puesta en valor de su patrimonio natural, histórico y cultural, y con respecto al desarrollo económico y social del municipio.
- d) Fortalecer el ente gestor del destino.

## 1.2 Competitividad Turística

La competitividad turística puede definirse como la capacidad de los destinos para, en un entorno de creciente competencia, atraer y satisfacer a los turistas y generar retornos económicos que benefician a las empresas que facilitan los servicios y contribuyen a sufragar los servicios e infraestructuras públicas. La competitividad es por tanto el resultado de un proceso complejo, dinámico, comparativo, holístico, cuya medición precisa de indicadores cuantitativos y cualitativos.

El Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente incluye a la competitividad entre los principios fundamentales del marco estratégico. Esta línea estratégica recoge las acciones dirigidas a impulsar la competitividad turística de Oropesa del Mar como destino turístico, y de sus empresas turísticas, mediante el desarrollo de iniciativas y herramientas que fomenten la profesionalización y mejora de la calidad de los servicios turísticos y contribuyan a fortalecer la heterogénea cadena de valor que percibe el turista en todas las etapas de su viaje y condicionan su satisfacción.

Los objetivos de esta línea son los siguientes:

- a) Fomentar la incorporación de la innovación y la calidad entre las empresas y agentes del sector.
- b) Fomentar la adecuación y puesta en valor turístico de las infraestructuras públicas promoviendo la accesibilidad universal.
- c) Incrementar el nivel de profesionalización de los recursos humanos vinculados a la cadena de valor del turismo.
- d) Incorporar criterios de sostenibilidad ambiental en la gestión del destino y las empresas turísticas.

## 1.3 Desarrollo de Productos Turísticos

Uno de los grandes retos de Oropesa del Mar como destino turístico es articular una oferta atractiva y competitiva. Para ello es necesario potenciar la oferta turística actual, profundizar en la puesta en valor de sus recursos, y crear nueva oferta turística adaptada a las tendencias actuales de la demanda, en colaboración con el sector privado.

Esta línea estratégica recoge las acciones dirigidas a potenciar el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos de Oropesa del Mar, así como aquellas dirigidas a mejorar los productos turísticos que conforman el actual portafolio del destino mediante la adecuación de su estructura y/o componentes a las tendencias actuales de la demanda turística; así como también las actuaciones tendentes a la creación de nuevos productos que contribuyan al posicionamiento de Oropesa del Mar en nuevos mercados y segmentos turísticos.

Los objetivos de esta línea estratégica son:

- a) Potenciar el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos de Oropesa del Mar.
- b) Impulsar la adecuación al mercado de los productos turísticos actuales de Oropesa del Mar.
- c) Promover el desarrollo de nuevos productos turísticos en el marco de la colaboración entre el sector turístico de Oropesa del Mar.
- d) Fomentar el desarrollo de una oferta turística diferenciada que proporcionen al turista la posibilidad de disfrutar de experiencias singulares y memorables.

#### 1.4 Promoción y comercialización

Esta línea estratégica persigue la mejora del posicionamiento de Oropesa del Mar a nivel nacional e internacional, a partir de la mejora de las actuales herramientas de comunicación y promoción del destino turístico; del aprovechamiento de los instrumentos que otros ámbitos de gestión, regional y nacional, han implementado para facilitar la promoción y comercialización de los destinos; y del desarrollo de nuevas propuestas de comunicación basadas en la difusión de las señas de identidad diferenciadoras de Oropesa del Mar como destino turístico.

Los objetivos de esta línea estratégica son:

- a) Incrementar la notoriedad de Oropesa del Mar como destino turístico mediante acciones de promoción offline y online orientadas a los mercados y segmentos objetivos.
- b) Posicionar la imagen turística de Oropesa del Mar en mercados estratégicos, destacando aquellos atributos que definen y singularizan el municipio (destino multiproducto, mediterráneo, para disfrutar por todos con seguridad y tranquilidad durante todo el año. Un destino comprometido por la sostenibilidad y el cumplimiento de la Agenda 2030).
- c) Atraer nuevos visitantes mediante el desarrollo de estrategias segmentadas enfocadas a transmitir experiencias y a la creación de relaciones emocionales con el destino.
- d) Adaptar la promoción turística de Oropesa del Mar, tanto los mensajes como las herramientas, a las tendencias actuales del mercado, contribuyendo a incrementar la eficacia de las acciones de comunicación, la notoriedad del municipio, y su posicionamiento turístico.

### 3. Plan Director DTI de Oropesa del Mar (2021-2023)

El Plan Director DTI que se propone es el resultado, por una parte, de la fase de análisis y diagnóstico, en la que se han identificado los principales retos del destino, y en la que se incluye el Autodiagnóstico DTI elaborado, y por otra, de los objetivos y estrategias de desarrollo turístico definidos en el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente.

Las actuaciones que componen el Plan se presentan organizadas por líneas de actuación, siguiendo un formato de ficha con la siguiente estructura:

1. **Línea Estratégica** en la que se enmarca la actuación
2. **Denominación** de la actuación
3. **Necesidades a cubrir** con el desarrollo de la actuación.
4. **Objetivos específicos de la actuación.**
5. **Descripción** de la actuación señalando los elementos conceptuales que han de orientar la actuación, así como los objetivos y tareas en su caso.
6. **Agente Responsable:** Identifica los agentes a los que compete llevar a cabo la actuación.
7. **Agentes Involucrados:** Identifica los agentes a los que hay que implicar y cuya participación es necesaria para la ejecución de la actuación.
8. **Prioridad:** Determina la importancia de la actuación en el marco del Plan (alta, media, baja) en función de los siguientes criterios:
  - a. Por la importancia de la acción en relación con el logro de los objetivos del Plan
  - b. Por el efecto demostrativo, o de impacto, que la acción pueda introducir en relación con el desarrollo turístico del destino.
  - c. Por el grado de dificultad
9. **Indicadores de seguimiento:** Indicadores que servirán para comprobar la correcta implementación y el grado de avance de la actuación.

El cuadro siguiente resume las actuaciones en las que se concreta el Plan Director DTI de Oropesa del Mar que se exponen a continuación.



Cuadro 3. Resumen actuaciones del Plan Director DTI de Oropesa del Mar 2021-2023

RESUMEN ACTUACIONES DEL PLAN DIRECTOR DTI DE OROPESA DEL MAR 2021-2023							
L1	Gobernanza	L2	Competitividad turística	L3	Desarrollo de productos turísticos	L4	Promoción y comercialización
L1.1.	Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar	L2.1.	Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar.	L3.1.	Diseño y desarrollo de experiencias turísticas.	L4.1.	Adecuación de la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar.
L1.2.	Creación de una Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayuntamiento de Oropesa del Mar.	L2.2.	Información Turística Inteligente – Chatbot.	L3.2.	Impulso del producto gastronómico de Oropesa del Mar.	L4.2.	Plan de Marketing Online de Oropesa del Mar.
L1.3.	Definición de la estructura de gestión DTI.	L2.3.	Programa de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar.	L3.3.	Aprovechamiento turístico de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.	L4.3.	Gestión de las Redes Sociales Turísticas de Oropesa del Mar.
L1.4.	Programa de Integración y Coordinación del Sector Turístico de la Oropesa del Mar.	L2.4.	Programa de Formación sectorial	L3.4.	Mejora de la puesta en valor turístico de los recursos naturales de Oropesa del Mar.	L4.4.	Campaña de promoción en RR.SS. “Oropesa del Mar es tu destino”
L1.5.	Programa de Sensibilización Turística de la población residente en Oropesa del Mar.	L2.5.	Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar – INNOVatur.	L3.5.	Impulso del Turismo Náutico.	L4.5.	Optimización de la presencia de Oropesa del Mar en portales turísticos institucionales.
L1.6.	Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes y elaboración del Plan de Acción por el Clima y la Energía Sostenible (PACES)	L2.6.	Fomento de la Cultura del Detalle y de la Sostenibilidad entre las empresas turísticas de Oropesa del Mar	L3.6.	Desarrollo del producto turístico Reuniones & Incentivos.	L4.6.	Promoción en el destino.
L1.7.	Elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar.			L3.7.	Oropesa del Mar destino <i>BikeFriendly</i> – Incorporación a la Red Eurovelo.	L4.7.	Diseño y desarrollo de una App turística en Oropesa del Mar.
L1.8.	Impulso a la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar.			L3.8.	Impulso del turismo deportivo.	L4.8.	Promoción y comercialización de experiencias a través de “Spain.info”
L1.9.	Diseño y desarrollo del Observatorio Turístico de Oropesa del Mar.					L4.9.	Acuerdos con Turoperadores y Agencias de Viaje Online.
						L4.10.	Plan de participación en Ferias.
						L4.11.	Colaboración y participación en Fam trips y Press trips.
						L4.12.	Realización y participación en Blog trips temáticos.

## Actuaciones L1- Gobernanza

La gestión turística de Oropesa del Mar se lleva a cabo desde la Concejalía de Turismo, y conforme se recoge en el Diagnóstico, la misión del Departamento de Turismo es proyectar la imagen de Oropesa del Mar en el exterior como destino de calidad, con el objetivo de aumentar el impacto económico del turismo en la localidad; sensibilizando a la población acerca de la importancia del turismo para el destino, impulsando el desarrollo empresarial del sector turístico y acogiendo a los visitantes a su llegada al municipio.

En línea con los objetivos que guían el trabajo del Área de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa, en el Diagnóstico Turístico elaborado, y en el Autodiagnóstico DTI realizado, se han identificado los retos que Oropesa del Mar ha de abordar en su proceso de transformación como Destino Turístico Inteligente, y entre los cuales cabe destacar, (i) Promover un modelo de participación y coordinación público-privada para la gestión del turismo en el destino, (ii) Mejorar la coordinación y colaboración entre las áreas del ayuntamiento relacionadas directa e indirectamente con el turismo (iii) Sensibilizar a la población local sobre la importancia del turismo para el desarrollo social y económico, (iv) Fortalecer las relaciones y coordinación entre los diferentes agentes turísticos del municipio (iv) Definir el ámbito de gestión del Destino Turístico Inteligente, y (v) Desarrollar un Sistema de Inteligencia Turística que permita obtener datos sobre el turismo en Oropesa del Mar, y procesarlos adecuadamente para poder ser utilizados en la gestión del destino y por sus empresas turísticas.

Atendiendo a lo anterior, esta línea de actuación persigue fortalecer la gobernanza del sistema turístico con programas y actuaciones que permitan articular y coordinar la actuación de los agentes del sector entre sí, fortalecer las relaciones de toda la cadena de valor del turismo, aprovechar las nuevas tecnologías, los instrumentos de gestión de los destinos inteligentes, especialmente para disponer de más y mejor información sobre la demanda y los mercados así como lograr mayores medios y presupuesto para la gestión del turismo.

Cuadro 4. Actuaciones de la línea de Gobernanza.

L1	Gobernanza
Actuaciones	L1.1. Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar
	L1.2. Creación de una Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayuntamiento de Oropesa del Mar
	L1.3. Definición de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar
	L1.4. Programa de Integración y Coordinación del Sector Turístico de Oropesa del Mar
	L1.5. Programa de Sensibilización Turística de la población residente en Oropesa del Mar
	L1.6. Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes por el Clima y elaboración del Plan de Acción por el Clima y la Energía Sostenible (PACES)
	L1.7. Elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar 2021.
	L1.8. Impulso a la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar.
	L1.9. Diseño y desarrollo del Observatorio Turístico de Oropesa del Mar

## L1. Gobernanza

### L1.1 Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar

#### Necesidad a cubrir:

Desarrollar un modelo de gestión turística del destino basado en la participación y colaboración público-privada.

#### Objetivos Específicos

Los objetivos de esta actuación son los siguientes:

- Definir el Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar.
- Aprobar en el Pleno del Ayuntamiento de Oropesa del Mar la creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar.
- Constituir el Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar.

#### Descripción

En el proceso participativo llevado a cabo en la elaboración del Plan Estratégico Oropesa del Mar DTI los actores locales han expresado la necesidad de mejorar la participación y coordinación público-privada en relación con la gestión del turismo en el municipio.

La coordinación es uno de los principios en los que se fundamenta el Modelo de Desarrollo Turístico Inteligente que constituye el marco de referencia del Plan Estratégico de Turismo de Oropesa del Mar. De igual modo, la Gobernanza participativa, que es otro de los principios del Modelo, requiere de la participación de todos los actores públicos y privados que intervienen en el destino lo que plantea desarrollar instrumentos que posibiliten a los diferentes agentes del territorio participar, compartir principios comunes, planificar, reforzar la toma de decisiones y lograr el consenso para aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas del entorno.

Para facilitar esa participación, se propone crear el Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar como órgano de carácter consultivo, integrado por representantes de las organizaciones sectoriales, sociales, y profesionales más representativas.

Entre los objetivos del Consejo Sectorial están, el servir como foro de diálogo y cauce de participación de los agentes en el desarrollo del turismo, dotar de visibilidad al turismo y contar con la complicidad de la población y de otros sectores vinculados. Al disponer de un Consejo Sectorial de Turismo, la Corporación Municipal y el área de Turismo podrán contar con una base de apoyo institucional sobre la que desarrollar muchas de las actuaciones del Plan.

En concreto el Consejo Sectorial de Turismo tendrá un papel relevante a la hora de sensibilizar a la sociedad civil sobre la oportunidad que representa el turismo y la relevancia del rol de anfitrión que corresponde a la población y a todos los que interactúan con el visitante. De igual forma será un apoyo imprescindible para integrar y coordinar el Sector Turístico de Oropesa del Mar.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Alcaldía, Representantes de las Asociaciones sectoriales y otras que se considere necesario involucrar.

---

**Prioridad:** Muy alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar.
  - Reuniones del Consejo Sectorial realizadas al año.
-

## L1. Gobernanza

### L1.2 Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayto. de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Involucrar en la gestión del desarrollo turístico de Oropesa del Mar a las diferentes áreas municipales competentes en ámbitos relacionados con factores que inciden directamente en la experiencia turística.

#### Objetivos Específicos

- Optimizar la ejecución del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente a partir de la coordinación con las Áreas Municipales relacionadas con las actuaciones diseñadas.
- Crear un espacio de gestión y coordinación que favorezca el impulso de Oropesa del Mar como Destino Turístico Inteligente.

#### Descripción

La actividad turística tiene un carácter transversal que trasciende de su ámbito sectorial. La experiencia turística que disfruta el visitante es el resultado de los servicios que consume, tanto los esencialmente turísticos como el alojamiento, la hostelería, la visita a monumentos y atractivos turísticos, etc., como los de otros ámbitos como el comercio, p.e. En la conformación de la experiencia interviene también la percepción sobre otros factores de carácter general como la señalización, la movilidad, la limpieza, la seguridad, el transporte público y otros que son resultado de los servicios urbanos en general.

Esa interrelación del turismo con el resto de ámbitos de la gestión del municipio, pone de manifiesto la necesidad de contar con el apoyo del conjunto de las áreas de gestión municipal para lograr un verdadero desarrollo competitivo del destino haciendo imprescindible la creación de un espacio de coordinación dentro del Ayuntamiento de Oropesa del Mar, donde las diferentes concejalías puedan encontrarse para tratar y coordinar aquellas actuaciones relacionadas con el turismo.

Con ese fin se propone la implementación de una Comisión Interdepartamental de Turismo que facilite la coordinación entre las diferentes áreas del Ayuntamiento de Oropesa del Mar permitiendo promover el desarrollo de la actividad turística en el municipio. Las áreas principalmente involucradas en esta comisión son: urbanismo, medioambiente, seguridad/movilidad, Informática (TIC), promoción económica, cultura, deportes y turismo.

La Comisión estaría conformada por los Concejales Delegados de las áreas seleccionadas y presidida por la Alcaldesa del Ayuntamiento de Oropesa del Mar. Opcionalmente podría ser conformada por los técnicos delegados siendo presidida en este caso la Comisión por la Concejalía de Turismo. Tendría como función principal coordinar las actividades de los programas, proyectos, y actividades de cada área relacionados con el turismo, sobre la base del Plan Director DTI.

Para su puesta en marcha se propone la realización de una primera reunión de la Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayuntamiento de Oropesa del Mar, que tenga como objeto principal la presentación del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, y el establecimiento de mecanismos de coordinación para la implementación de las acciones que inciden en el turismo y en las que estén involucradas diferentes áreas del Ayuntamiento.

---

**Agente Responsable:** Concejalía Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Alcaldía, Concejales delegados de las áreas de Urbanismo, Medioambiente, Seguridad / Movilidad, Cultura, Turismo, Deportes, Promoción Económica.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar.
  - Nº de reuniones anuales de la Comisión Interdepartamental.
-

## L1. Gobernanza

### L1.3 Definición y creación de la estructura de gestión del Plan Directo DTI de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Determinar la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar.

#### Objetivos Específicos

- Definir y crear la estructura de gestión responsable de la coordinación y desarrollo del Plan Director DTI de Oropesa del Mar
- Coordinar la acción de las diferentes áreas del Ayuntamiento implicadas en el desarrollo del Plan Director DTI de Oropesa del Mar
- Fomentar la colaboración público-privada en el desarrollo turístico de Oropesa del Mar, y en su proceso de transformación en Destino Turístico Inteligente.

#### Descripción

La transformación de un destino turístico en un Destino Turístico Inteligente (DTI) es un proceso complejo, por la transversalidad de las actuaciones a desarrollar y por la cantidad y diversidad de agentes que están involucrados, y en el que tanto el liderazgo como la coordinación se configuran como dos factores clave del éxito.

Para el desarrollo de estas funciones se ha proceder a la configuración de una estructura de gestión del Plan Director DTI, adaptada a las características y posibilidades del municipio. Esta estructura de gestión (Smart Office en destinos de gran tamaño) constituye una herramienta vinculada al ámbito de gestión turística del destino (DMO) que tiene como principal misión la de elaborar, dinamizar, coordinar, y ejecutar el Plan Director DTI de Oropesa del Mar.

En este sentido, la creación de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar se ha de fundamentarse, por un lado, en el actual modelo de gestión turística del municipio, y por otro, en el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, que constituye la base del proceso de transformación del municipio en Destino Turístico Inteligente.

La presente actuación se concreta en la definición de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar, y la elaboración de un documento que formalice las funciones y competencias de la estructura definida.



---

**Agente Responsable:** Concejalía Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Alcaldía, Concejalías involucradas en el Plan Director DTI, Consejo Sectorial de Turismo.

---

**Prioridad:** Muy Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Creación de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar.
  - Documento de funciones y competencias de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar.
-

## L1. Gobernanza

### L1.4 Programa de Integración y coordinación del sector turístico de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Integración del sector turístico de Oropesa del Mar, favoreciendo la colaboración y coordinación entre las empresas.

#### Objetivos Específicos

- Promover el encuentro y las relaciones entre el sector turístico de Oropesa del Mar.
- Fomentar el conocimiento entre las empresas turísticas locales, y el intercambio de experiencias y perspectivas.
- Potenciar la colaboración entre las empresas turísticas de Oropesa del Mar, especialmente en el diseño y desarrollo de servicios y productos turísticos.

#### Descripción

La falta de coordinación y colaboración entre los agentes que participan en el sistema turístico de Oropesa del Mar ha llevado a sus integrantes a identificar también como retos relevantes para el desarrollo turístico (i) el fortalecimiento de las relaciones y la coordinación entre los diferentes agentes turísticos del municipio, (ii) el fomento del diseño y comercialización de experiencias turísticas y (iii) el desarrollo de un modelo de participación y coordinación público-privada para la gestión del turismo en Oropesa del Mar.

Esta situación ha llevado también a proponer la creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar (actuación L1.1) para servir de foro de diálogo y cauce de la participación de los agentes, dotar de visibilidad al turismo y contar con la complicidad de la población y de otros sectores vinculados.

Pero esto podría no ser suficiente y se trataría de acompañar al Consejo Sectorial de Turismo de un Programa de Integración y Coordinación del sector turístico que tenga como principal objetivo el intensificar las relaciones entre las empresas turísticas del destino mediante el desarrollo de diferentes actividades entre las que se proponen a medio plazo la organización de encuentros profesionales sobre temáticas que interesen y promuevan la colaboración del sector turístico, y por otro lado la celebración de *afterworks* profesionales, en cuanto la situación sanitaria permita celebrar este tipo de encuentros.

**Los encuentros profesionales** se dirigen a los agentes del sector y suelen ser de breve duración (media jornada o jornada completa según la temática). Los encuentros deberían celebrarse con participación de (i) ponentes foráneos que aporten referencia o experiencia de éxito respecto de las temáticas a tratar y (ii) con ponentes locales que aporten la visión del destino. Los encuentros, liderados y asistidos por la Concejalía de Turismo, en colaboración con las asociaciones y los integrantes del Consejo Sectorial de Turismo, deberán divulgarse a los medios locales y nacionales para reforzar la imagen de Oropesa del Mar como destino comprometido con la innovación y la mejora continua de su oferta turística.

**Los afterworks** son un instrumento habitualmente empleado por profesionales para fortalecer la colaboración empresarial y hacer *networking*, porque a pesar de que las nuevas tecnologías facilitan mucho la comunicación, el contacto personal sigue siendo fundamental. Se suelen desarrollar entre semana, en horario de tarde-noche, y en salones o zonas reservadas de hoteles y restaurantes para crear un clima distendido donde los participantes puedan intercambiar opiniones y perspectivas, mejorar sus relaciones e incluso generar oportunidades de colaborar. No tienen que ser de muy larga duración ni realizarse con demasiada frecuencia. Se recomienda programarlos a partir del 2º semestre de 2021 cuando se espera que las condiciones sanitarias permitan este tipo de encuentros.

Los *afterworks* deberían ser liderados por las asociaciones sectoriales, programarse evitando coincidir con las fechas de mayor actividad para el sector y variar los espacios de celebración para que éstos aprovechen la promoción y asuman el rol de anfitriones.

Para el catering se debe fomentar la colaboración de las empresas incluso aportando productos ligados a la marca de calidad de Castelló Ruta de Sabor.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones Sectoriales, empresarios y profesionales del sector turístico de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de encuentros profesionales realizados
  - Nº de participantes en los encuentros profesionales realizados
  - Nº de afterworks realizados.
  - Nº de participantes en los afterworks realizados.
  - Propuestas e iniciativas desarrolladas como consecuencia del Programa.
-

## L1. Gobernanza

### L1.5 Programa de Sensibilización Turística de la población residente en Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Mostrar el turismo ante los residentes en Oropesa del Mar como una actividad económica que aporta importantes beneficios al municipio, convirtiéndolos en anfitriones.

#### Objetivos Específicos

Los objetivos de esta actuación son:

- Sensibilizar sobre la importancia del turismo a la población en general, a los agentes sociales, y a otros sectores productivos
- Incrementar el conocimiento local sobre los atractivos turísticos y su valor, a la vez que comprenden como el turismo contribuye a su revalorización y conservación.
- Conseguir el apoyo e implicación de la población y los agentes sociales en la generación de oportunidades y empleos.
- Asegurar una acogida amable e instalar la conciencia de ser anfitriones turísticos.

#### Descripción

Uno de los retos que afronta Oropesa del Mar como destino turístico es concienciar a la sociedad civil y al resto de sectores económicos sobre la importancia y oportunidad que representa el turismo, y la relevancia del rol de anfitrión que corresponde a la población cuando interactúa con el visitante.

El producto turístico es muy complejo, y la hospitalidad de los residentes hacia los turistas es una parte fundamental. De la hospitalidad recibida depende en gran parte la satisfacción de los turistas. También debe tenerse presente que el desarrollo turístico del destino es, en gran medida, debido a que los residentes consideran que obtienen beneficios superiores a los costes, y el desarrollo turístico tiene como finalidad principal aportar una mejora a la sociedad local. Estos dos motivos justifican la importancia contar con las percepciones de los residentes si se desea un turismo sostenible. Es necesario conocer las opiniones y necesidades de los residentes hacia el turismo.

En consecuencia, la participación es uno de los principios del Modelo DTI C.V., a partir del cual se pretende asumir la complejidad y capacidad del turismo para afectar a otros ámbitos productivos y sociales del destino y contar con la implicación de la sociedad, reconociendo que para competir con éxito y generar renta y empleo se necesita contar con la sociedad residente.

En este sentido, se plantea poner en marcha un **Plan de Sensibilización del Turismo** que informe y conciencie positivamente sobre la importancia del turismo para la economía de Oropesa del Mar, que refuerce su identidad social y cultural, y que recabe el apoyo favorable de la población y otros sectores productivos, con los objetivos mencionados anteriormente.

Se propone diseñar un completo Plan de Sensibilización a lo largo del periodo de vigencia del Plan Director DTI de Oropesa del Mar con la realización de diferentes acciones que permitan incrementar el conocimiento local y acercar a los residentes en Oropesa del Mar al sector turístico. Entre las acciones a desarrollar se proponen:

- a) **Divulgación del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente:** Acciones de comunicación para dar a conocer los objetivos y acciones del Plan.
- b) **Jornadas de conocimiento de los atractivos turísticos del municipio para residentes, con atención especial al ámbito escolar:** Organización de visitas promocionales a los principales atractivos para que los residentes en Oropesa del Mar conozcan mejor la oferta turística del municipio, se sientan orgullosos y cuenten con información para atender a posibles preguntas de los visitantes.
- c) **Otras medidas podrían ser:**
  - **Convocar concursos sobre el turismo en el municipio de Oropesa del Mar** (para diferentes públicos incluso estudiantes) que pueden versar sobre fotografía, dibujo, pintura, videos, y relatos de historias. El material resultante será una fuente de contenidos para la promoción turística, especialmente a través de las redes sociales.
  - **Promover la redacción de artículos en medios de comunicación locales y los canales de comunicación del Ayuntamiento,** generando noticias positivas sobre el sector turístico local, que motiven y eleven la valoración de los residentes en Oropesa del Mar respecto del turismo. Inserción de noticias sobre turismo en la web y los perfiles de redes sociales dirigidos a la población.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo , Asociaciones Sectoriales, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Eventos e iniciativas desarrolladas como consecuencia del Programa.
  - Satisfacción global de los residentes con respecto al turismo.
-

## L1. Gobernanza

### L1.6 Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía.

#### Necesidades a cubrir

Potenciar y destacar el carácter sostenible de Oropesa del Mar ante sus residentes y visitantes

#### Objetivos Específicos

- Promover el desarrollo sostenible del turismo en Oropesa del Mar.
- Potenciar y difundir el carácter sostenible de Oropesa del Mar como destino turístico.
- Situar a Oropesa del Mar a la vanguardia de la lucha contra el Cambio Climático y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

#### Descripción

La expresión de los ODS 2030 declarados por la ONU responde a la toma de conciencia de los gobiernos y de la sociedad actual sobre el cambio climático cuyos efectos afectan a territorios y poblaciones e incrementan la necesidad de preservar el medio ambiente.

En las últimas décadas se ha acentuado en el ámbito del turismo una creciente sensibilidad por la conservación medioambiental, tanto en los destinos como en los mercados, en gran medida debido a los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado en multitud de lugares.

En este contexto, el paradigma del desarrollo sostenible constituye el fundamento que aporta las bases necesarias para la definición de un modelo de desarrollo turístico capaz de generar un proyecto de crecimiento con perspectivas de futuro, que garantice la conservación del entorno (urbano y natural).

En los últimos años, numerosas investigaciones sobre las tendencias de la demanda turística en relación con la sostenibilidad han puesto de manifiesto que una parte muy importante de los turistas se decantan, a la hora de elegir un destino para disfrutar de sus vacaciones o períodos de ocio, por destinos implicados en el diseño de políticas de sostenibilidad ambiental o patrimonial.

Esta tendencia se ha visto reforzada por los efectos generados por la pandemia del COVID-19. Los turistas buscan espacios menos masificados, comprometidos con la preservación del entorno, del patrimonio y la cultura local. Por su parte, los destinos buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de manera más armónica las necesidades del turista y de la población local.

En relación con este escenario, el Modelo DTI C.V. contempla la sostenibilidad como uno de los ejes clave en el desarrollo de un Destino Turístico Inteligente, motivo por el que Oropesa del Mar, ha de garantizar que las medidas a tomar para impulsar el turismo estén alineadas con este principio, al mismo tiempo que refuerza su compromiso por la lucha contra el Cambio Climático y el cumplimiento de los ODS.

En esta línea, en 2008, en el marco de la U.E., se lanzó el mayor movimiento mundial de gobiernos locales en contra del Cambio Climático, **el Pacto de las Alcaldías para el Clima y la Energía**, que en la actualidad agrupa a miles de gobiernos locales de toda Europa, que de forma voluntaria se comprometen a implantar los objetivos en materia de clima y energía de la UE.

Los Firmantes del Pacto comparten una visión común para 2050: acelerar la descarbonización de sus territorios, fortalecer su capacidad para adaptarse a los impactos ineludibles del cambio climático y conseguir que sus ciudadanos disfruten de acceso a una energía segura, sostenible y asequible.

Las ciudades firmantes se comprometen a actuar para respaldar la implantación del objetivo europeo de reducción de los gases de efecto invernadero en un 40 % para 2030 y la adopción de un enfoque común para el impulso de la mitigación y la adaptación al cambio climático.

Para traducir su compromiso político en medidas y proyectos prácticos, los firmantes del Pacto se comprometen a presentar, en los **dos años siguientes a la fecha de la decisión de su consejo local, un Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (PACES)** en el que se esbochen las acciones clave que se pretende acometer.

La propuesta de la presente actuación es:

- 1º Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de las Alcaldías para el Clima y la Energía.
- 2º Elaboración del Plan de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (PACES) en las que se plasme el compromiso de Oropesa del Mar para combatir el Cambio Climático y el cumplimiento de los ODS.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Alcaldía, Concejalía de Urbanismo, Concejalía de Medio Ambiente.

---

**Prioridad:** Muy Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de las Alcaldías por el Clima y la Energía.
  - Elaboración del PACES.
-



## L1. Gobernanza

### L1.7. Elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Obtener recursos económicos para la ejecución del Plan Director DTI 2021-2023 del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente

#### Objetivos Específicos

- Presentar la solicitud del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar.
- Involucrar a las áreas municipales relacionadas con el proyecto DTI en la elaboración del Programa de Actuación del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar.

#### Descripción

El Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos pretende contribuir a la recuperación responsable y sostenible del sector turístico. El Programa retoma los Planes de Excelencia y Dinamización turística aprovechando el amplio bagaje de experiencias y lecciones aprendidas y adecuándolo a las circunstancias propias del mercado turístico actual y a los nuevos retos que demanda la sociedad.

Adicionalmente, la crisis del sector provocada por la pandemia del COVID-19 obliga a reconsiderar aspectos como la importancia de contar con sistemas y protocolos de seguridad para transmitir confianza a los turistas.

El Programa se inscribe en el tercer pilar, «Mejora de la competitividad del destino turístico», del Plan de Impulso del Sector Turístico, considera las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, y el cumplimiento de los ODS de la Agenda 2030.

El Programa se orienta a Impulsar el desarrollo de los destinos turísticos pioneros, como Oropesa del Mar, para mantener su atractivo y competitividad, mediante la ejecución de actuaciones de recualificación del destino, reconversión de usos, restauración ambiental, accesibilidad, innovación, tecnología, y de mejora de su gobernanza, orientándolos hacia la gestión inteligente y la sostenibilidad.

Los Planes de Sostenibilidad Turística de Destinos se basan en un convenio a tres bandas, en el que participa la Secretaría de Estado de Turismo (Gobierno de España), la Comunidad Autónoma (Comunitat Valenciana), y la Entidad Local (Oropesa del Mar), con un período de vigencia de tres años, y un esquema de financiación en el que cada parte aporta 1/3 del presupuesto, que en el caso de los destinos pioneros puede llegar hasta los cuatro millones de euros.

La presentación a los Planes de Sostenibilidad Turística de Destinos se realizará en la convocatoria de 2021, para lo que se habrá de realizar una Memoria, en la que se podrá aprovechar el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, incluyendo su Plan Director 2021-2023.

La Memoria contendría los siguientes capítulos:

- La Descripción del destino turístico o territorio.
- La Descripción de la entidad local que presenta candidatura.

- La Justificación de necesidad del plan.
- El Diagnóstico participado que identifique la situación actual del destino y si existen en el mismo otros programas.
- Los Objetivos específicos a cumplir con la ejecución del Plan propuesto.
- Un Plan de acción propuesto o batería de actuaciones a ejecutar con el presupuesto.
- La Previsión de los principales resultados del plan.
- El Cronograma de actuaciones a lo largo de las tres anualidades.
- El Presupuesto solicitado y la cofinanciación local propuesta y comprometida.
- El Procedimiento de comunicación y participación previsto con los actores locales implicados durante la ejecución del plan.
- El Procedimiento de evaluación de la ejecución del plan.
- Y en anexos la documentación relativa a otros planes de acción o actuaciones ya en marcha en el destino.

El procedimiento a seguir para la solicitud del Plan de Sostenibilidad Turística de Destinos se recogerá en la correspondiente convocatoria correspondiente al período de 2021.

---

**Agente Responsable:** Concejalía Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Alcaldía, Consejo Sectorial.

---

**Prioridad:** Muy Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Presentación de la Memoria para la solicitud del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar en 2021.
-

## L1. Gobernanza

### L1.8. Impulso a la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar.

#### Necesidades a cubrir

Avanzar en la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar, adecuándose a las tendencias actuales del mercado.

#### Objetivos Específicos

- Incrementar la competitividad turística del destino y de sus empresas turísticas.
- Adaptar las empresas turísticas de Oropesa del Mar a las nuevas condiciones de la economía global.
- Mejorar la oferta turística de Oropesa del Mar acercando sus productos y servicios a los consumidores finales con garantías de fiabilidad y seguridad.
- Fomentar la recuperación del sector turístico de Oropesa del Mar.

#### Descripción

El turismo ha sido tradicionalmente uno de los sectores que mejor y más rápido han sabido adoptar los últimos avances tecnológicos de acuerdo con los intereses de su negocio. No obstante, no todas las organizaciones han sabido hacerlo a la misma velocidad y muchas de ellas se han quedado atrás en lo que a la implementación de estrategias de digitalización.

El objetivo final es crear valor y experiencias atractivas para el usuario. Este, por su parte, emplea la tecnología en un ciclo que comienza con la búsqueda de información, sigue con la selección y comparación de precios y experiencias, se extiende a la compra, que cada vez se realiza más de forma móvil, y finaliza con la compartición e intercambio de información, lo que sirve para retroalimentar el ciclo. Una diferencia importante con escenarios anteriores del sector turístico es que los viajeros digitales siguen buscando información y contratando servicios durante el camino a su destino y también una vez en el mismo, gracias a que suelen llevar permanentemente encima uno o varios dispositivos móviles, especialmente en el caso del colectivo de turistas más jóvenes. El resultado es una demanda que requiere atención 24x7 y en la que las reservas de última hora tienen un peso cada vez más importante.

El flujo de tecnologías que llegan al sector turístico no cesa. Las posibilidades de la movilidad se amplían continuamente aprovechando la mayor disponibilidad de tabletas y smartphones por parte de los turistas o las posibilidades que ofrecen la geolocalización y la realidad aumentada. Los dispositivos wearables (gafas, relojes o pulseras) y los beacons, como representantes del Internet de las Cosas, prometen grandes aplicaciones en el mundo del turismo, como medio de control o de pago, billete electrónico, elemento generador de información, etc. El big data y las analíticas de datos, por su parte, permiten capturar la ingente cantidad de datos generados por el ecosistema turístico y convertirlos en información útil para personalizar de forma completa los servicios en función del perfil del usuario, momento de compra, patrón de consumo y localización.

Todo ello nos conduce a una conclusión clara, la competitividad del sector turístico de Oropesa del Mar pasa por impulsar la digitalización de las empresas turísticas.

El grado de avance del uso de las tecnologías en el sector turístico, incrementado como resultado de la situación generada por la pandemia del COVID-19 exige impulsar la digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar, para lo que se puede aprovechar el programa de digitalización que se lleva a cabo desde el Área de Promoción Económica y Emprendimiento del Ayuntamiento de Oropesa del Mar con el objetivo de favorecer la dinamización del tejido empresarial del municipio.

En relación con esta actuación, se propone la realización de las siguientes actividades:

- 1º Diagnóstico del grado de digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
- 2º Plan de Impulso a la digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
- 3º Desarrollar con carácter prioritario un programa específico dirigido al sector de la hostelería, que además de ser uno de los sectores con mayor déficit digital ha sido uno de los más afectados por la pandemia del COVID-19. El contenido del programa se centraría en el desarrollo de herramientas de base para la digitalización, el desarrollo y/o mejora de la web, así como la incorporación de servicios de marketing digital, procesos de negocio y de seguridad y confianza digital.

---

**Agente Responsable:** Ayuntamiento de Oropesa del Mar.

---

**Agentes involucrados:** Concejalía de Turismo, Concejalía de Comercio, Emprendimiento, y Desarrollo Local.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicador de seguimiento:**

- Diagnóstico de la digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
  - Plan de Digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
  - Empresas de hostelería participantes en el programa de digitalización.
-

## L1. Gobernanza

### L1.9 Diseño y desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Diseñar un Sistema de Inteligencia Turística que contribuya a optimizar la gestión del destino y la de las empresas turísticas que lo conforman.

#### Objetivos Específicos

- Definir una estructura de indicadores del Observatorio Turístico acorde con las necesidades actuales de Oropesa del Mar.
- Recopilar y analizar datos cuantitativos y cualitativos de los turistas que visitan Oropesa del Mar para apoyar la gestión de los servicios y productos turísticos.
- Mejorar el conocimiento sobre la demanda actual y potencial de Oropesa del Mar; así como también de su oferta turística.
- Ofrecer a las empresas turísticas y profesionales de Oropesa del Mar una herramienta rigurosa y actualizada para la gestión de sus servicios y productos, favoreciendo el desarrollo de ofertas adaptadas a las necesidades y motivaciones de los turistas que visitan el municipio.

#### Descripción

Uno de los factores de competitividad de los destinos turísticos es su capacidad de disponer de un sistema de información turística (inteligencia de mercado), que integre la información estadística relacionada con el turismo en el destino; los recursos y empresas del municipio, y ofrezca la posibilidad de conocer la situación turística real de los diversos sectores implicados en el desarrollo turístico: alojamientos, museos, oficinas de turismo, atractivos, etc. Es una herramienta de información y conocimiento, donde deben participar activamente las empresas turísticas y el Ayuntamiento.

Los Observatorios Turísticos constituyen un instrumento crucial para la implementación de las políticas turísticas en sus diferentes niveles con el objetivo central de conocer en profundidad la demanda y oferta turística del destino.

La presente actuación, tiene como objetivo principal desarrollar el Observatorio y Sistema de Inteligencia Turística de Oropesa del Mar con el propósito de conocer la situación del turismo y realizar análisis y seguimiento de las necesidades de los turistas, con el fin de:

- Disponer de información de carácter macroeconómico, de oferta y demanda sobre el sector turístico
- Contar con información actualizada sobre las principales variables de la oferta turística: plazas de alojamiento, ocupación mensual, REVPAR, número de turistas, pernoctaciones, estancia media, etc.
- Disponer de información sobre el perfil de los visitantes: edad, sexo, profesión, motivaciones de viaje, duración media, gasto medio, tipo de viaje, etc.

- Aportar información sobre los niveles de satisfacción de los visitantes en relación con la oferta turística y la experiencia turística en el destino.

Para ello, las acciones a implementar para consolidar y desarrollar el Sistema de Inteligencia Turístico de Oropesa del Mar son:

1. Desarrollar una encuesta a la demanda turística en destino, mediante su realización periódica con carácter anual, y elaboración de un documento de análisis.
2. Consolidar y actualizar la información correspondiente a la oferta turística del municipio.
3. Definir y desarrollar un cuadro de mando del desarrollo turístico conformado por los principales indicadores de desempeño de la actividad en el destino, y elaborar un boletín de Coyuntura Turística de Oropesa del Mar (de carácter semestral).

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo , Comisión Interdepartamental, y empresas turísticas de Oropesa del Mar

---

**Prioridad:** Muy Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Cuadro de Mando Turístico de Oropesa del Mar.
  - Informes de demanda realizados.
  - Informe sobre la oferta turística del municipio.
  - Boletines de Coyuntura Turística de Oropesa del Mar.
-

## Actuaciones L2. Competitividad turística

La competitividad turística de los destinos, en la actualidad, representa la capacidad de ofrecer productos y experiencias adecuadas a las nuevas preferencias y hábitos de los turistas que se desea atraer.

En el nuevo escenario turístico, la posición competitiva del destino, más allá de aprovechar las ventajas comparativas que se derivan de las condiciones propias, ha de basarse en generar ventajas competitivas aportando valor añadido a la oferta del destino y logrando que los turistas lo perciban.

Para generar ese valor añadido hay que trabajar partiendo del conocimiento del mercado y de forma transversal en el destino favoreciendo la innovación en la producción, promoción y comercialización de los servicios turísticos. Todo ello sin dejar de actuar con inteligencia para transformar las ventajas comparativas también en ventajas competitivas

Esta línea de actuación plantea actuaciones necesarias para trabajar en pro de la competitividad del destino involucrando a la multiplicidad de agentes públicos y privados que, pertenecientes a distintos ámbitos y diferentes subsectores (distribución, transporte, alojamiento, restauración y ocio), con visiones e intereses no siempre alineados, conforman la heterogénea cadena de valor que percibe el turista en todas las etapas de su viaje y condicionan su satisfacción final. Todo ello para generar el valor añadido necesario para que el destino alcance una posición competitiva.

Cuadro 5. Actuaciones de la línea Competitividad turística

L2	Competitividad turística
Actuaciones	L2.1 Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar
	L2.2 Información Turística Inteligente – Chatbot.
	L2.3 Programa de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar
	L2.4 Programa de Embellecimiento Urbano del Casco Histórico de Oropesa del Mar
	L2.5 Programa de Formación sectorial.
	L2.6 INNOVATUR-Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar.



## L2. Competitividad turística

### L2.1 Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Facilitar el acceso a los recursos y atractivos turísticos de Oropesa del Mar mediante el uso de sistemas inteligentes de señalización.

#### Objetivos Específicos

- Garantizar la accesibilidad universal a los recursos y atractivos turísticos de Oropesa del Mar a través del uso de la tecnología inclusiva.
- Potenciar la actividad turística en Oropesa del Mar a través de la mejor información y guiado de los principales recursos y equipamientos turísticos del municipio.
- Contribuir a mejorar la seguridad vial y el confort de los usuarios en sus desplazamientos interurbanos.
- Potenciar la imagen de calidad del destino turístico Oropesa del Mar con una integración y homogeneización del sistema de señalización que participe en la creación de un espacio más habitable y sostenible evitando el impacto físico y visual de la señalización en el destino.
- Impulsar el desarrollo de Oropesa del Mar como Destino Turístico Inteligente, conectando a los turistas con los recursos, servicios y empresas turísticas, a través de una señalización turística peatonal inteligente que le envíe información contextualizada en función del lugar en donde se encuentre.

#### Descripción

Los avances tecnológicos de los últimos años han provocado una transformación sin parangón en el conjunto de la industria turística. El uso de la tecnología en todos los eslabones de la cadena de valor del turismo se ha convertido en una necesidad ante los cambios disruptivos que se suceden a una velocidad de vértigo.

La señalización turística, uno de los elementos más relevantes en la conformación de un destino turístico, es a su vez uno de los aspectos que se han ido adaptando a los procesos de digitalización que han ido acompañando al desarrollo tecnológico.

La señalización turística inteligente conecta un sistema de información físico (la señal) con el sistema de información del smartphone del turista utilizando la tecnología beacon.

Los beacons son dispositivos electrónicos basados en una novedosa tecnología de Bluetooth de baja energía (BLE) que ayudan a los terminales móviles a entender su emplazamiento y los recursos y servicios que los rodean con un grado de precisión elevado, permitiendo con ello la creación de un territorio inteligente conectado.



El beacon se aloja en el tapón de un poste de una señal o panel de información. En la ilustración anterior puede verse el detalle del alojamiento del beacon en un panel de información.

Una señalización turística adecuada es un elemento prioritario en la ordenación del sistema turístico de Oropesa del Mar, tanto para la puesta en valor y consumo de los recursos que integran su patrimonio turístico, como para mejorar la distribución de los flujos turísticos en el municipio. Para ello resulta fundamental que la señalización turística pueda satisfacer los requerimientos y expectativas de los turistas y visitantes, proporcionándoles una orientación e información clara.

El desarrollo de esta actuación se subdivide en las siguientes fases:

- 1º Análisis, diagnóstico e inventario de la señalización en el estado actual.
- 2º Redacción del plan de señalización turística inteligente.
- 3º Diseño de la señalización turística.
- 4º Elaboración del proyecto de señalización turística peatonal.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo , Comisión Interdepartamental, y empresas turísticas de Oropesa del Mar

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Diagnostico-inventario de la señalización turística de Oropesa del Mar.
  - Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar.
  - Nº señales inteligentes desplegadas en el municipio
  - Grado de satisfacción con la señalización turística inteligente.
-

## L2. Competitividad turística

### L2.2 Información Turística Inteligente - Chatbot

#### Necesidades a cubrir

Facilitar el acceso a la información turística sobre Oropesa del Mar de manera permanente y a través de diferentes canales.

#### Objetivos Específicos

- Adaptar los servicios de información turística a las necesidades y comportamientos actuales de la demanda.
- Ofrecer el servicio de información turística 24 horas al día / 7 días de la semana de manera permanente.
- Facilitar la interacción e integración del visitante con el destino.
- Incrementar el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos turísticos de Oropesa del Mar.

#### Descripción

La relación entre el turismo y las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) es recíproca y bien conocida. Por una parte, las nuevas tecnologías de la información han provocado un cambio organizativo radical en la industria turística, transformando y acelerando tanto los procesos de las empresas y servicios turísticos, como la forma de interactuar con el cliente y la comercialización de productos turísticos. Por su parte, el turismo tiene un alcance cada vez más universal y los nuevos mecanismos de oferta y demanda a través de la red, están proporcionando nuevos retos y problemas que resolver a la industria de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Los consumidores de turismo, cada vez buscan productos turísticos más personalizados y servicios inteligentes que les proporcionen información de alta calidad, personalizada, en cualquier momento y en cualquier lugar y habitualmente en tiempo real. Los destinos turísticos se enfrentan al desafío de garantizar esas ofertas de forma moderna, interactiva, accesible y fiable, en ello se basa su competitividad.

Por un lado, el turista necesita más información, más servicios, más rapidez de intervención, más opciones, más simplicidad. Por otro lado, los destinos necesitan ser más exigentes, más completos, más flexibles y más adaptables. Y es que en una sociedad del conocimiento, el valor diferencial no está en ofrecer un producto tecnológico sino un valor-contenido o servicio capaz de ser de gran utilidad al consumidor final.

En la actualidad, la industria del turismo se enfrenta al gran desafío que supone incorporar las enormes posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y entre estas se encuentran los sistemas inteligentes de información, **los chatbots**, que lejos de suplir el factor humano, tan importante en la personalización del contacto con el turista, contribuye a complementar la labor del personal de información.

Un chatbot es un programa informático con el que es posible mantener una conversación, tanto si se quiere pedir algún tipo de información o que lleve a cabo una acción.

Una de las grandes ventajas de los chatbots es que, a diferencia de las aplicaciones, no se descargan, no es necesario actualizarlos y no ocupan espacio en la memoria del teléfono. Otra es que se puede tener integrados varios bots en un mismo chat. De esta forma se evita tener que ir de una app a otra según lo que necesitemos en cada momento.

Con todo ello se consiguen experiencias de usuario más agradables e interacciones con el servicio de atención al cliente más rápidas y sencillas. Además los chatbots incorporan sistemas de inteligencia artificial, por lo que tienen la posibilidad de aprender sobre los gustos y preferencias de los turistas que utilizan el servicio, permitiendo la mejora continua del sistema.

Los chatbots aportan las siguientes ventajas:

- Ofrece atención durante 24 horas y todos los días de la semana
- Una eficacia y efectividad especial, ya que si la máquina no es capaz de ofrecer una solución concreta, es programada para proporcionar un contacto telefónico o email concreto para solucionar el problema.
- Rapidez e inmediatez a la hora de responder a las pretensiones de los usuarios.
- Pueden enviar información concreta de manera programada a determinados usuarios.
- Proporciona atractivo, ya que supone una forma especial de contactar con el cliente, transmitiendo un mayor acercamiento.

El chatbot se desarrollará inicialmente en dos idiomas: español e inglés

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Área Tic del Ayuntamiento de Oropesa, Consejo Sectorial.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de preguntas que puede responder el chatbot.
  - Nº de canales en los que está desplegado.
  - Nº de turistas atendidos.
-

## L2. Competitividad turística

### L2.3 Programa de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

La accesibilidad universal en Oropesa del Mar, y en particular la accesibilidad al conjunto de recursos y atractivos del municipio, al tiempo que se sensibiliza a las empresas turísticas acerca de la importancia de atender las necesidades de un segmento importante de además de tener derecho a hacer turismo, constituye un interesante segmento de mercado.

#### Objetivos Específicos

- Elaborar un Plan de Accesibilidad Turística que facilite la visita turística y la movilidad de todas las personas, incluidas aquellas con alguna discapacidad, colaborando con las entidades europeas, nacionales, y regionales que trabajan para conseguir que el turismo sea efectivamente accesible para todos.
- Sensibilizar al conjunto del sector empresarial de Oropesa del Mar relacionado con el turismo sobre la necesidad de incorporar la accesibilidad como criterio en el diseño de sus servicios y productos.

#### Descripción

Aunque el crecimiento del turismo genera oportunidades, su desarrollo debe hacerse con equidad porque no siempre todos los segmentos de la sociedad pueden disfrutar por igual de los atractivos y servicios turísticos. La falta de equidad es especialmente lamentable cuando afecta a personas con movilidad reducida, por edad o por alguna discapacidad, que deberían participar y disfrutar de las actividades turísticas con la misma facilidad que cualquier otro viajero.

El “Código Ético Mundial para el Turismo”, y su adaptación a la realidad de la Comunitat Valenciana, el “Código Ético del Turismo Valenciano, suscrito por una buena parte de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana, y en particular por Oropesa del Mar, pide explícitamente que se aliente y facilite la práctica del turismo de todas las personas, incluidas aquellas con alguna discapacidad. Facilitar el derecho a viajar a las personas con discapacidad o movilidad reducida debe ser un elemento básico y transversal de cualquier política de turismo responsable y sostenible. Hay que recordar que la población con algún tipo de movilidad reducida incluye también a las personas de la tercera edad por lo que, en conjunto, la población con movilidad reducida es un importante segmento del mercado y en gran parte con alta capacidad de gasto.

Oropesa del Mar es especialmente adecuada, dada su orografía y urbanismo, para convertirse en un destino turístico accesible pero, aunque ya hay alguna iniciativa en este sentido en el municipio (playas accesibles, servicio de información turístico accesible, etc.), la accesibilidad debe ser integral y estar presente en todos los atractivos, instalaciones, productos y servicios turísticos porque, como se ha indicado ya, no solo es una cuestión de igualdad, sino también de tener en cuenta las ventajas económicas que la accesibilidad entraña para los destinos turísticos.

En este sentido se llevará a cabo el siguiente plan de trabajo:

- 1º Diagnóstico de accesibilidad turística de Oropesa del Mar y plan de mejora de infraestructuras, instalaciones y servicios, tanto públicos como privados.
- 2º Creación de un grupo de trabajo de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar, con la participación de las administraciones local, provincial, y autonómica, universidades, centros tecnológicos, empresas y otras organizaciones, para diseñar planes y acciones coordinados.
- 3º Difusión y formación sobre los Manuales de Buenas Prácticas sobre accesibilidad turística elaborados por Turisme de la Comunitat Valenciana y PREDIF, en colaboración con el CdT de Castellón.
- 4º Promoción de la oferta turística accesible mediante soportes especializados y acciones de marketing a colectivos específicos.

---

**Agente Responsable:** Ayuntamiento de Oropesa del Mar

---

**Agentes involucrados:** Comisión Interdepartamental, Consejo Sectorial de Turismo, Turisme Comunitat Valenciana, CdT de Castellón, PREDIF, CERMI.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Plan de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar.
  - Numero de atractivos, instalaciones, productos y servicios turísticos que adaptados al Plan de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar.
  - Sesiones de difusión y formación de los Manuales de Buenas Prácticas sobre accesibilidad publicados por Turisme de la Comunitat Valenciana y PREDIF.
  - Nº de empresas turísticas participantes.
-

## L2. Competitividad turística

### L2.4 Programa de Embellecimiento Urbano del Casco Histórico de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Incremento del atractivo del Casco Histórico de Oropesa del Mar.

#### Objetivos Específicos

- Embellecer las calles del Casco Histórico de Oropesa del Mar mediante el desarrollo de acciones y elementos creativos en fachadas y suelos.
- Dotar de mobiliario urbano creativo y sostenible las calles del Casco Histórico de Oropesa del Mar.
- Incrementar el atractivo turístico del Casco Histórico de Oropesa del Mar.

#### Descripción

El Casco Antiguo de Oropesa del Mar es uno de los principales espacios histórico-culturales del municipio, que alberga algunos de los principales recursos y atractivos patrimoniales y culturales de Oropesa. Su trazado urbano compone un escenario muy atractivo y evocador de tiempos pasados. Entre los recursos que integran la visita al Casco Antiguo de Oropesa del Mar se encuentran: antiguos hornos (2 ubicaciones), antiguo ayuntamiento, “Pou del Ravalet”, antigua cárcel, murallas, antiguo hospital). Todo esto, unido a la oferta lúdica que brindan sus cafeterías con terrazas panorámicas ubicadas en las azoteas de edificios singulares, sin tráfico y con vistas al mar, convierten a este lugar en un espacio de gran singularidad.

Entre 2008 y 2014 el Ayuntamiento de Oropesa del Mar desarrolló un proyecto de remodelación del Casco Antiguo que supuso su puesta en valor como recurso turístico, no obstante en la actualidad se requiere de acciones que contribuyan a su embellecimiento y dinamización para convertirlo, con criterios sostenibles, en un atractivo para los turistas que visitan el municipio.

El embellecimiento del Casco Histórico aportará importantes beneficios en relación con la calidad ambiental urbana, lo que no sólo influirá en la percepción de los residentes con respecto al espacio en el que habitan, sino también supondrá un incremento de valor para los turistas que lo visiten. En este sentido, la calidad de los espacios urbanos es el principal factor que determina el uso y disfrute de la ciudad y de sus espacios públicos, y al hablar de la calidad de los espacios urbanos, nos estamos refiriendo, además de a medidas como la peatonalización, a otros aspectos como las características estéticas de dichos espacios urbanos y, como no, a la calidad del mobiliario que acompaña a esta estética.

La estética urbana, en donde la vegetación y el desarrollo de elementos creativos, como fachadas y suelos cuidados, consigue que un espacio urbano sea o no un espacio atractivo y acogedor para ciudadanos y visitantes. Y es este punto en el que la ciudad y creatividad, ciudad y arte, encuentran uno de sus nexos de convivencia.



La ciudad misma es el gran espacio de manifestaciones creativas y posibilidades. La creatividad urbana da forma al pensamiento y diseño de proyectos vinculados al espacio público, industrias creativas, economía creativa, resiliencia y talento ciudadano.

Son muchas las localidades que han llevado a cabo proyectos de embellecimiento urbano que además de recuperar espacios urbanos poco atractivos han contribuido a dotarla de una nueva seña de identidad, y entre las acciones llevadas a cabo se encuentran: actuaciones de embellecimiento mediante instalaciones florales y ajardinamiento, rehabilitación de fachadas, mejora de la accesibilidad, sustitución del mobiliario urbano, revisión del pavimento, peatonalización de vías, etc.

La presente actuación consiste en la puesta en marcha de un **programa de embellecimiento estético del Casco Histórico de Oropesa del Mar** que cuente con la involucración de sus residentes. En este sentido se proponen las siguientes actividades:

- 1º Desarrollar un proceso participativo entre los residentes en el Casco Histórico de Oropesa del Mar sobre el proyecto de embellecimiento del espacio en el que habitan, en que se recogerán las propuestas e ideas sugeridas por los residentes.
- 2º Selección de las propuestas realizadas en el proceso participativo.
- 3º Desarrollo de las propuestas seleccionadas finalmente.

---

**Agente Responsable:** Ayuntamiento de Oropesa del Mar

**Agentes involucrados:** Concejalía de Turismo, Concejalía de Urbanismo, Comisión interdepartamental del Ayuntamiento de Oropesa del Mar, Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones de Vecinos.

---

**Prioridad:** Alta-Media

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de propuestas presentadas.
  - Nº de propuestas seleccionadas.
  - Nº d propuestas ejecutadas.
-

## L2. Competitividad turística

### L2.5 Programa de Formación sectorial

#### Necesidades a cubrir

Mantener e incrementar los niveles de calidad de las empresas turísticas de Oropesa del Mar mediante la formación y cualificación.

#### Objetivos específicos

- Identificar las necesidades de formación de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
- Desarrollar, en colaboración con el CdT d Castellón, un programa formativo para las empresas turísticas de Oropesa del Mar.

#### Descripción

La formación de los RR.HH. es uno de los pilares básicos y el principal activo para un desarrollo turístico de calidad en un destino. El Programa de Formación sectorial de Oropesa del Mar, que se propone debe basarse en las necesidades de formación que actualmente tiene el sector, especialmente con respecto a las relacionadas con el proceso de digitalización del sector, y en aquellas que se requieren en relación con el desarrollo futuro del turismo en el municipio. Para su puesta en marcha es preciso llevar a cabo un proceso de detección de necesidades formativas en el sector turístico de Oropesa del Mar, por lo que será fundamental contar con la colaboración de las asociaciones sectoriales, y las empresas turísticas del municipio, por un lado; y con el CdT de Castellón por otro.

Los objetivos generales que han de orientar el plan de formación turístico de Oropesa del Mar son:

1. Elevar la cualificación profesional de los RR.HH. del sector turístico.
2. Favorecer el aprendizaje de las nuevas tecnologías aplicadas al ámbito turístico.
3. Promover en los gestores y empleados turísticos de Oropesa del Mar la implantación de una cultura de calidad del servicio.

Así mismo en la elaboración del Programa de Formación sectorial, se ha de tener en consideración los objetivos y las actuaciones, especialmente en lo que se refiere a las líneas de competitividad y desarrollo de producto del Plan Director DTI 2021-2023. Las tareas a realizar para su puesta en marcha serían:

- Identificar las necesidades formativas del sector, especialmente en relación con el proceso d digitalización del sector.
- Adecuar los planes formativos sectoriales (de carácter anual) en función de las necesidades formativas identificadas.

Recomendamos realizar esta actuación en coordinación y colaboración con la oferta formativa de del CdT de Castellón.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales y empresas turísticas de Oropesa del Mar, CdT de Castellón.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de acciones formativas identificadas.
  - Nº de acciones formativas llevadas a cabo.
  - Nº asistentes a las acciones formativas
-

## L2. Competitividad turística

### L2.6 Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar - INNOVAtur

#### Necesidades a cubrir

Acercar la innovación a las pequeñas y micro empresas del sector turístico de Oropesa del Mar, en el desarrollo de sus procesos, productos, y servicios.

#### Objetivos específicos

- Favorecer las relaciones entre las empresas turísticas de Oropesa del Mar mediante la creación de espacios de colaboración, facilitando el contacto entre ellas.
- Descubrir las sinergias existentes entre los agentes turísticos de Oropesa del Mar.
- Fomentar una nueva cultura de innovación colaborativa en el territorio.
- Facilitar la creación de productos y servicios turísticos innovadores.

#### Descripción

Los destinos turísticos se enfrentan en la actualidad a desafíos económicos, ambientales y sociales significativos, y la innovación es la herramienta precisa que contribuye a incrementar su diferenciación y eficiencia, satisfaciendo mejor las necesidades de la demanda y adaptándose con más garantías a la evolución del mercado turístico. La innovación se convierte, por tanto, en un factor clave para la reinención permanente de los destinos turísticos y para el mantenimiento de su competitividad.

La necesidad de incorporar la innovación al turismo responde a una doble necesidad, por un lado adaptar los productos y servicios a las actuales tendencias de la demanda; y por otro, afrontar el proceso de los cambios disruptivos derivados de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación.

En este sentido, la innovación no es una acción que se aborda en un momento determinado, es una actitud que ha de mantenerse en un proceso constante, y que afecta tanto al diseño de producto turístico, que han de adaptarse a las nuevas necesidades y motivaciones de los viajeros en gran medida determinadas por el cambio en el concepto de viajar, la hiper-segmentación, y el aumento en el uso cotidiano de la tecnología; como a la promoción y la comercialización.

Considerando la dificultad que las pequeñas y medianas empresas turísticas tienen para dedicar recursos a la innovación, especialmente en relación con el diseño y desarrollo de productos; y teniendo en cuenta también el valor de la colaboración entre los agentes turísticos del destino sobre la base del aprovechamiento de sus sinergias, se propone crear un espacio de innovación y colaboración denominado INNOVAtur – Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar

Las tareas a desarrollar en relación con esta actuación son:

- a) **Definición detallada del proyecto INNOVAtur** – Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar, definiendo sus objetivos específicos y el alcance de los mismos.

La definición del proyecto ha de contemplar el desarrollo de un proceso participativo, mediante la realización de mesas / talleres de trabajo con los agentes turísticos de Oropesa del Mar propuestas en el marco de la actuación L1.4 (Programa de integración y coordinación del sector turístico de Oropesa del Mar).

El objetivo principal de estos talleres será exponer qué es la innovación en relación con el turismo, y sensibilizar a los empresarios turísticos de Oropesa del Mar sobre la importancia de incorporar la innovación a sus procesos de trabajo. Así mismo estos talleres permitirán recabar las adhesiones de las empresas turísticas al proyecto INNOVAtur – Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar.

- b) **Conformación de los grupos de trabajo**, que se pueden estructurar por producto, o en función de los intereses de los agentes participantes.
- c) **Realización de talleres de trabajo** para la identificación de proyectos de colaboración.
- d) **Selección de proyectos** y desarrollo de los mismos.

El resultado final de los proyectos serán propuestas de productos y/o servicios que se desarrollarán con el apoyo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar.

En la implementación de esta acción sería recomendable contar con la colaboración de las Universidad Jaume I de Castellón, especialmente el Grado de Turismo, así como también con la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI), y con el Invat-tur.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales y empresas turísticas de Oropesa del Mar, Universidad Jaume I, Invat-tur, AVI.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de empresas participantes en el proyecto
  - Nº de talleres celebrados (anual)
-

### Actuaciones L3. Desarrollo de productos turísticos

El análisis de la oferta y los productos turísticos realizado durante el diagnóstico ha puesto de manifiesto la insuficiente estructuración de los productos turísticos de Oropesa del Mar desde la perspectiva de un mercado cada día más segmentado que busca y desea disfrutar experiencias durante su visita al destino. Además, se ha podido comprobar el escaso número de propuestas comerciales, de actividades o paquetes experienciales, tanto para viajeros que viajan por su cuenta, como para los que prefieren adquirir un paquete.

Para atraer a más visitantes e incrementar la duración de su estancia, el destino precisa impulsar la adecuación al mercado del portafolio de servicios y productos turísticos actuales, profundizando en su desarrollo con un enfoque de demanda.

Así mismo, conforme se desprende del diagnóstico turístico, es necesario impulsar el desarrollo de nuevos productos y servicios basados en un mejor aprovechamiento de los recursos y atractivos del municipio, orientados a satisfacer a una demanda turística con nuevas necesidades y motivaciones relacionadas con estilos de vida más activos y saludables, basadas en el disfrute de la naturaleza, la realización de actividades deportivas, el cuidado del cuerpo y la mente, etc., contribuyendo de esta forma a reducir la estacionalidad y diversificar la oferta turística, favoreciendo la creación de nuevas iniciativas empresariales y a la generación de empleo.

Cuadro 6. Actuaciones de la línea de Desarrollo de productos turísticos

L3	Desarrollo de Productos turísticos
	L3.1 Diseño y desarrollo de experiencias turísticas
	L3.2 Impulso del producto gastronómico de Oropesa del Mar
	L3.3 Aprovechamiento turístico de los Recursos Culturales y Naturales de Oropesa del Mar
	L3.4 Impulso del turismo náutico.
	L3.5 Desarrollo del producto turístico Reuniones & Incentivos.
	L3.6 Impulso del turismo familiar.
	L3.7 Oropesa del Mar, destino BikeFriendly – Incorporación a la Red Eurovelo.
	L3.8 Impulso del turismo deportivo.

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.1 Diseño y desarrollo de experiencias turísticas

##### Necesidades a cubrir

Existencia de un portafolio de experiencias turísticas que incluyan propuestas de consumo basadas en los recursos y atractivos de Oropesa del Mar.

##### Objetivos Específicos

Los objetivos de esta actuación son:

- Diseñar ofertas de experiencias paquetizadas comercializables dirigidas tanto al turista como a los intermediarios del sector. Estas ofertas estarán vinculadas a los productos de Oropesa del Mar, trasladando al mercado una oferta más diversa y atractiva que promueva la generación de pernoctaciones y la desestacionalización.
- Incrementar la demanda turística de Oropesa del Mar, tanto a nivel nacional como internacional.
- Fomentar la colaboración entre el sector turístico del municipio mediante la elaboración conjunta de propuestas de consumo que integren diferentes elementos de la oferta turística de Oropesa del Mar.
- Diversificar el portafolio de productos turísticos de Oropesa del Mar.

##### Descripción

Entre las debilidades que se han identificado en la fase de diagnóstico del turismo en Oropesa del Mar destaca el escaso desarrollo de propuestas comerciales de carácter experiencial que inspiren el viaje al destino, y motiven su compra.

La evolución del mercado turístico, de los canales (internet) y, por supuesto, del propio comportamiento del viajero, han redefinido las tendencias en el marketing turístico, que apunta hacia un cambio en la forma en que se configura el producto turístico, no sólo como una mera agrupación de servicios, sino como una oferta integral, dinámica y flexible, que responde a una experiencia demandada por el cliente.

El reto de poner a disposición del turista e intermediarios del mercado, productos turísticos asociados a experiencias es aún mayor y más relevante en el caso de los destinos turísticos tradicionales de sol y playa, muy afectados por la estacionalidad y con un posicionamiento muy maduro en los mercados, permitiendo su reposicionamiento si logran configurar su oferta poniendo en valor también otros atributos y experiencias diferenciales.

Teniendo en cuenta los hábitos de los nuevos viajeros, se debe diseñar una amplia variedad de oferta de producto basada en diferentes experiencias, que permita a viajeros con distintas motivaciones, disfrutar de actividades relacionadas con su motivación principal, pero también complementar su estancia con otras actividades afines o anexas a esa actividad principal.

El eje vertebrador de los paquetes de experiencias es la emocionalidad, propuesta de valor fundamental de las ofertas que se generen.

En este sentido, las experiencias turísticas se entienden como la actividad o conjunto de actividades que producen estados emocionales positivos, que las convierten en recuerdos memorables.

De esta manera, se propone crear propuestas de actividades y paquetes con precio cerrado de una o varias noches de duración, y que podrán estructurarse por:

- Un componente de la oferta turística de Oropesa del Mar con una propuesta experiencial. (p.ej.: un curso de iniciación al submarinismo, fin de semana romántico en un hotel, etc.)
- Dos o más componentes de la oferta turística de Oropesa del Mar con una o varias propuestas experienciales (fin de semana en un hotel + actividad náutica + experiencia gastronómica; o con una degustación gastronómica y asistencia a un evento cultural, etc.)

Los paquetes de experiencias se diseñarán con criterios de segmentación, tanto por etapa de vida:

- Parejas (sin hijos)
- Familias (con hijos)
- Seniors.
- Jóvenes.

Como por criterios motivacionales:

- Experiencias activas Mar y Montaña, basadas en la Ruta Vía Verde, a realizar a pie o en bicicleta, la Red de senderos del Desierto de las Palmas y otras actividades que pueden realizarse en el mar (actividades náuticas), y los espacios naturales localizados en Oropesa o en municipios colindantes, según la época del año.
- Gastronomía. Experiencias basadas en la degustación de la gastronomía de la localidad y también en la participación en actividades como talleres de cocina, eventos gastronómicos, demostraciones con productos autóctonos, etc.
- Cultura. Experiencias basadas en la participación en cualquiera de los eventos que se celebran en la localidad y también en el descubrimiento del patrimonio cultural e histórico de Oropesa del Mar
- Eventos y festivales, deportes, etc.

El diseño de estos paquetes se hará en el marco de un proceso formativo dirigido a las empresas turísticas de Oropesa del Mar en el que se transmitirá la metodología para el diseño y creación de experiencias turísticas, que contará con prácticas que se utilizarán para el diseño de las primeras experiencias. El proceso formativo se desarrollará en el marco del Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar INNOVAtur (acción L2.6), siendo esta una de las primeras actuaciones a desarrollar en este ámbito de innovación turística.



La promoción y comercialización posterior de estas experiencias se apoyará en las herramientas y actividades que en este ámbito desarrolle el Área de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar (web turística de Oropesa del Mar, contratación de una Agencia Online, etc.), y a través de las plataformas que articulen las empresas turísticas del municipio.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales y empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de empresas participantes en las acciones formativas.
  - Nº experiencias turísticas desarrolladas.
-

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.2 Impulso del producto gastronómico de Oropesa del Mar

##### Necesidades a cubrir

Impulso a la gastronomía de Oropesa del Mar mediante su puesta en valor como producto turístico.

##### Objetivos Específicos

- Desarrollar el Club de Producto de Turismo Gastronómico de Oropesa del Mar.
- Fomentar la colaboración profesional en el ámbito de la gastronomía de Oropesa del Mar, en relación con el desarrollo de un producto gastronómico diferencial e innovador.
- Incrementar la notoriedad de Oropesa del Mar en relación con la gastronomía, en los mercados objetivo, nacionales y en los internacionales
- Impulsar el diseño de paquetes experienciales relacionados con el producto gastronómico.

##### Descripción

La gastronomía se ha convertido en un importante dinamizador del turismo en los destinos españoles, experimentando a nivel global un importante crecimiento como motivación principal o complementaria en la elección del destino de viaje.

Oropesa del Mar cuenta con una interesante propuesta gastronomía tradicional vinculada a los productos autóctonos y a la saludable dieta mediterránea, configurando en conjunto un producto caracterizado por la autenticidad y la sostenibilidad. Y, por otro lado cuenta también con una amplia y diversa oferta de restaurantes y bares con notable potencial turístico.

Este conjunto de elementos, a los cuales se suma la marca de calidad *Castellón Ruta de Sabor*, promovida por la Diputación de Castellón, una marca de reconocimiento de los productos agro-alimentarios y los sabores elaborados y producidos dentro de la provincia de Castellón y que siguen estrictos estándares de calidad, permiten a Oropesa del Mar cohesionar un atractivo producto gastronómico muy diferencial y de gran calidad. Para organizarlo se propone la creación del Club de Producto “Turismo Gastronómico”. Este club de producto se plantea como la herramienta adecuada para estructurar y orientar turísticamente la oferta gastronómica del municipio impulsando la colaboración y el desarrollo de este importante sector de Oropesa del Mar, contribuyendo a la innovación y al diseño de productos de calidad adecuados a las tendencias de la demanda, y generando valor para el resto de productos turísticos del destino.

En este sentido, se proponen las siguientes actividades:

- a. Implementación del Club de Producto de Turismo Gastronómico “Oropesa del Mar, con mucho gusto”.
  - Convocatoria de reunión con los componentes de la oferta de restauración de Oropesa del Mar para presentar el Club de Producto de Turismo Gastronómico “Oropesa del Mar, con mucho gusto”, e identificar a los establecimientos interesados en participar.
  - Realización de Talleres de trabajo para la elaboración del Manual de Producto y del

#### Manual de Gestión del Club de Producto

- Puesta en marcha del Club de Producto de Turismo Gastronómico “Oropesa del Mar, con mucho gusto”: desarrollo de productos, elaboración del Plan de Marketing, diseño de herramientas online (web, apps).
- b. **Realización de eventos gastronómicos en Oropesa del Mar.** La organización de eventos gastronómicos ha de contribuir a la puesta en valor de los productos y la gastronomía de Oropesa del Mar. En este sentido, y con el objetivo de llevar a cabo eventos que aporten valor diferencial, es preciso seleccionar adecuadamente la tipología, el alcance, y el argumento de los eventos a organizar. Para ello, se propone organizar un grupo de trabajo sectorial para definir los potenciales eventos gastronómicos a organizar en Oropesa del Mar.
- c. **Desarrollo de Jornadas Gastronómicas.** Con el objetivo de tener un mayor impacto mediático en la promoción de las excelencias gastronómicas de Oropesa del Mar, así como con el fin de atraer más visitantes, se propone la realización de Jornadas Gastronómicas a lo largo del año basadas en los productos de temporada y/o en productos pertenecientes al club de calidad *Castellón Ruta de Sabor*. Como ejemplo, durante los últimos meses de 2020 se celebró en Oropesa del Mar la 1ª Jornada Gastronómica de la Calabaza, en la que además de organizar un certamen de recetas de platos con calabaza entre los residentes en el municipio, han participado 9 establecimientos de restauración con ofertas gastronómicas relacionadas con el mencionado producto.

En este sentido, se propone definir, en colaboración con el Club de Producto de Turismo Gastronómico y las Asociaciones sectoriales, un conjunto de Jornadas Gastronómicas distribuidas a lo largo del año y, en coordinación y colaboración con el resto de agentes turísticos del municipio, elaborar paquetes de experiencias en torno a estos eventos siguiendo los criterios establecidos en la actuación L3.1.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Cultura – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales, restaurantes de Oropesa del Mar, Diputación de Castellón.

---

**Prioridad:** Alta

---

#### **Indicadores de seguimiento:**

- Creación del Club de Producto de Turismo Gastronómico.
  - Nº de establecimientos participantes en el Club de Producto.
  - Eventos gastronómicos realizados (año)
  - Jornadas Gastronómicas realizadas (año)
- 

### L3. Desarrollo de productos turísticos

### L3.3 Aprovechamiento turístico de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar

#### Necesidades a cubrir

Mejorar el nivel de aprovechamiento turístico de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.

#### Objetivos Específicos

- Optimizar la puesta en valor de los recursos históricos y monumentales del Oropesa del Mar, generando condiciones para el desarrollo de producto turístico que complemente la actual oferta del municipio.
- Incrementar el portafolio de productos turísticos de Oropesa del Mar, contribuyendo a su configuración como destino multiproducto.
- Aumentar la estancia media y el gasto turístico en el destino.

#### Descripción

Oropesa del Mar, conforme se recoge en el Diagnóstico Turístico elaborado, cuenta con un conjunto de recursos monumentales y culturales que evidencian su singular pasado histórico, y que poseen un notable grado de atractivo turístico. El Caso Antiguo de Oropesa del Mar es uno de los principales espacios histórico-culturales del municipio, que alberga algunos de los principales recursos y atractivos patrimoniales y culturales de Oropesa, y a través del cual se accede al Castillo de Oropesa, el recurso monumental de mayor relevancia. Y, además, ya fuera del casco urbano y en paralelo a la línea de costa se encuentra un conjunto de “Torres Vigía” que igualmente constituyen un recurso de gran interés turístico.

En conjunto la totalidad de recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar ya cuentan con un grado importante de aprovechamiento turístico, estando preparados para su visita, en algunos existe la posibilidad de realizar visitas guiadas o con audioguías, y poseen también algunos elementos interpretativos que facilitan el disfrute de los visitantes. No obstante, los avances en el campo de las TIC's han dado lugar a la generación de nuevas herramientas que incrementan notablemente el aprovechamiento turístico de los recursos, permitiendo el diseño y desarrollo de productos turísticos más complejos y con un mayor grado de disfrute, entre las que cabe destacar, la realidad aumentada, la realidad virtual, la interpretación a través de beacons, etc.

En este sentido, se propone el desarrollo de las siguientes actividades:

- a. **Renovación de los elementos interpretativos de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.** La mayor parte de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar ya disponen de señalización indicativa e interpretativa. No obstante, la evolución en este ámbito permite mejorar estos elementos, al tiempo que amplía las posibilidades de definir itinerarios temáticos que ayudan a contextualizar los recursos históricos del municipio.

En relación con esta actividad, será preciso determinar los mecanismos de interpretación más adecuados para cada uno de los recursos, en función de si es visitable o no, siendo mayor el esfuerzo interpretativo a realizar en esta última tipología de recursos.

- b. **Adaptar la puesta en valor de los recursos mediante el desarrollo de herramientas TIC.** El desarrollo en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación ha provocado importantes avances en relación con la puesta en valor turístico de los recursos y atractivos de los destinos, entre los cuales hay que destacar la Realidad Aumentada y la Realidad Virtual.

En esta línea, y con el objetivo de incrementar el aprovechamiento de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar con propuestas de valor que contribuyan a su diferenciación como destino turístico se proponen las siguientes acciones:

- ▶ Desarrollo de un catálogo 360º de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar. Este catálogo permitirá contar con imágenes y videos en 360º, que además de poder integrarlo en el mapa interactivo existente, permitirá enriquecer los elementos interpretativos de los recursos mediante la incorporación de tecnología NFC o QR.
  - ▶ Creación de recorridos virtuales mediante Realidad Virtual que estará a disposición de los usuarios a través de la web del destino, en la Oficina de Turismo, y en los mismos recursos turísticos. En este sentido, se propone el desarrollo de tres tours virtuales: (i) Casco Histórico de Oropesa del Mar, (ii) Castillo de Oropesa del Mar, y (iii) Las Torres Vigías de Oropesa del Mar.
- c. **Programación de actividades interpretativas.** El Área de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar ya organiza visitas guiadas a algunos de los principales recursos históricos y monumentales del municipio. No obstante, se propone reforzar la programación de actividades, especialmente en temporada en la que hay mayor afluencia turística, mediante la realización de visitas teatralizadas, o recreaciones históricas.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Cultura – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Comisión interdepartamental, Consejo Sectorial de Turismo, Diputación de Castellón.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Proyectos de renovación de señalización interpretativa realizados en los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.
  - Proyectos de Realidad Aumentada y Realidad Virtual desarrollados en los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.
  - Nº de usuarios de las visitas y actividades interpretativas realizadas por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar.
-

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.4 Mejora de la puesta en valor turístico de los recursos naturales de Oropesa del Mar

##### Necesidades a cubrir

Mejorar el nivel de aprovechamiento turístico de los recursos naturales de Oropesa del Mar.

##### Objetivos Específicos

- Optimizar la puesta en valor de los recursos naturales del Oropesa del Mar, generando condiciones para el desarrollo de productos turísticos que complemente la actual oferta del municipio.
- Incrementar el portafolio de productos turísticos de Oropesa del Mar, contribuyendo a su configuración como destino multiproducto.
- Aumentar la estancia media y el gasto turístico en el destino.

##### Descripción

El municipio de Oropesa del Mar cuenta con un conjunto de recursos y atractivos naturales, entre los que, además de su litoral que posee un notable valor medioambiental y que constituye su principal recurso, cabe destacar el espacio natural conformado por la Sierra de Oropesa, un



sistema con un importante interés paisajístico y ambiental que discurre paralelo a la costa y en donde ya se encuentra una oferta de senderos señalizados y homologados, según se señala en el Diagnóstico Turístico. También sobresale la Vía Verde, una ruta que aprovechando un antiguo trazado ferroviario permite disfrutar de un entorno paisajístico y medioambiental de gran valor. Y, finalmente la red de rutas del municipio.

Además de estos singulares recursos, en las proximidades de Oropesa del Mar se encuentran un conjunto de Espacios Naturales Protegidos con un alto valor paisajístico y medioambiental, que por su cercanía al municipio pueden formar parte de su oferta turística, contribuyendo a la conformación de un portafolio de productos diversificado que incluya propuestas orientadas a complementar la propuesta de valor principal de Oropesa del Mar, “el sol y la playa”. En este sentido, entre los cambios que caracterizan el comportamiento de consumo de la demanda turística destaca el incremento por el interés en la naturaleza, así como también por disfrutar del tiempo de ocio de una manera activa.

- Los Espacios Naturales Protegidos a considerar son:
- El Parque Natural Desierto de las Palmas.
- El Parque Natural Islas Columbretes.
- El Parque Natural de la Sierra del Espadán.
- El Parque Natural Prat de Cabanes – Torreblanca.

La propuesta consiste en desarrollar un conjunto de propuestas comerciales de carácter experiencial, siguiendo la metodología propuesta en la acción L3.1, con actividades a desarrollar en los Espacios Naturales Protegidos: senderismo, cicloturismo, birdwatching, excursión náutica al R.N. Islas Columbretes, etc.

En este sentido, se propone organizar talleres de trabajo, en el marco del Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar – INNOVAtur, con empresas turísticas, receptivos, y operadores especializados para concretar las propuestas de actividades y determinar los canales para su posterior comercialización.

Se trata de organizar jornadas y talleres de trabajo con empresas y asociaciones locales organizadores de actividades deportivas y operadores especializados en estas modalidades para concretar paquetes turísticos vinculados con la actividad deportiva y ecoturística.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo, Empresas turísticas de Oropesa del Mar, receptivos que operen con productos de Oropesa del Mar, operadores especializados de la provincia interesados en desarrollar actividades desde Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Media

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de propuestas de turismo activo y de naturaleza diseñadas.
-

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.5 Impulso el Turismo Náutico

##### Necesidades a cubrir

Mejorar el posicionamiento de la oferta de turismo náutico de Oropesa del Mar.

##### Objetivos Específicos

- Impulsar el desarrollo de productos de turismo náutico vinculados a una propuesta de “vacaciones activas en el mar”, como alternativa al modelo tradicional de “sol y playa”.
- Incrementar el portafolio de productos turísticos de Oropesa del Mar, contribuyendo a su configuración como destino multiproducto.
- Aumentar la estancia media y el gasto turístico en el destino.

##### Descripción

Oropesa del Mar cuenta con una variada e interesante oferta para la práctica de actividades náutico-recreativas. El turismo náutico es un producto que además de no ser tan estacional constituye un complemento de gran interés para los destinos clásicos de “sol y playa”, al mismo tiempo que aportan valor a la oferta del destino, contribuyendo a su diversificación.

Oropesa del Mar cuenta con más de 700 amarres distribuidos en 7 pantalanes fijos tipo claraboya, y dispone de todos los servicios portuarios, técnicos y administrativos necesarios para el navegante. El Club Náutico de Oropesa del Mar ofrece además la posibilidad de practicar vela, buceo, piragüismo, windsurf o pesca deportiva.

Este concepto de producto se fundamenta en los diversos aspectos que se vinculan con el mundo de los deportes y actividades náuticas.

El auge que ha experimentado en los últimos años la práctica de las actividades náutico-deportivas se ha traducido, entre otros aspectos, en un crecimiento significativo de los aficionados que realizan desplazamientos turísticos vinculados a estas actividades.

En este sentido, en los últimos años el turismo náutico ha crecido fuertemente en el territorio español, y particularmente en la Comunitat Valenciana y cada vez son más los viajeros de otros países y los propios españoles que buscan disfrutar de las múltiples alternativas de la recreación náutica. Desde paseos en velero, recorridos en motos acuáticas, actividades subacuáticas, excursiones chárter, práctica de windsurf, paddle surf, surf, etc.

Dado el incremento de la demanda de turismo náutico, y la importancia de este producto en relación con la dinamización turística de los destinos de litoral, Turisme C.V. ha lanzado una web específica, en el marco del programa Crea-Turisme, para promocionar el turismo náutico en la región, y comercializar ofertas de carácter experiencial dirigidas directamente a este mercado.

Por otro lado, algunas de las principales características de la demanda turística de actividades náutico-recreativas en la Comunitat Valenciana, según se señala en el último estudio realizado por Turisme de C.V. son:

- Las actividades de ocio náutico más practicadas durante el periodo estival en la Comunitat



Valenciana son las relacionadas con las excursiones en barco (propio o alquilado), la vela ligera, y el windsurf. En temporada no estival destaca la práctica del submarinismo y el kitesurf.

- Internet es el canal más utilizado para informarse sobre destinos de turismo náutico. Otras fuentes utilizadas son las recomendaciones de otros aficionados, los Clubes Náuticos, y las obtenidas a través de webs y revistas especializadas.
- El turista náutico en la Comunitat contrata la actividad náutica desde su origen. Sin embargo, aquellos que contratan en destino son los que practican charter náutico, submarinismo o pesca subacuática.
- En general, realizan la actividad náutica acompañados de amigos o con la familia.
- El gasto medio diario por persona en la realización de actividades náutico-recreativas está en torno a los 100 €.
- La demanda de turismo náutico es complementaria con otros productos del destino: Playas, Gastronomía, Turismo Activo, asistencia a eventos culturales y musicales, etc.

En este contexto, Oropesa del Mar cuenta con excelentes condiciones para que la actual oferta de turismo náutico del municipio adquiera un mayor posicionamiento y protagonismo en el marco de la oferta turística general del mismo, convirtiendo a Oropesa del Mar en uno de los destinos de referencia de la provincia de Castellón en relación con la práctica de actividades náutico-recreativas.

En relación con el impulso del turismo náutico en Oropesa del Mar y dado que ya cuenta con una oferta estructurada relacionada con este producto, se proponen las siguientes actuaciones:

1º Diseño y desarrollo de propuestas comerciales de carácter experiencial relacionadas con el Turismo Náutico, y su organización por segmentos. Un ejemplo de organización de la oferta sería:

- *Active Beach* (actividades desde la playa): Banana Boat, alquiler de Kayak, circuito de moto náutica, rutas en moto náutica, Flyboard, Paddle Surf, Windsurf, etc.
- *Under Water* (actividades bajo el agua): Rutas guiadas de snorkel, bautizo de submarinismo, buceo en Columbretes, Buceo en el Cabo de Oropesa, cursos de buceo, etc.
- *Fishing* (actividades de pesca): Salidas de pesca deportiva, etc.
- *Sailing* (actividades de navegación): Excursiones en velero con y sin patrón, excursiones en Catamarán a la R. N. Islas Columbretes, puesta de sol en un velero por la costa de Castellón, etc.
- Actividades Náuticas en familia.
- Actividades Náuticas con amigos.

El desarrollo de las propuestas experienciales se llevará a cabo en el marco de talleres de trabajo realizados en el Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar.

- 2º Desarrollo en la web de Oropesa del Mar (oropesadelmarturismo.com) de un microsite específico sobre turismo náutico en el que además de la presentación de oferta de turismo náutico del municipio se promoció y comercialice las experiencias turísticas desarrolladas, conforme el punto anterior.
- 3º Alojamiento de las experiencias de turismo náutico en Oropesa del Mar en la web de Turisme de la Comunitat Valenciana (<https://nautica.comunitatvalenciana.com/nautica-comunitat-valenciana>) y (<https://buceo.comunitatvalenciana.com/buceo-en-la-comunitat-valenciana>)
- 

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo, Club Náutico de Oropesa del Mar, empresas de actividades náuticas, empresas turísticas.

---

**Prioridad:** Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de propuestas de turismo náutico diseñadas.
  - Diseño y desarrollo del site de Turismo Náutico en la web oropesadelmarturismo.com.
  - Experiencias subidas a las webs de turismo náutico de Turisme de la Comunitat Valenciana.
-

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.6 Desarrollo del producto de Turismo de Reuniones e Incentivos

##### Necesidades a cubrir

Diversificar el portafolio de productos turísticos de Oropesa del Mar mediante el desarrollo del segmento MICE, contribuyendo a la desestacionalización de la actividad turística en el municipio.

##### Objetivos Específicos

- Promover una estructuración de la oferta turística de Oropesa del Mar en relación con el mercado de Reuniones favoreciendo con ello una acción más efectiva de los operadores del municipio relacionados con este producto-mercado.

##### Descripción

El Turismo de Reuniones constituye un producto/mercado que ha ido adquiriendo relevancia en el desarrollo turístico de los destinos, y que, por sus características (estancia media, imagen, gasto medio, consumo en el destino, etc.), y potencial, es considerado un mercado que puede contribuir a desestacionalizar la actividad turística en Oropesa del Mar, al mismo tiempo que aportar valor al conjunto de la oferta turística del municipio.

Las organizaciones que constituyen la demanda de este mercado se agrupan en tres grandes grupos.

- a. Asociaciones, colegios profesionales y organizaciones similares que componen el segmento de mercado llamado “asociativo”.
- b. Administraciones y organizaciones públicas que conforman el segmento “público o gubernamental”.
- c. Empresas que constituyen el segmento llamado “corporativo”.

Por lo que se refiere a las reuniones que esta demanda genera, a efectos prácticos pueden diferenciarse las siguientes modalidades:

- Reuniones tipo *Congreso*
- Reuniones tipo *Convención*
- Reuniones tipo *Jornada*
- *Incentivos*. Los viajes de incentivo son promovidos fundamentalmente por empresas y tienen un componente lúdico importante y aunque suele celebrarse alguna sesión de trabajo. Los incentivos se emplean como herramienta para premiar y motivar al equipo humano de las organizaciones.

Según la tipología del evento, es importante destacar la tendencia de crecimiento, en los últimos años, de eventos de pequeño tamaño (no más de 200 asistentes), que encajan en las características de la oferta específica de Oropesa del Mar en relación con este mercado.

Oropesa del Mar, cuenta con una oferta apta para la celebración de Reuniones, si bien no es un destino que hasta el momento se haya posicionado como tal de una manera estructurada y

profesional, no obstante, y como resultado de la labor de algunos operadores del destino, en Oropesa del Mar, especialmente Marina D'Or, se desarrollan reuniones y jornadas.

En este sentido, la estructuración y organización del producto ha de contribuir a mejorar el posicionamiento de Oropesa del Mar entre los diferentes tipos de organizadores de reuniones e incentivos. En relación con esta actuación las tareas a desarrollar en este sentido son:

#### 1. **Realización de un Manual Profesional para Reuniones e Incentivos.**

En colaboración con el sector turístico proceder a la elaboración de un Manual Profesional para Reuniones e Incentivos, que contenga, los equipamientos públicos y privados de que dispone el municipio para la celebración de Reuniones, la oferta de alojamiento turístico disponible, la oferta de restaurantes, la oferta de empresas de servicios para el desarrollo de eventos, y empresas de oferta complementaria.

Asimismo, y ante el importante aumento de la competencia en el mercado MICE a nivel nacional, crece la importancia de otros factores que hacen más atractiva la propuesta de valor de los destinos, uno de estos factores es, sin duda, lo que el destino puede ofrecer como opción para el tiempo de ocio de los participantes en los eventos que se celebran en el mismo; es decir, lo que se denomina el Programa Social del evento. Por ello, se sugiere incluir en el Manual una propuesta organizada de Programa Social y Programa AfterMeeting, con los objetivos, de incrementar el valor y la competitividad de Oropesa del Mar como destino de reuniones e incentivos, y también de alargar la estancia de los participantes en los eventos y de sus acompañantes.

El Manual es una herramienta crucial para facilitar a los profesionales del municipio la captación de candidaturas de reuniones e incentivos para Oropesa del Mar.

#### 2. **Desarrollar el segmento de Incentivos e incluirlo en el Manual Profesional.**

El desarrollo del segmento de incentivos se plantea desde la conformación o configuración de experiencias, entendidas como paquetes de incentivos, basadas en actividades de carácter experiencial centradas en los productos de Oropesa del Mar (sol & playa, actividades náutico-recreativas, actividades en la naturaleza, gastronomía, visitas culturales, etc.); en donde además se puede incluir el entorno provincial y regional (tours a otros destinos próximos de interior y del litoral de Castellón, etc.).

De este modo se plantean 2 posibles tipologías de incentivos-experiencias:

- a. *Incentivos-experiencias actividades Mar y Montaña* aprovechando los recursos de Oropesa del Mar y su entorno, especialmente las experiencias relacionadas con el Turismo Náutico y el Turismo Activo.
- b. *Incentivos-experiencias ocio con gastronomía* aprovechando la oferta de Oropesa del Mar en relación con estos productos.

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Elaboración del Manual Profesional para Reuniones e Incentivos en Oropesa del Mar.
  - Nº de propuestas experienciales en el Programa Social vinculado a la celebración de reuniones en Oropesa del Mar.
  - Nº de propuestas experienciales para Incentivos
-

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.7 Oropesa del Mar, destino BikeFriendly – Incorporación a la Red Eurovelo.

##### Necesidades a cubrir

Puesta en valor turístico de la infraestructura relacionada con el cicloturismo que posee el municipio de Oropesa del Mar.

##### Objetivos Específicos

- Desarrollar el producto “cicloturismo” con criterios de segmentación y en clave de experiencias orientadas a sus distintos perfiles y motivaciones vacacionales, para dotar de contenido al producto en la Web de turismo de Oropesa del Mar y otros instrumentos de promoción.
- Promover el destino como “Oropesa del Mar BikeFriendly” e impulsar la visibilidad de Oropesa del Mar como destino de la Ruta del Mediterráneo de la red Eurovelo.

##### Descripción

El cicloturismo es hoy uno de los principales productos turísticos del portafolio de productos del turismo de intereses especiales a nivel internacional. Para países y destinos posicionados en los mercados internacionales, el desarrollo de infraestructura e instalaciones de soporte para cicloturistas ha tenido un retorno superior a otros tipos de turismo.

En Europa, los cicloturistas europeos que transitaron por la Eurovelo<sup>5</sup> (la red de ciclovías más importante del mundo) gastaron casi 60.000 millones de euros en 2012. Oropesa del Mar se ubica en una de las tres rutas Eurovelo que atraviesan la Península Ibérica, se trata de la Ruta del Mediterráneo (número 8) que conecta 11 países europeos ribereños a lo largo de 5.880 km desde Cádiz hasta la isla de Chipre.

El cicloturismo es especialmente adecuado para Oropesa del Mar tanto por las condiciones del destino que, como se indica en el diagnóstico cuenta con oferta para la práctica del cicloturismo, ya sea dentro del término municipal, como en los espacios naturales próximos, como por las características del usuario que, según los datos elaborados a partir de estudios de mercado<sup>6</sup> responde al siguiente perfil: Buen status social con estudios secundarios y principalmente universitarios, la edad media es de 45-55 años siendo el 40% mujeres y el 60% hombres. Viajan en pareja (el 50%) o en grupos de grupos (el 30%). La duración media de un recorrido es de 8 días y gastan de media €439 por viaje.

En España se estima que los cicloturistas realizan más de 890,000 viajes que generan cerca de €390 millones y unos 80 millones de excursiones que generan €1.230 millones<sup>7</sup>.

<sup>5</sup>Eurovelo es una red de rutas ciclistas que cruzan el continente europeo con una extensión prevista de 70.000 km de las que ya están ya en funcionamiento 45.000 km. La red fue iniciada en 1995 por iniciativa de la Federación de Ciclistas Europeos (ECF) y apoyada por la Unión Europea

<sup>6</sup> El impacto económico del cicloturismo en Europa 2014 (Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente. Fundación de los Ferrocarriles Españoles). Síntesis de estudios realizados.

<sup>7</sup> El impacto económico del cicloturismo en Europa. Greenways Product Workshop, Olvera, 8 mayo 2013. Institute of Transport & Tourism. Dr Richard Weston

Por otra parte, el cicloturismo, y dentro de éste, la modalidad de bicicleta de montaña es una de las apuestas del turismo en la Comunidad Valenciana que ha desarrollado para su apoyo los Centros BTT que son espacios de acceso libre preparado para los practicantes de la bicicleta todo terreno (BTT o Mountain bike), que cuentan con una red de rutas señalizadas y con una serie de equipamientos y servicios de apoyo complementarios al uso de la bicicleta.

Oropesa del Mar forma parte del centro BTT Costa de Azahar ubicado en Torreblanca. Este centro BTT ofrece diez itinerarios muy accesibles desde Oropesa del Mar.

Dada la importancia estratégica del producto, se propone desarrollar un Grupo de trabajo formado por un técnico del Área de turismo del Ayuntamiento y por los empresarios y agentes interesados para contar con una estructura de apoyo y desarrollar las siguientes gestiones

- 1º) Gestionar la participación de Oropesa del Mar como destino de la Ruta del Mediterráneo de la red Eurovelo.
- 2º) Desarrollar propuestas para incorporarlas a los Instrumentos de promoción de <http://www.eurovelo.com/en> donde se presentan las rutas que participan en la Red que cuentan con un microsite y tienen acceso a los sitios web vinculados a las rutas.
- 3º) implementar alguno de los sellos “Bikefriendly” que garantizan la acogida al ciclista y que destaque a los alojamientos, restaurantes y otras infraestructuras que se adecuen a los criterios requeridos por la Red Eurovelo.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Inclusión de Oropesa del Mar en la Red Eurovelo
  - Número de empresas turísticas de Oropesa del Mar “bykefriendly”
  - Numero de propuestas / paquetes elaborados para el mercado cicloturista.
-

### L3. Desarrollo de productos turísticos

#### L3.8 Impulso del turismo deportivo en Oropesa del Mar.

##### Necesidades a cubrir

Puesta en valor turístico de la infraestructura deportiva del municipio, y desarrollo del turismo deportivo.

##### Objetivos Específicos

- Estructurar la oferta orientada a la celebración de eventos deportivos, tanto los equipamientos públicos y privados disponibles, como el resto de la oferta turística.
- Aprovechar el actual posicionamiento de la Diputación de Castellón como líder de un proyecto europeo para potenciar la relación de las administraciones locales y las organizaciones deportivas.
- Incrementar el número de eventos deportivos a celebrar en Oropesa del Mar, y por consiguiente, el número de visitantes y pernoctaciones en el municipio.

##### Descripción

El turismo deportivo se ha convertido en un elemento cada vez más importante de la oferta turística en la Comunitat Valenciana, situándose entre las cinco comunidades autónomas que más turistas reciben con la motivación principal de participar en algún evento deportivo.

La evolución del turismo deportivo muestra en los últimos años una tendencia creciente, y su relevancia radica no solo en este hecho, sino en su carácter desestacionalizador, un factor de gran importancia especialmente en los destinos de “sol y playa”.

La tipología de turista deportivo que llega a la provincia de Castellón depende del tipo de prueba a celebrar, aunque predomina el familiar. El deportista suele viajar acompañado de su equipo técnico, o en el caso de ser de categorías inferiores, junto a su familia.

En cuanto a su lugar de procedencia, la mayor parte de los turistas deportivos que viajan a la provincia de Castellón para participar en algún evento son residentes en España, que en muchos casos se desplazan a la provincia durante días. Tienen como objeto principal la participación en un evento deportivo, pero al mismo tiempo dedican tiempo a conocer el destino, con lo cual pueden también convertirse en futuros prescriptores como sede deportiva y como destino turístico.

En relación con el turismo deportivo, y como se pone de manifiesto en el análisis de los productos turísticos del municipio, Oropesa del Mar cuenta con una oferta de equipamientos deportivos públicos y privados que ya acogen la celebración de eventos deportivos durante todo el año.

En este sentido, la presente actuación pretende incrementar el aprovechamiento turístico de las infraestructuras deportivas del municipio impulsando la notoriedad de Oropesa del Mar como destino idóneo para la realización de eventos deportivos, tanto por las condiciones específicas que ofrece, como por los servicios y oferta turística con la que cuenta.



En este sentido, se proponen las siguientes tareas:

- 1º. **Realización de un Manual Profesional para Eventos Deportivos.** En colaboración con el sector turístico proceder a la elaboración de un Manual Profesional para Eventos Deportivos, que contenga, los equipamientos públicos y privados de que dispone el municipio para la celebración de eventos, la oferta de alojamiento turístico disponible, la oferta de restaurantes, la oferta de empresas de servicios para el desarrollo de eventos, empresas de oferta complementaria y ,muy importante, que incluya “sugerencias para el Programa Social”, conformado por productos turísticos de Oropesa del Mar, rutas y experiencias. El Manual es una herramienta crucial para facilitar a los profesionales del municipio la captación de candidaturas de eventos deportivos para Oropesa del Mar.
- 2º. **Realización de una Base de datos de las Asociaciones Deportivas regionales, nacionales, y de los principales destinos emisores internacionales de Oropesa del Mar** (Reino Unido, Francia, y Alemania), así como de las entidades deportivas que ya han celebrado algún evento deportivo en el municipio. El objeto de esta base de datos es servir de herramienta comercial para el envío del Manual Profesional de Eventos Deportivos en Oropesa del Mar, así como otras publicaciones de carácter promocional.

Se sugiere desarrollar esta actuación en colaboración con los siguientes agentes:

- con Marina D´Or, que desarrolla actividades en la captación de eventos deportivos, además de aportar equipamientos deportivos y aportar una importante experiencia en relación con este mercado.
- Con el Club Náutico de Oropesa del Mar, que al igual que en el caso anterior, además de contar con instalaciones aptas para eventos náutico-deportivos, ya desarrolla eventos en este campo y cuenta con experiencia que aporta valor al desarrollo de esta actuación.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo sectorial de Turismo, Marina D´Or, Club Náutico de Oropesa del Mar, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Elaboración Manual Profesional de Eventos Deportivos.
  - Nº de eventos deportivos realizados en Oropesa del Mar.
-

## Actuaciones L4- Promoción y comercialización

El Turismo es uno de los sectores que se han visto más influidos por el fenómeno de la globalización y el uso cotidiano y constante de internet. También es uno de los sectores donde se produce “más ruido y confusión” respecto de la oferta de destinos, productos y servicios con un crecimiento exponencial de operadores online, comparadores de ofertas y precios, webs y blogs sobre viajes y lifestyle cuyos contenidos se basan en los de los sitios oficiales y de las empresas.

El viajero que se interesa en un producto o destino ha de analizar una amplísima información y accede a variados soportes (boletines, alertas, ofertas, avisos) desde sitios web y redes sociales, a través de las noticias de los medios tradicionales, etc. Todo ello dificulta el encuentro con el mercado y obliga a los destinos y a las empresas a ser mucho más eficientes en la promoción para no perder cuota de mercado frente a la competencia. Los destinos se mueven en un escenario de comunicación continua y omnicanal que obliga a definir campañas precisas y motivadoras para captar la atención de los turistas y coordinar la labor con el resto de las entidades y actores de la actividad turística.

En esta línea estratégica se agrupan las acciones destinadas a incrementar el posicionamiento turístico de Oropesa del Mar y la comercialización de los productos que conforman su oferta para:

- Potenciar la imagen turística de Oropesa del Mar como destino.
- Posicionar Oropesa del Mar en coordinación con la marca de la provincia, de la región, y de la marca España.
- Atraer nuevos visitantes mediante el desarrollo de estrategias segmentadas enfocadas a transmitir experiencias y a la creación de relaciones emocionales con el destino.
- Adaptar la promoción turística a las tendencias actuales del mercado.

Cuadro 7. Actuaciones de la línea Promoción y comercialización

L4	Promoción y comercialización
	L4.1 Adecuación de la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar
	L4.2 Plan de marketing turístico online
	L4.3 Gestión de las Redes Sociales Turísticas de Oropesa del Mar
	L4.4 Campaña de promoción en Redes Sociales “Oropesa del Mar es tu destino”
	L4.5 Optimización de la presencia en portales turísticos institucionales
	L4.6 Promoción en el destino
	L4.7 Diseño y desarrollo de una App turística de Oropesa del Mar.
	L4.8 Promoción y comercialización de experiencias a través de <a href="http://span.info">span.info</a>
	L4.9 Acuerdos con Turoperadores y Agencias de Viajes online
	L4.10 Plan de participación en Ferias de Turismo
	L4.11 Colaboración y participación en Fam Trips y Press Trips en la región
	L4.12 Realización y participación en Blog Trips temáticos

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.1 Adecuación de la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar

###### Necesidades a cubrir

Adecuar la web turística de Oropesa del Mar a la estrategia definida en el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, mediante su adaptación a un enfoque de demanda. Es decir, considerando esta herramienta no como lo que el destino ofrece, sino como lo que el turismo puede hacer.

###### Objetivos específicos:

- Mejorar el menú de navegación de la web, dándole una estructura más sintética y con enfoque de demanda.
- Adecuar la página de las experiencias turística organizándola por producto: Playa, Familia, Náutico, Deporte, Naturaleza, Cultura, Gastronomía, etc.... y homogeneizar la estructura de las propuesta experienciales a promocionar a través de este canal.

###### Descripción

La Web de turismo es el instrumento a través del cual un territorio transmite su identidad como destino turístico y la esencia de las experiencias que brinda a sus potenciales visitantes, proporcionándoles la inspiración, información y herramientas que necesitan para culminar el proceso de decisión y planificación de viaje, por lo que se puede afirmar que constituye una de las herramientas de marketing más importantes para el logro de los objetivos de posicionamiento y de mercado de un destino turístico, y en la actualidad es el principal canal a través del cual se transmite la propuesta de valor del destino.

Oropesa del Mar cuenta con una web turística ([www.oropesadelmarturismo.com](http://www.oropesadelmarturismo.com)), que si bien está diseñada a partir de un enfoque de oferta, es decir la web está organizada a partir de la oferta turística que el municipio posee en relación con sus principales recursos y productos turísticos (playas, deporte, cultura, gastronomía, ....) cuenta con un contenido adecuado para satisfacer las necesidades actuales de la demanda turística en relación con la inspiración, la información del destino, y la posibilidad de realizar reservas. Al mismo tiempo, la web está adaptada para ser visualizada en diferentes dispositivos móviles, y cuenta con un alto grado de accesibilidad.

No obstante, teniendo en consideración las acciones que conforman la línea de Desarrollo de Productos Turísticos se proponen las siguientes acciones de mejora y adecuación de la web turística de Oropesa del Mar:

- 1º. **Simplificación del menú de la web con un enfoque más de demanda:** Qué hacer, Planifica tu viaje, Agenda, o cualquier otro esquema

2º. **Incluir en la web una página de experiencias turísticas segmentadas por producto.** Las experiencias han de contar con una estructura unificada, para lo que se definirá una plantilla a difundir entre las empresas turísticas del municipio.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Área de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Adecuación de la web turística de Oropesa del Mar.
  - Datos de análisis Web (Google Analytics)
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.2 Plan de Marketing Turístico Online de Oropesa del Mar

###### Necesidades a cubrir

Promocionar Oropesa del Mar en los mercados objetivo mediante el uso de canales online.

###### Objetivos específicos:

- Mejorar el posicionamiento online de Oropesa del Mar.
- Captar segmentos de mercado turístico de mayor interés para Oropesa del Mar.
- Fidelizar a los turistas actuales de Oropesa del Mar.
- Optimizar la inversión en promoción turística que realiza Oropesa del Mar mediante un mejor uso de las herramientas y canales online.

###### Descripción

Esta acción plantea desarrollar un Plan de Marketing Turístico online que, tomando como referencia las directrices del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, contribuya al logro de sus objetivos de mercado.

Entre otros, los objetivos de esta actuación son:

- Mejorar el posicionamiento en internet de Oropesa del Mar como destino turístico optimizando la estrategia SEO de la Web oficial de turismo del municipio y definiendo una estrategia de comunicación digital en los principales canales y redes sociales con impacto en turismo (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, TripAdvisor,...).
- Reforzar la percepción de la marca turística Oropesa del Mar, vinculándola a una imagen de innovación, calidad, sostenibilidad, hospitalidad...
- Optimizar la inversión en promoción turística y apoyar la comercialización de la oferta de servicios y productos turísticos de Oropesa del Mar.
- Alinear las acciones de promoción de los agentes turísticos del municipio con la estrategia definida en el Plan de Marketing Online, promoviendo el aprovechamiento de sinergias, la coordinación y la cooperación público-privada.
- Monitorizar y realizar un adecuado seguimiento de la reputación y los resultados de las acciones realizadas, de tal manera que sirva para ir realizando acciones más eficientes y eficaces según se avanza en el tiempo.

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociación sectoriales, empresas turísticas de Oropesa del Mar

**Prioridad:** Alta

###### Indicadores de seguimiento:

- Elaboración del Plan de Marketing Online.
- Acciones de promoción online realizadas (año)

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.3 Gestión de las Redes Sociales Turísticas de Oropesa del Mar

###### Necesidades a cubrir

Gestión de los perfiles turísticos de Oropesa del Mar en las redes sociales alineada con los objetivos de la promoción online del destino.

###### Objetivos específicos

- Potenciar la marca Oropesa del Mar a base de contenido inspiracional, propuestas de experiencias ligadas a la agenda de eventos y actividades
- Ampliar los canales de comunicación del destino con sus visitantes actuales y potenciales y las vías de contacto para atención directa y personalizada
- Generar tráfico hacia la web oficial de turismo de Oropesa del Mar fomentando su posicionamiento en internet
- Aumentar el alcance de la comunicación estimulando el crecimiento del número de seguidores del destino en las distintas plataformas.

###### Descripción

La influencia de las redes sociales en la toma de decisiones de viaje es cada vez mayor y Oropesa del Mar debe optimizar su presencia y sacar el máximo partido a las plataformas sociales más influyentes (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, TripAdvisor...) y considerar la opción de participar en nuevas redes en la medida que varían las preferencias de los usuarios.

Gestionar las redes sociales de turismo de Oropesa del Mar de acuerdo a la estrategia de comunicación online que se defina en el Plan de Marketing Turístico es el objetivo de esta actuación. La recomendación es desarrollar una gestión proactiva de las redes sociales sobre la base de una estrategia de comunicación diferenciada, tanto en los mensajes como en la frecuencia y los medios sociales en los que se publicarán estos mensajes.

Uno de los objetivos de la estrategia de medios sociales será llevar tráfico a la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar. Para ello, siempre que sea posible, las publicaciones que se hagan en cualquiera de los canales deberán llevar un enlace a un contenido de la Web. La idea es que las publicaciones sean el equivalente a un titular que atraiga al público objetivo y le estimule a conocer más sobre las actividades y ventajas que ofrece Oropesa del Mar como destino turístico.

Algo imprescindible, para luego poder medir la eficacia de cada publicación/campaña, será crear antes de nada, una guía de etiquetado de campañas y publicaciones, con el objetivo de tener definidos los valores de etiquetado de cada medio que permitirán, según se implementen, realizar de forma eficaz dicha medición con la herramienta de analítica implementada para este fin.

Otro de los objetivos será la obtención de datos de posibles visitantes. A través de campañas dirigidas a “landings pages” concretas, obtener los datos básicos de los contactos interesados en visitar Oropesa del Mar. Tres son los datos básicos que se deberían conseguir en un primer momento: nombre, email y ciudad/país de origen.

Por último, para lograr incrementar la presencia de Oropesa del Mar como destino turístico será necesario atraer fans/seguidores a los distintos canales sociales establecidos. Para ello, será necesaria la promoción de estos canales tanto en medios offline (publicidad, radio, prensa...) como en medios online (la propia Web, blogs, publicaciones online...). Para ello, sobre todo en una primera fase, será necesario apoyarse en campañas de pago en los medios online (Adwords-display, Facebook Ads, Twitter Ads) con el objetivo de lograr hacer crecer la base de fans/seguidores de los perfiles sociales.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

En Facebook:

- Total “me gusta”
- Clics en publicaciones

En Twitter:

- Total seguidores
- Clics
- Impresiones

Youtube:

- Total de reproducciones canal
- Total de suscriptores

Istagram:

- Followers
  - Me gusta en el contenido
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.4 Campaña de promoción en redes sociales “Oropesa del Mar es tu destino”

###### Necesidades a cubrir

Dinamizar las redes sociales turísticas de Oropesa del Mar, contribuyendo al incremento de su posicionamiento online.

###### Objetivos específicos

- Promocionar Oropesa del Mar como destino turístico
- Generar tráfico hacia la web oficial de turismo de Oropesa del Mar fomentando su posicionamiento en internet
- Aumentar el alcance de la comunicación estimulando el crecimiento del número de seguidores del destino en las distintas plataformas.

###### Descripción

Una campaña de promoción en redes sociales es un excelente medio de ampliar la audiencia a la que dar a conocer los atractivos turísticos de un destino de una forma eficaz y económica, ya que se generara una sinergia ventajosa. La promoción entre los contactos directos o aquellas personas que siguen al destino, se distribuye por los amigos de estos contactos y el destino aumenta su audiencia y suma seguidores.

Esta actuación propone lanzar una campaña segmentada por producto en redes sociales con el *hashtag* “Oropesa del Mar es tu destino” (#OropesadelMarestudestino) asociado a una imagen, o un video (corto) relacionado con un producto turístico específico (por ejemplo, “Oropesa del Mar es tu destino”, junto con una imagen practicando el submarinismo, o disfrutando en familia en un parque de ocio, etc.).

La campaña se realizaría previamente a la temporada estival y ha de contribuir para dar a conocer los distintos atractivos y experiencias que brinda el destino, en diferentes épocas del año, para distintas motivaciones y tipos de viaje, etc.

En el marco de la campaña, se puede también involucrar tanto a residentes como a visitantes a participar:

- Por un lado, invitar a los residentes en Oropesa del Mar a subir a las RR.SS. vídeos y fotografías, animando a los usuarios a conocer el destino y las distintas experiencias que brinda a sus visitantes.
- Y, por otro, invitar a los usuarios a subir sus propios vídeos, fotografías o comentarios sobre el destino (momentos memorables, lugares preferidos, rincones singulares, acontecimientos vividos, platos de la gastronomía favoritos, etc.). o a poner título, resolver un acertijo, completar una frase o votar por el mejor vídeo, fotografía, relato, etc.

Aunque implementar este tipo de campañas no requiere grandes inversiones ya que las herramientas son baratas (incluso gratuitas) conviene no precipitarse ya que una campaña eficaz requiere planificación, promoción y administración teniendo claros los objetivos.



Contar con la implicación del sector turístico será importante por su contribución a la difusión de la campaña a través de sus propios perfiles en redes sociales.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Informe de social media con nº de interacciones
  - Nº de videos y fotografías
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.5 Optimización de la presencia de Oropesa del Mar en portales turísticos institucionales

###### Necesidades a cubrir

Difusión de la imagen de Oropesa del Mar coherente con la estrategia definida en el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente.

###### Objetivos específicos

- Adecuar la imagen que actualmente proyecta Oropesa del Mar como destino turístico en las plataformas institucionales en las que está presente.

###### Descripción

Oropesa del Mar está presente como destino turístico en la Web de turismo de la Diputación de Castellón, en la de Turisme de la Comunitat Valenciana y en la de Turespaña y esta actuación tiene como propósito optimizar su presencia en estos canales de forma que contribuyan a reforzar la imagen turística de Oropesa del Mar coherente con la estrategia que orienta el Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente.

El objetivo de esta actuación es por tanto gestionar la presencia de Oropesa del Mar en los portales turísticos institucionales ([www.turismodecastellon.com](http://www.turismodecastellon.com), [www.comunitatvalenciana.com](http://www.comunitatvalenciana.com) y [spain.info](http://spain.info)) para asegurar la coherencia de los mensajes al mercado, contribuir al posicionamiento de sus productos turísticos prioritarios y promover la comercialización de su oferta, aprovechando estos canales en la medida de su potencial.

Las tareas fundamentales para el desarrollo de esta actuación son las siguientes:

- Analizar la imagen que proyecta Oropesa del Mar como destino turístico en las Webs de promoción turística institucional (identidad visual, contenido inspiracional y práctico para la visita, enlaces a la web del destino, etc.) y determinar las necesidades de mejora.
- Analizar las posibilidades de promoción y comercialización turística que ofrece cada una de las plataformas e involucrar al sector turístico del municipio para que integren su oferta y comercialicen sus propuestas de experiencias a través de estos canales como específicamente recoge la actuación L4.8 en relación a la web de Turespaña.
- Crear e integrar los nuevos contenidos en las diferentes plataformas
- Establecer mecanismos de evaluación y seguimiento

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo

---

**Prioridad:** Alta

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Acciones sobre los contenidos en portales institucionales.
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.6 Promoción en el destino

###### Necesidades a cubrir

Mejorar la experiencia turística en el destino e incrementar el consumo y gasto de los turistas que eligen Oropesa del Mar para disfrutar de sus períodos vacacionales.

###### Objetivos específicos

- Promocionar en destino las actividades y ofertas de las entidades y empresas turísticas de Oropesa del Mar informando a los turistas que ya están en el municipio de las opciones de que disponen para mejorar su experiencia turística.

###### Descripción

Es frecuente considerar que la actividad promocional del destino es una responsabilidad exclusiva de la administración turística y entes de gestión, como también entender que ésta debe realizarse únicamente en los mercados de origen de los potenciales visitantes considerando que una vez están en el destino la actividad de promoción se acaba para dar paso a la información y acogida al visitante.

La realidad sin embargo es que la actividad promocional no debe ser responsabilidad exclusiva de la administración turística ni limitarse a captar visitantes en origen. La actividad promocional del destino y su oferta debe extenderse a los visitantes que ya están en el destino e involucrar a todos los agentes de la cadena de valor, dado que a todos ellos interesa que el visitante realice un mayor consumo, se sienta más satisfecho con su experiencia, desee regresar en otra ocasión y recomiende el destino a su entorno de amigos y familiares.

Atendiendo a lo anterior, esta actuación propone considerar a los visitantes que ya están en Oropesa del Mar como otro de los públicos objetivo a los que mostrar todas las posibilidades que ofrece el municipio y su entorno con un enfoque experiencial centrado en el cliente a la hora de concebir las guías o aplicaciones turísticas destinadas al turista de visita en Oropesa.

La acción propone por tanto por un lado la consideración de los materiales y contenidos que se destinan al visitante en destino como elementos también de promoción del municipio y su oferta turística y la involucración de los diferentes agentes turísticos del destino en la actividad promocional.

Las tareas a realizar serían fundamentalmente las siguientes:

- a) Involucrar al sector turístico del destino y otros agentes de interés en la actividad promocional.
- b) Determinar el material informativo/promocional del destino que será necesario producir para ser distribuido/exhibido en establecimientos y puntos de interés.
- c) Organizar jornadas de familiarización con el personal en contacto con los visitantes (nada mejor para informar con seguridad y ser un promotor de la oferta del destino que conocerla personalmente).

d) Establecer mecanismos de seguimiento y evaluación.

Esta actuación está estrechamente vinculada a la acción L4.7 *Diseño y desarrollo de una App Turística de Oropesa del Mar*, siendo esta herramienta esencial para el desarrollo de la promoción en destino.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de empresas involucradas en la promoción local.
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.7 Diseño y desarrollo de una App Turística de Oropesa del Mar

###### Necesidades a cubrir

Disponer de una App turística de Oropesa del Mar adaptada a las necesidades actuales de los turistas que visiten el municipio, y que incorpore desarrollos tecnológicos de realidad aumentada y gamificación.

###### Objetivos específicos

- Disponer de una herramienta que promueva las actividades y ofertas turísticas del municipio, y forme parte de la experiencia turística en Oropesa del Mar mediante propuestas de gamificación.
- Incentivar el consumo de los turistas en el destino.
- Permitir la interacción con el turista y la generación de nuevos contenidos.

###### Descripción

Los dispositivos móviles se han convertido en un elemento imprescindible en nuestra vida, generando una oportunidad que abre un amplio abanico de herramientas y estrategias para relacionarse, comunicarse y ofrecer un mayor valor a los consumidores a través del marketing móvil. En este nuevo concepto de negocio destaca la oferta de destinos turísticos.

El uso del Smartphone está superando a otros medios más tradicionales como el ordenador de sobremesa o los portátiles. Para acceder al contenido del Smartphone debemos destacar que las aplicaciones móviles (apps) son el principal punto de acceso a la información por parte de los usuarios, tal y como señalan algunos estudios sobre el tema, los usuarios ya destinan el 60% de su tiempo online a estos dispositivos y de dicho tiempo, un 51% de este, lo utilizan dentro de aplicaciones móviles.

En la actualidad muchos destinos desarrollan aplicaciones móviles en donde vuelcan literalmente toda la información de la que disponen en su web institucional, llevando a cabo una simple traslación de información al dispositivo, sin facilitar apenas la interacción con el usuario y sin aportar nada nuevo al viajero que nos está visitando.

Existen multitud de aplicaciones, en la mayor parte de los casos simplemente ofrecen búsquedas (de restaurantes, guías del destino o muestran descripciones sobre los lugares), una funcionalidad que ya existen en otras aplicaciones. Es preciso, por tanto, que en el diseño y desarrollo de la app turística de Oropesa del Mar se busque un valor diferenciador, algo que incentive al uso de esta herramienta, que conecte con el usuario, y que haga “apetecible” el uso de la aplicación como parte de la experiencia turística de visitar el municipio. Así mismo, con el fin de mejorar su actualización constante sin requerir la descarga de actualizaciones la App tendrá una programación mixta haciendo que los menús principales formen parte de una App nativa descargable, a la vez que incorporará programación WebApp que permitirá que la misma ofrezca siempre contenidos actualizados que provendrán de la base de datos de la web turística de Oropesa del Mar.

En relación con el fundamento conceptual, la clave está en la “gamificación” de la experiencia del viajero. Que la aplicación proponga juegos para que el turista utilice el municipio como un tablero donde vivir una aventura y al mismo tiempo esa experiencia le descubra lugares o sensaciones difíciles de plasmar en un texto, una foto o incluso un vídeo.

Mediante la aplicación móvil podremos plantear juegos por los que el visitante recibirá incentivos e incluso premios, como por ejemplo búsquedas del tesoro, ginkanas por el municipio, etc., con los que desde el ente gestor del destino podemos:

- Tener exactamente localizado al visitante. Pudiendo sugerir lugares cercanos (otros recursos, calles pintorescas, restaurantes, historias y leyendas sobre el lugar en el que se encuentra). Y sobre estas sugerencias el visitante podrá beneficiarse de descuentos, servicios “premium” (preferencia en la reserva de una mesa, obtener un regalo, que se le asigne un lugar en el restaurante con las mejores vistas, etc...)
- La posibilidad de potenciar la interacción con el usuario que podrá agregar contenido sobre ese lugar:
  - ✓ Si le ha gustado
  - ✓ Una foto
  - ✓ Un corte de voz con su experiencia
  - ✓ Un comentario

Y toda esta información nos permitirá:

- Monitorizar las zonas por las que los turistas se desplazan.
- Adaptar nuevas rutas en función de las preferencias y opiniones
- Generar participación e incluso competición para convertir la visita en toda una experiencia que tiene una extensión digital como puente de unión entre el mundo real y el bit.
- Que el municipio nos cuente historias (Graffitis de voz, videos sobre la ubicación, etc.)
- Mostrar esos contenidos incluso en tiempo real, para que se perciba el destino como un elemento vivo al que el propio visitante da la vida.

En relación con la presente actuación, el proceso a desarrollar conlleva las siguientes actividades:

- a. Definición objetivos y funciones.
- b. Desarrollo de la App

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Área Tic del Ayuntamiento de Oropesa del Mar, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de descargas de la App.
  - Grado de satisfacción con el uso de la App.
-

#### L4. Promoción y comercialización turística.

##### L4.8 Promoción y comercialización de experiencias a través de [spain.info](https://spain.info)

###### Necesidades a cubrir

Aprovechar el canal que ofrece la plataforma institucional de la Secretaría de Estado de Turismo ([Spain.info](https://spain.info)) para la promoción de Oropesa del Mar como destino turístico y la comercialización de sus experiencias turísticas.

###### Objetivos específicos

- Promover entre las empresas turísticas de Oropesa del Mar el diseño de experiencias turísticas y su comercialización a través de la plataforma [Spain.info](https://spain.info).
- Incentivar el posicionamiento turístico de Oropesa del Mar en los mercados internacionales.

###### Descripción

El portal oficial de turismo de España ([spain.info](https://spain.info)) es la plataforma de promoción online de España como destino turístico y desde su creación en el año 2003 se ha ido adaptando a las nuevas exigencias de la demanda con el objetivo de continuar siendo una herramienta útil para el sector turístico español.

En la actualidad [spain.info](https://spain.info) representa un importante canal de promoción y comercialización turística disponible en 11 idiomas, con versiones personalizadas para mercados emisores tradicionales y emergentes y una cifra de 15.000.000 de páginas vistas al año por potenciales turistas.

El portal constituye un gran repositorio de recursos informativos sobre los destinos españoles (fichas de atractivos culturales y lugares de interés, agenda de eventos, mapas de cartografía avanzada para localizar atractivos turísticos, diseñar itinerarios y generar información práctica, reportajes promocionales y folletos digitales entre otros) además de un escaparate para empresas españolas ya que incluye la promoción de actividades y experiencias listas para ser reservadas por el usuario al proveedor a través del portal.

La nueva versión de [www.spain.info](https://www.spain.info), publicada en julio de 2020, apuesta por un nuevo diseño más dinámico y de alto impacto visual y por contenidos que inspiren al turista. Esta renovación del portal supone una orientación total al consumidor en las fases del *customer journey* (soñar, descubrir y planificar) con nuevas funcionalidades que le ayuden a planificar su viaje al destino.

Para el turista internacional y nacional, [spain.info](https://spain.info) es una herramienta de inspiración y planificación del viaje que incluso le facilita la reserva de actividades y experiencias para disfrutar en destino, lo cual representa para los destinos una importante plataforma de promoción y para las empresas un canal gratuito de promoción y venta de sus actividades.

Con esta actuación se pretende aprovechar la visibilidad y las oportunidades que ofrece el portal [spain.info](https://spain.info) para promover la creación y comercialización de experiencias que inspiren y motiven al usuario a visitar Oropesa del Mar. Los objetivos son por tanto los siguientes:



- Contribuir a incentivar la creación de propuestas novedosas y singulares en clave de experiencias para los visitantes, fomentando la competitividad turística de Oropesa del Mar (actuación L3.1)
- Ampliar el mercado potencial de visitantes del destino, aprovechando el acceso a un canal de promoción y venta gratuito que recibe un importante volumen de visitas anuales.
- Contribuir al posicionamiento turístico de Oropesa del Mar y al refuerzo de su imagen como destino turístico experiencial.
- Fomentar la vocación internacional y el manejo de idiomas en el sector turístico del municipio ya que las experiencias deben ofrecerse al menos en español e inglés.

Las tareas para la puesta en marcha de esta actuación serían básicamente las siguientes:

- a) **Fomentar el interés del sector turístico** por la promoción y comercialización de experiencias turísticas mediante acciones específicas en el marco de la actuación L1.4 (Programa para la integración y coordinación del sector turístico) y talleres a desarrollar en el marco del Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar – INNOVAtur (L2.6)
- b) **Promover la creación de experiencias** que cumplan los requisitos de [spain.info](http://spain.info) para su publicación.
- c) **Incentivar la creatividad en el sector** mediante la creación de una categoría de premio a la experiencia más singular e innovadora.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de experiencias turísticas de Oropesa del Mar en la plataforma de [spain.info](http://spain.info)
-

## L4. Promoción y comercialización turística

### L4.9 Acuerdos con Turoperadores y Agencias de Viajes online

#### Necesidades a cubrir

Difusión de la imagen de Oropesa del Mar como un destino turístico atractivo entre los operadores turísticos, mejorando su visibilidad y conocimiento.

#### Objetivos específicos

- Mejorar la posición de Oropesa del Mar introduciéndola en más canales comerciales (OTAs en mercados emisores, agregadores, y metabuscadores), ya sea mediante acciones publicitarias o bien para la venta de los productos turísticos del destino.

#### Descripción

A pesar de los esfuerzos de empresas y destinos por mantener una relación directa con el mercado aprovechando la oportunidad que brinda internet, lo cierto es que la intermediación, lejos de desaparecer, está afianzándose evolucionando hacia nuevos modelos de negocio basados en el desarrollo de las nuevas tecnologías y hacia la especialización en respuesta a las nuevas exigencias de un mercado que se caracteriza por su creciente segmentación.

Los turoperadores (TTOO) especializados y agencias de viajes online (Online Travel Agency, OTA) ya sea con respecto a segmentos de la demanda (turismo familiar, náutico, etc.), motivaciones (gastronomía, cultura, etc.), o en relación con mercados emisores nacionales e internacionales (Reino Unido, Alemania, Francia, etc.), constituyen un canal directo con un público objetivo al que es difícil o más costoso acceder de forma individual, optimizando con ello el esfuerzo de promoción de los destinos turísticos y la comercialización de su oferta.

Los TTOO especializados conocen bien el mercado al que se dirige la oferta, cuentan con una amplia base de clientes interesados en el tipo de turismo del que son especialistas, potentes canales de promoción y venta y suponen una garantía para el consumidor mayor que la que puede ofrecerle un proveedor directamente. Entre las más importantes ventajas de estar presente en su oferta está la visibilidad (permite que la oferta sea conocida por el segmento que interesa) y la confianza añadida que aporta el TTOO a la oferta desde la perspectiva del cliente.

Las OTAs por su parte conocen bien el eCommerce (marketing y ventas a través de internet) y destinan importantes presupuestos a conseguir ventas a través de posicionamiento en buscadores, envío de ofertas periódicas a potenciales clientes, etc. Estar presente en la oferta de estas plataformas incrementa considerablemente el número de posibles clientes que pueden enterarse de su existencia, lo que contribuye al reconocimiento del destino y a la comercialización de su oferta. Plataformas como por ejemplo Civitatis (que utilizan también las agencias de viaje para ofertar actividades en destino a sus clientes), TripAdvisor (Viator), GetYourGuide, acaparan los primeros puestos en los resultados de búsqueda de experiencias y actividades en destino, un mercado en el que también se empieza a posicionar Bookin y Airbnb por poner dos ejemplos añadiendo a su oferta de alojamiento la posibilidad de reservar también actividades. Del mismo modo, otras plataformas como Weekendsk, Evadium, Atrápalo, son de las primeras en proponer

escapadas a los usuarios que realizan búsquedas en internet para conocer ofertas contando también con una importante base de potenciales clientes suscritos a sus newsletter para mantenerse informado de novedades y recibir planes de escapadas directamente en su correo electrónico.

Con esta actuación se propone promover desde la Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar, con la colaboración del Consejo Sectorial de Turismo, de las asociaciones sectoriales y las empresa turísticas acuerdos de comercialización con los Turoperadores y OTAs de mayor interés para el desarrollo turístico del municipio tanto en relación con los productos, como con los mercados emisores objetivo planteados.

Con este fin, se proponen las siguientes tareas:

- 1º. Selección de los turoperadores y OTAs de mayor interés en relación con los productos turísticos y mercados objetivo de Oropesa del Mar.
- 2º. Negociación con los turoperadores y OTAs seleccionados y desarrollo de programas de comercialización de la oferta turística de Oropesa del Mar.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de acuerdos con TTOO y OTAs
  - Nº de propuestas comercializadas a través de TTOO y OTAs
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.10 Plan de participación en Ferias de Turismo

###### Necesidades a cubrir

Rentabilizar al máximo la presencia de Oropesa del Mar en las ferias de turismo a las que asiste.

###### Objetivos específicos

- Optimizar los resultados de la presencia de Oropesa del Mar en las ferias de turismo.

###### Descripción

Aunque las ferias de turismo han ido perdiendo su valor como fuente de inspiración e influencia para potenciales viajeros como consecuencia del desarrollo de internet y las nuevas tecnologías, continúan siendo importantes eventos de networking (las relaciones personales siguen siendo fundamentales en turismo), de conocimiento turístico (tendencias, competidores, tecnologías...) y de promoción turística para destinos y empresas turísticas, teniendo en cuenta además que estos eventos han experimentado un proceso de segmentación y especialización, evolucionando en la medida en que lo ha hecho el mercado.

Si bien es previsible que como consecuencia de la pandemia del COVID-19 las ferias de turismo han modificado sus fechas (como es el caso de FITUR 2021) o formatos de celebración, seguirán formando parte del desarrollo de la industria turística y Oropesa del Mar debe aprovechar estos eventos tanto para su promoción genérica como destino turístico, como para la promoción específica de sus productos turísticos (“sol y playa”, náutico, gastronómico, cultural,...) y el refuerzo de los eventos que se celebran en el municipio.

En este sentido se propone priorizar las ferias especializadas, nacionales e internacionales, y con un enfoque esencialmente comercial, sin obviar las que congregan una mayor asistencia de operadores y de mayor repercusión en los medios como puede ser, a nivel nacional FITUR, B-Travel Barcelona, o Expovacaciones en el País Vasco, por ejemplo; y a nivel internacional ITB en Berlín, WTM en Londres, etc. La recomendación es asistir a estos eventos en coordinación con la Diputación de Castellón (Patronato Provincial de Turismo) y bajo el paraguas de Turisme de Comunitat Valenciana, y aprovechar la participación no solo para promocionar el destino y su oferta turística sino también para hacer networking, y una labor de benchmarking en la recopilación de buenas prácticas que posteriormente se puedan desarrollar en Oropesa del Mar.

En este sentido, y para optimizar la asistencia a las ferias sugerimos realizar las siguientes actividades:

- a) Analizar destinos competidores, recoger materiales promocionales, tomar fotografías del stand, hacer acciones de cliente misterioso para conocer el enfoque o posicionamiento, y si es posible, recopilar precios de la oferta para el canal profesional (“trade”).
- b) Realizar gestiones de marketing directo con operadores. Seleccionando previamente los operadores más destacados y enviando una invitación por correo electrónico a visitar el stand (con la excusa de recoger un obsequio por ejemplo).

- c) Gestionar citas antes del comienzo de la feria.
  - d) Recopilar datos que nutran una base de datos de operadores y potenciales clientes
  - e) Asistencia a seminarios, conferencias, charlas, presentaciones, etc., de interés para el futuro del destino, con el fin de recoger ideas innovadoras, nuevas tendencias, etc.
  - f) Redactar un informe sobre las ferias a las que se asista.
- 

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo- Área de Turismo.

---

**Agentes involucrados:** Área de Turismo.

---

**Prioridad:** Alta-Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Número de Ferias de Turismo en las que está presente Oropesa del Mar.
  - Número de contactos comerciales realizados por Feria.
  - Número de acciones de promoción y comercialización realizadas: presentaciones y mesas de contratación.
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.11 Colaboración y participación en Fam Trips y Press Trips organizados por la Diputación de Castellón, y por Turisme C.V.

###### Necesidades a cubrir

Participar en las acciones de promoción organizadas por las entidades provinciales y regionales de turismo en el marco de sus respectivos Planes de Marketing Turístico, y que resulten de interés para la promoción y comercialización de productos de Oropesa del Mar.

###### Objetivos específicos

- Participar en las acciones de promoción turística que organizan la Diputación Provincial y Turisme de la Comunitat Valenciana.

###### Descripción

La Diputación de Castellón, a través del Patronato Provincial de Turismo, y Turisme de la Comunitat Valenciana, en el marco de sus respectivos Planes de Marketing Turístico, programan anualmente un conjunto de acciones de promoción entre las que se encuentran los viajes de familiarización con operadores y periodistas tanto del mercado nacional como internacional. En este sentido, el objetivo de esta actuación es que Oropesa del Mar colabore y participe activamente en aquellas acciones que contribuyan a potenciar su imagen en los mercados y productos considerados en la estrategia y a establecer relaciones comerciales con los operadores que resulten de interés.

Los criterios para la selección de los Fam Trips y Press Trips estarán relacionados con el mercado geográfico y productos en que se enfoca la acción, pero también deberá tenerse en cuenta quienes serán los participantes y su capacidad de decidir y negociar así como de llegar a la demanda turística objetivo, ya que el propósito de estos viajes es que los profesionales de los medios de comunicación vivan en primera persona una experiencia de viaje en el destino y que ésta se traslade a su audiencia y que los operadores se motiven a comercializar el destino, por lo que será interesante conocer la amplitud y carácter de la audiencia en el caso de los medios y el grado de penetración en los mercados de interés para Oropesa del Mar en el caso de los operadores.

La participación en estos viajes debe contar con el compromiso y colaboración de los empresarios del sector (hoteles, restaurantes, empresas de actividades...), y prepararse convenientemente ya que la participación de Oropesa del Mar en estos viajes debe plantearse enfocada al logro de objetivos concretos en relación con su imagen y posicionamiento, diversificación de canales de comercialización, mejora del flujo de turistas de determinados mercados y segmentos, etc.

Algunas pautas para asegurar la pertinencia y rentabilidad de los Fam Trips serían las siguientes:

- Relevancia de la acción para el logro de objetivos concretos en mercados y productos de la estrategia.

- Valorar si los profesionales que participan en el viaje son los indicados para el logro de los objetivos propuestos.
- Implicación del sector turístico de Oropesa del Mar en la acción, especialmente el directamente vinculado con el producto/s objetivo del Fam o Press Trip y disposición a la negociación con operadores.
- Grado de desarrollo del producto/s en los que se enfoque el viaje, y de la existencia de ofertas de experiencias comercializables por el canal profesional.

Del mismo modo se considera necesario desarrollar un sistema de seguimiento para evaluar los resultados efectivos y mejorar la eficacia de la participación en futuras acciones.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo.

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, Asociaciones sectoriales, empresas turísticas de Oropesa del Mar.

---

**Prioridad:** Alta-Media

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de Famtrips y presstrips realizados.
  - Nº de participantes.
  - Acuerdos firmados.
-

#### L4. Promoción y comercialización turística

##### L4.12 Realización y participación en Blog Trips temáticos

###### Necesidades a cubrir

Utilizar de manera adecuada uno de los principales canales que actualmente utiliza la demanda turística para su inspiración a la hora de elegir su destino vacacional.

###### Objetivos específicos

- Realizar Blogs Trips temáticos relacionados con los productos turísticos estratégicos de Oropesa del Mar.

###### Descripción

Una forma de incrementar la visibilidad online de Oropesa del Mar como destino turístico es a través de los blogs y medios online de viajes, estilo de vida, gastronomía, etc. La generación de enlaces a la Web del destino a través de blogs y portales de calidad aumenta significativamente el tráfico, tanto desde las propias publicaciones como desde los resultados que ofrecen Google y otros motores de búsqueda, lo que se traduce en mayor volumen de tráfico orgánico a la Web. De esas publicaciones se derivan además comentarios que generan movimiento en redes sociales con lo que el efecto se expande y aumenta la notoriedad.

La mejor forma de que un bloguero genere contenido relevante y de calidad sobre el destino es invitándole a vivir en primera persona la experiencia y ese es el propósito de la realización de blog trips específicos en el destino y participar en los que pueda organizar la Diputación de Castellón y/o Turisme de la Comunitat Valenciana. Para la realización de estos Blog Trips se sugieren los siguientes criterios que aseguren su pertinencia y rentabilidad.

- a) **Fijar un objetivo promocional**, ya que no se trata de conseguir “hacer ruido en internet” sino generar contenido que contribuya al logro de determinados objetivos de promoción online del destino y su oferta de productos y experiencias turísticas
- b) **Definir el público objetivo**, ya que éste será un criterio determinante en la selección de los blogueros a los que dirigir la invitación a participar en el Blog Trip.
- c) **Contar con la implicación del sector**, en especial con los agentes involucrados en el producto o experiencia a promocionar
- d) **Seleccionar los blogueros** en función de su potencial. Más importante que la cantidad es la calidad, y en este caso es relevante la reputación, el público, la calidad de los contenidos, la periodicidad de las entradas y el número de seguidores, visitas y comentarios que generan. Dada la relevancia que tiene el contenido audiovisual en la inspiración de viajes, se sugiere que la capacidad de aportar material de calidad en este formato sea un factor de peso en la elección de los participantes más idóneos
- e) **Difusión de la acción**
- f) **Seguimiento de la repercusión** en internet y redes sociales



Se sugiere organizar este tipo de acciones para promocionar vacaciones experienciales de distinta temática (sol y playa+naturaleza, sol y playa+náutica, sol y playa+bicicleta, etc.) cuando la oferta esté lista y se hayan llevado a cabo las modificaciones propuestas en la web turística de Oropesa del Mar.

---

**Agente Responsable:** Concejalía de Turismo – Área de Turismo

---

**Agentes involucrados:** Consejo Sectorial de Turismo, asociaciones sectoriales, empresas turísticas de Oropesa del Mar

---

**Prioridad:** Media

---

**Indicadores de seguimiento:**

- Nº de Blogtrips realizados.
  - Nº de links generados a la Web del destino desde los Blogs participantes.
  - Incremento de seguidores y fans.
-

#### 4. Cronograma

Lineas /Acciones	2021				2022				2023			
	1t	2t	3t	4t	1t	2t	3t	4t	1t	2t	3t	4t
<b>L1- Gobernanza</b>												
L1.1 Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.2 Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayto. de Oropesa del Mar	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.3 Definición y creación de la estructura de gestión del Plan Directo DTI de Oropesa del Mar				■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.4 Programa de Integración y coordinación del sector turístico de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.5 Programa de Sensibilización Turística de la población residente en Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.6 Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía.					■	■	■	■	■	■	■	■
L1.7. Elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.8. Impulso a la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L1.9 Diseño y desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>L2. Competitividad turística</b>												
L2.1 Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L2.2 Información Turística Inteligente - Chatbot					■	■	■	■	■	■	■	■
L2.3 Programa de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L2.4 Programa de Embellecimiento Urbano del Casco Histórico de Oropesa del Mar			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L2.5 Programa de Formación sectorial			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L2.6 Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar - INNOVatur		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Lineas /Acciones	2021				2022				2023			
	1t	2t	3t	4t	1t	2t	3t	4t	1t	2t	3t	4t
<b>L3. Desarrollo de productos turísticos</b>												
L3.1 Diseño y desarrollo de experiencias turísticas		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.2. Impulso del producto gastronómico de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.3. Aprovechamiento turístico de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.4. Mejora de la puesta en valor turístico de los recursos naturales de Oropesa del Mar			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.5. Impulso el Turismo Náutico		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.6. Desarrollo del producto de Turismo de Reuniones e Incentivos			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.7. Oropesa del Mar, destino BikeFriendly – Incorporación a la Red Eurovelo.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L3.8. Impulso del turismo deportivo en Oropesa del Mar.				■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>L4- Promoción y comercialización</b>												
L4.1 Adecuación de la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.2 Plan de Marketing Turístico Online de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.3. Gestión de las Redes Sociales Turísticas de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.4 Campaña de promoción en redes sociales “Oropesa del Mar es tu destino”		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.5 Optimización de la presencia de la ciudad en portales turísticos institucionales		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.6 Promoción en el destino			■			■				■		
L4.7 Diseño y desarrollo de una App Turística de Oropesa del Mar		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.8 Promoción y comercialización de experiencias a través de spain.info		■				■				■		
L4.9 Acuerdos con Turoperadores y Agencias de Viajes online					■	■	■	■	■	■	■	■
L4.10. Plan de participación en Ferias de Turismo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
L4.11 Colaboración y participación en Fam Trips y Press Trips organizados por la Diputación de Castellón, y por Turisme C.V.		■			■		■			■		■
L4.12 Realización y participación en Blog Trips temáticos		■				■				■		

## 5. Sistema de Gestión y Seguimiento

Parte esencial del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos específicos y de las líneas de actuación contenidas en este Plan, así como la evaluación de su implementación mediante la cumplimentación de una serie de indicadores, cuantitativos y cualitativos, que midan los resultados.

El Seguimiento o evaluación ha de efectuarse de forma continua a lo largo de la implantación del Plan y va a permitir "controlar" y "medir" en tiempo real la evolución y el desarrollo de las estrategias; pudiendo corregir y subsanar posibles carencias en su implantación aprobando nuevas metas a partir de los resultados obtenidos.

La evaluación es el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo los objetivos específicos y líneas de actuación planteados. La evaluación permite hacer un "corte" en un cierto tiempo y comparar el objetivo planteado con la realidad.

Para este seguimiento y evaluación se han definido una serie de indicadores, cuantitativos y cualitativos, así como un cuadro de mando en el que se establecen los plazos para la medición de los resultados óptimos obtenidos en cada uno de los objetivos y de las líneas de actuación.

En este sentido se proponen dos categorías de indicadores que responden a los ejes clave de la ejecución del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente.

### 5.1 Indicadores de Resultado

Los indicadores de resultado (indicadores de eficiencia) tienen como finalidad mostrar la medida en la que el Plan Director DTI está cumpliendo los objetivos del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente, y en definitiva constituye el Cuadro de Mando Turístico del destino. Los indicadores de resultado que se proponen, agrupados en categorías, son los siguientes:

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
<b>A. Gestión turística de Oropesa del Mar</b>			
A.1. Presupuesto municipal destino al Área de Turismo	Concejalía de Turismo	Presupuesto	Anual
A.2. Entidades representadas en el Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Concejalía	Anual
A.3. Empresas / Entidades distinguidas con el certificado SICTED	Concejalía de Turismo	Concejalía	Anual
A.4. Empresas / Entidades adheridas al proyecto SICTED	Concejalía de Turismo	Concejalía	Anual
A.5. Satisfacción de los turistas con respecto a su experiencia global en Oropesa del Mar	Observatorio Turístico	Encuesta a la demanda	Anual
A.6. Impacto Directo del turismo en la economía de Oropesa del Mar	Observatorio Turístico	Encuesta a la demanda	Anual
<b>B. Competitividad de la oferta turística de Oropesa del Mar</b>			
B.1 Capacidad de la oferta de alojamiento hotelero (plazas)	Anuario Oferta Turística	Turisme C.V.	Anual
B.2 Capacidad de la oferta de apartamentos turísticos (plazas)	Anuario Oferta Turística	Turisme C.V.	Anual
B.3 Capacidad de la oferta de campings (plazas)	Anuario Oferta Turística	Turisme C.V.	Anual
B.4. Capacidad de la oferta de restaurantes.	Anuario Oferta Turística	Turisme C.V.	Anual
B.5 % de ocupación en establecimientos hoteleros, por plaza.	INE	E.O.H.	Anual
B.6. % de ocupación en establecimientos hoteleros, por plaza y en fin de semana.	INE	E.O.H.	Anual
B.7 % de ocupación en apartamentos turísticos, por plaza.	INE	E.O.A.T.	Anual
B.8. % de ocupación en apartamentos turísticos, por plaza y en fin de semana.	INE	E.O.A.T.	Anual

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
<b>B. Competitividad de la oferta turística de Oropesa del Mar (continuación)</b>			
B.9 % de ocupación en campings, por plaza.	INE	E.O.C.	Anual
B.10. % de ocupación en campings, por plaza y en fin de semana.	INE	E.O.C.	Anual
B.11. Rentabilidad hotelera 1. RevPar (ingreso medio por habitación disponible).	EXCELTUR	Barómetro de Rentabilidad de Destinos Turísticos	Anual
B.12. Rentabilidad hotelera 2. ADR (precio medio de venta por habitación).	EXCELTUR	Barómetro de Rentabilidad de Destinos Turísticos	Anual
B.13. Satisfacción de los turistas con respecto a los establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar.	Concejalía de Turismo	Encuesta a la demanda	Anual
B.14. Satisfacción de los turistas con respecto a los apartamentos turísticos de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Encuesta a la demanda	Anual
B.15. Satisfacción de los turistas con respecto a los establecimientos de restauración de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Encuesta a la demanda	Anual
<b>C. Demanda turística</b>			
C.1. Turistas alojados en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar (total)	INE	E.O.H.	Anual
C.2. Turistas alojados en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar, RESIDENTES EN ESPAÑA	INE	E.O.H.	Anual
C.3. Turistas alojados en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar, NO RESIDENTES EN ESPAÑA	INE	E.O.H.	Anual
C.4. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar (total)	INE	E.O.H.	Anual
C.5. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar. RESIDENTES EN ESPAÑA.	INE	E.O.H.	Anual

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
<b>C. Demanda turística (continuación)</b>			
C.6. Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar. NO RESIDENTES EN ESPAÑA.	INE	E.O.H.	Anual
C.7. Estancia media de los turistas alojados en establecimientos hoteleros de Oropesa del Mar	INE	E.O.H.	Anual
C.8. Turistas alojados en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar (total)	INE	E.O.A.T.	Anual
C.9. Turistas alojados en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar. RESIDENTES EN ESPAÑA	INE	E.O.A.T.	Anual
C.10. Turistas alojados en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar. NO RESIDENTES EN ESPAÑA	INE	E.O.A.T.	Anual
C.11. Pernoctaciones en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar (total)	INE	E.O.A.T.	Anual
C.12. Pernoctaciones en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar. RESIDENTES EN ESPAÑA	INE	E.O.A.T.	Anual
C.13. Pernoctaciones en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar. NO RESIDENTES EN ESPAÑA	INE	E.O.A.T.	Anual
C.14. Estancia media de los turistas alojados en apartamentos turísticos de Oropesa del Mar	INE	E.O.A.T.	Anual
C.15. Turistas alojados en campings de Oropesa del Mar (total)	INE	E.O.C.	Anual
C.16. Pernoctaciones en campings de Oropesa del Mar (total)	INE	E.O.C.	Anual
C.17. Estancia media de los turistas alojados campings de Oropesa del Mar	INE	E.O.C.	Anual
C.18. Gasto medio por turista/día en Oropesa del Mar	Observatorio Turístico	Encuesta a la demanda	Anual

Área /Indicador	Entidad	Medio	Periodicidad
<b>D. Productos turísticos</b>			
D.1. Playas distinguidas con el sello de Bandera Azul	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
D.2. Playas distinguidas con la Q de Calidad Turística	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
D.3. Playas con la ISO 14.001	Concejalía de Turismo	Área de Turismo	Anual
D.4. Grado de Satisfacción de los usuarios de las playas de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Encuesta a la Demanda	Anual
D.5. Nº de eventos deportivos celebrados en Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico	Anual
D.6. Turistas atendidos en las Oficinas de Información Turística de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico	Anual
D.7. Grado de satisfacción de los usuarios de las Oficinas de Información Turística de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico	Anual
D.8. Nº de seguidores de la cuenta de Twitter de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico	Anual
D.9. Nº de amigos en la cuenta de Facebook de Oropesa del Mar	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico	Anual
D.10. Visitas a la web <a href="http://oropedelmarturismo.com">oropedelmarturismo.com</a>	Concejalía de Turismo	Observatorio Turístico	Anual



## 5.2 Indicadores de Seguimiento del Plan de Director DTI.

Los indicadores de seguimiento tienen como finalidad mostrar el grado de ejecución de las acciones que conforman el Plan Director, y tienen que ver con la gestión del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente

Los indicadores de seguimiento que se proponen en relación con las acciones definidas son los siguientes:

Acciones / Indicadores	
<b>L1- Gobernanza</b>	
L1.1 Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar	Creación del Consejo Sectorial de Turismo de Oropesa del Mar
	Reuniones del Consejo Sectorial realizadas al año.
L1.2 Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo en el Ayto. de Oropesa del Mar	Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar.
	Nº de reuniones anuales de la Comisión Interdepartamental.
L1.3 Definición y creación de la estructura de gestión del Plan Directo DTI de Oropesa del Mar	Creación de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar.
	Documento de funciones y competencias de la estructura de gestión del Plan Director DTI de Oropesa del Mar.
L1.4 Programa de Integración y coordinación del sector turístico de Oropesa del Mar	Nº de encuentros profesionales realizados
	Nº de participantes en los encuentros profesionales realizados
	Nº de afterworks realizados.
	Nº de participantes en los afterworks realizados.
L1.5 Programa de Sensibilización Turística de la población residente en Oropesa del Mar	Eventos e iniciativas desarrolladas como consecuencia del Programa.
	Satisfacción global de los residentes con respecto al turismo.
L1.6 Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía.	Adhesión de Oropesa del Mar al Pacto de los Alcaldes por el Clima y la Energía.
	Elaboración del PACES.
L1.7. Elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar	Presentación de la Memoria para la solicitud del Plan de Sostenibilidad Turística de Oropesa del Mar en 2021.
L1.8. Impulso a la digitalización del sector turístico de Oropesa del Mar.	Diagnóstico de la digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
	Plan de Digitalización de las empresas turísticas de Oropesa del Mar.
	Empresas de hostelería participantes en el programa de digitalización.
L1.9 Diseño y desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística de Oropesa del Mar	Cuadro de Mando Turístico de Oropesa del Mar.
	Informes de demanda realizados.
	Informe sobre la oferta turística del municipio.
	Boletines de Coyuntura Turística de Oropesa del Mar.

Acciones / Indicadores	
<b>L2. Competitividad turística</b>	
L2.1 Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar	Diagnostico-inventario de la señalización turística de Oropesa del Mar.
	Plan de Señalización Turística Inteligente de Oropesa del Mar.
	Nº señales inteligentes desplegadas en el municipio
	Grado de satisfacción con la señalización turística inteligente.
L2.2 Información Turística Inteligente - Chatbot	Nº de preguntas que puede responder el chatbot.
	Nº de canales en los que está desplegado.
	Nº de turistas atendidos.
L2.3 Programa de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar	Plan de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar.
	Numero de atractivos, instalaciones, productos y servicios turísticos que adaptados al Plan de Accesibilidad Turística de Oropesa del Mar.
	Sesiones de difusión y formación de los Manuales de Buenas Prácticas sobre accesibilidad publicados por Turisme de la Comunitat Valenciana y PREDIF.
	Nº de empresas turísticas participantes.
L2.4 Programa de Embellecimiento Urbano del Casco Histórico de Oropesa del Mar	Nº de propuestas presentadas.
	Nº de propuestas seleccionadas.
	Nº de propuestas ejecutadas.
L2.5 Programa de Formación sectorial	Nº de acciones formativas identificadas.
	Nº de acciones formativas llevadas a cabo.
	Nº asistentes a las acciones formativas.
L2.6 Laboratorio de Innovación Turística de Oropesa del Mar - INNOVatur	Nº de empresas participantes en el proyecto
	Nº de talleres celebrados (anual)

Acciones / Indicador	
<b>L3. Desarrollo de productos turísticos</b>	
L3.1 Diseño y desarrollo de experiencias turísticas	Nº de empresas participantes en las acciones formativas.
	Nº experiencias turísticas desarrolladas.
L3.2. Impulso del producto gastronómico de Oropesa del Mar	Creación del Club de Producto de Turismo Gastronómico.
	Nº de establecimientos participantes en el Club de Producto.
	Eventos gastronómicos realizados.
	Jornadas Gastronómicas realizadas.
L3.3. Aprovechamiento turístico de los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar	Proyectos de renovación de señalización interpretativa realizados en los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.
	Proyectos de Realidad Aumentada y Realidad Virtual desarrollados en los recursos históricos y monumentales de Oropesa del Mar.
	Nº de usuarios de las visitas y actividades interpretativas realizadas por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Oropesa del Mar.
L3.4. Mejora de la puesta en valor turístico de los recursos naturales de Oropesa del Mar	Nº de propuestas de turismo activo y de naturaleza diseñadas.
L3.5. Impulso el Turismo Náutico	Nº de propuestas de turismo náutico diseñadas.
	Diseño y desarrollo del site de Turismo Náutico en la web <a href="http://oropesadelmarturismo.com">oropesadelmarturismo.com</a> .
	Experiencias subidas a las webs de turismo náutico de Turisme de la Comunitat Valenciana.
L3.6. Desarrollo del producto de Turismo de Reuniones e Incentivos	Elaboración del Manual Profesional para Reuniones e Incentivos en Oropesa del Mar.
	Nº de propuestas experienciales en el Programa Social vinculado a la celebración de reuniones en Oropesa del Mar.
	Nº de propuestas experienciales para Incentivos
L3.7. Oropesa del Mar, destino BikeFriendly – Incorporación a la Red Eurovelo.	Inclusión de Oropesa del Mar en la Red Eurovelo
	Número de empresas turísticas de Oropesa del Mar “bykefriendly”
	Numero de propuestas / paquetes elaborados para el mercado cicloturista.
L3.8. Impulso del turismo deportivo en Oropesa del Mar.	Elaboración Manual Profesional de Eventos Deportivos.
	Nº de eventos deportivos realizados en Oropesa del Mar.

Acciones / Indicadores	
<b>L4- Promoción y comercialización</b>	
L4.1 Adecuación de la Web oficial de turismo de Oropesa del Mar	Adecuación de la web turística de Oropesa del Mar.
	Datos de análisis Web (Google Analytics).
L4.2 Plan de Marketing Turístico Online de Oropesa del Mar	Elaboración del Plan de Marketing Online.
	Acciones de promoción online realizadas (año).
L4.3 Gestión de las Redes Sociales Turísticas de Oropesa del Mar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> </ul> Total "me gusta". Clics en publicaciones
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Twitter</li> </ul> Total seguidores Clics Impresiones
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Youtube</li> </ul> Total de reproducciones canal Total de suscriptores
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> </ul> Followers.
L4.4 Campaña de promoción en redes sociales "Oropesa del Mar es tu destino"	Informe de social media con nº de interacciones.
	Nº de videos y fotografías.
L4.5 Optimización de la presencia de Oropesa del Mar en portales turísticos institucionales	Acciones sobre los contenidos en portales institucionales.
L4.6 Promoción en el destino	Nº de empresas involucradas en la promoción local.
L4.7 Diseño y desarrollo de una App Turística de Oropesa del Mar	Nº de descargas de la App.
	Grado de satisfacción con el uso de la App.
L4.8 Promoción y comercialización de experiencias a través de spain.info	Nº de experiencias turísticas de Oropesa del Mar en la plataforma de spain.info.
L4.9 Acuerdos con Turoperadores y Agencias de Viajes online	Nº de acuerdos con TTOO y OTAs.
	Nº de propuestas comercializadas a través de TTOO y OTAs.
L4.10 Plan de participación en Ferias de Turismo	Número de Ferias de Turismo en las que está presente Oropesa del Mar.
	Número de contactos comerciales realizados por Feria.
	Número de acciones de promoción y comercialización realizadas: presentaciones y mesas de contratación.
L4.11 Colaboración y participación en Fam Trips y Press Trips organizados por la Diputación de Castellón, y por Turisme C.V.	Nº de Famtrips y presstrips realizados.
	Nº de participantes.
	Acuerdos firmados.
L4.12 Realización y participación en Blog Trips temáticos	Nº de Blogtrips realizados.
	Nº de links generados a la Web del destino desde los Blogs participantes.
	Incremento de seguidores y fans.

## Índice de cuadros e ilustraciones.

### Índice de cuadros

<i>Cuadro 1. Estrategia de Productos de Oropesa del Mar</i> _____	14
<i>Cuadro 2. Estrategia de mercados geográficos</i> _____	16
<i>Cuadro 3. Resumen actuaciones del Plan Director DTI de Oropesa del Mar 2021-2023</i> _____	23
<i>Cuadro 4. Actuaciones de la línea de Gobernanza.</i> _____	24
<i>Cuadro 5. Actuaciones de la línea Competitividad turística</i> _____	43
<i>Cuadro 6. Actuaciones de la línea de Desarrollo de productos turísticos</i> _____	56
<i>Cuadro 7. Actuaciones de la línea Promoción y comercialización</i> _____	76

### Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1. Proceso de formulación del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente</i> __	4
<i>Ilustración 2. Principios orientadores de la Estrategia</i> _____	5
<i>Ilustración 3. Líneas Estratégicas del Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente</i> _____	19

# Plan Estratégico Oropesa del Mar Destino Turístico Inteligente

Marco Estratégico y Plan Director de Turismo  
2021-2023



Miembro colaborador de  Red DTI  
Red de Destinos Turísticos Inteligentes