



PLAN DTI

AYUNTAMIENTO DE ALTURA

2025-2028 JUNIO 2025

Índice de Contenidos

Alcance y objetivo	4
Metodología	6
Metodología DTI Comunitat Valenciana	7
Análisis PET 2023-2026	8
• Público objetivo	9
• Recursos turísticos	11
• Mención del DTI en el PET	13
DTI en la provincia de Castellón	14
Autodiagnóstico DTI-CV	15



Análisis DAFO	33
Plan de acción	34
Acciones por acometer para tener nivel básico <80%	
• Acciones de accesibilidad	34
• Acciones de conectividad	34
• Acciones de gobernanza	35
• Acciones de información	36
• Acciones de innovación	36
• Acciones de inteligencia	36
• Acciones de marketing online	36
• Acciones de sostenibilidad	37

Alcance y objetivo

El propósito del Plan DTI es convertirse en un destino turístico inteligente, innovador y sostenible. Se busca crear un lugar que promueva la convivencia, mejore la calidad de vida y preserve el entorno ambiental. Se apuesta por una gobernanza cercana y eficiente, que utilice la tecnología para acercar la administración a los ciudadanos y gestionar el municipio de manera inteligente.

Como pilares básicos de todas las actuaciones, figura el desarrollo y fomento de acciones desde los ejes de la gobernanza y la sostenibilidad. Se debe asegurar el compromiso y liderazgo del equipo de trabajo, aunando los objetivos del tejido empresarial y la población residente. Esto solo se puede conseguir con la apuesta clara en mejora de la gobernanza. Por su parte, la sostenibilidad es la encargada de tratar como hilo conductor para el desarrollo de Altura y su escenario actual (tanto espacial como turístico) y establecer el cumplimiento de las metas del destino turístico inteligente.

Este enfoque implica implementar políticas turísticas que impulsen el desarrollo del municipio y lo positionen como un Destino Turístico Inteligente. Para lograrlo, se ha elaborado un plan de acción que integre estas estrategias y ejecute las acciones necesarias, aprovechando la tecnología y la innovación como impulsores de la transformación DTI.

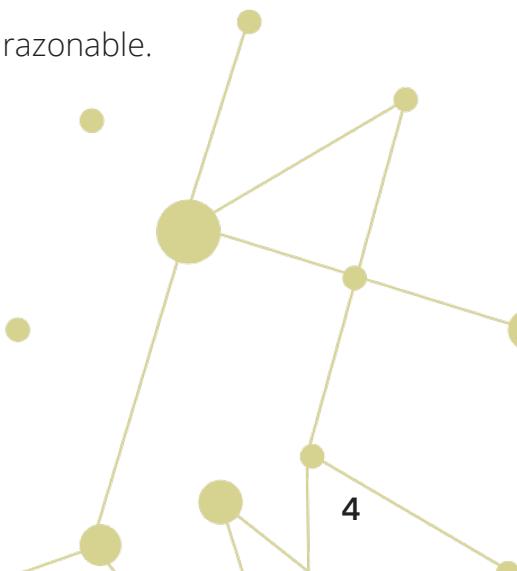
Se trata de promover un desarrollo sostenible, resiliente e inteligente que mejore las condiciones de vida de la población local, mientras se fortalece la atracción y sostenibilidad del turismo en Altura.

Los objetivos del trabajo son adoptar medidas que impulsen la inteligencia de Altura como destino turístico. Las estrategias para alcanzar este objetivo son:

-Detectar y diagnosticar el estado actual del destino y sus recursos en el marco de los criterios establecidos en el DTI, efectuando un análisis de percepción de los stakeholders sobre el proyecto Altura DTI.

-Proponer objetivos, líneas estratégicas y actuaciones en los diferentes ámbitos de la inteligencia turística para su implementación en Altura y su integración con las ya existentes. Promover una adecuada planificación estratégica.

-Ofrecer soluciones de tecnológicas con repercusión amplia a coste razonable.





-Asesorar a los responsables municipales con competencias en turismo para la mejora continua de sus instalaciones, productos y servicios a través de los contenidos desarrollados en el Plan de Destino Turístico Inteligente.

-Establecer las pautas para la adecuación de las actuaciones, obras y proyectos que se realicen en el municipio al tener como referencia los detalles y las pautas desarrolladas en el Plan.

-Ser complemento del Plan Estratégico de Turismo 2023-2026, consolidando así un modelo turístico de referencia, mejorando su competitividad turística y cohesionando los diferentes esfuerzos existentes.

-Potenciar la participación y conciencia ciudadana y de los colectivos más implicados en la redacción del Plan. Generar industria turística en el municipio, luchando contra la despoblación.

-Aumentar la competitividad de Altura como destino turístico, mejorando así la experiencia del turista en el destino en todo su ciclo de viaje.

-Impulsar un desarrollo sostenible en el destino turístico, abarcando tanto aspectos económicos, socio-culturales y medioambientales, implementando estrategias y acciones que promuevan el crecimiento económico de manera responsable, fomentando la prosperidad y el bienestar de la comunidad local.

Desde una perspectiva socio-cultural, se busca preservar y valorar la identidad y las tradiciones locales, promoviendo la inclusión y el respeto a la diversidad cultural de quienes visitan y viven en el destino.

En cuanto al aspecto medioambiental, se busca proteger y conservar los recursos naturales, minimizar los impactos negativos del turismo en el entorno, promover prácticas sostenibles y mitigar el cambio climático.

El enfoque sostenible implica encontrar un equilibrio entre el crecimiento turístico y el bienestar de la comunidad local, garantizando que el turismo beneficie a todos los actores involucrados a largo plazo, sin comprometer los recursos naturales ni la calidad de vida de las personas que habitan en el destino.

Metodología

En cuanto al enfoque metodológico del Plan de destino turístico inteligente, primero se detallan los fundamentos conceptuales del Plan, estableciendo el modelo de ciudad Smart City y los ODS.

A continuación, se presentan los elementos clave para el análisis de la actividad turística. En primer lugar, se presentan los resultados obtenidos a través del Autodiagnóstico para los indicadores del DTI-CV para Invattur, llevado a cabo durante la elaboración de este Plan.

A su vez, se ha realizado un análisis exhaustivo de otros documentos oficiales relacionados con el turismo en Altura: el Plan Estratégico de Turismo de Altura 2023-2026, con el objetivo de estudiar su aplicabilidad específica, así como la legislación vigente. Entre otros documentos de ámbito supramunicipal, se han revisado el "Plan estratégico de Turismo de la Comunitat Valenciana 2020-2025" y el "Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes".

Por otro lado, se ha llevado a cabo un proceso de participación social, donde se han considerado las necesidades de diferentes grupos de interés para llevar a cabo el desarrollo del Plan. Con este proceso, se han podido determinar también las prioridades de las anteriores necesidades identificadas. Estas consultas han permitido obtener una visión completa de la situación actual y de la percepción que los ciudadanos tienen sobre el turismo en Altura. Estos datos son fundamentales para conformar una "foto fija" y precisa de la situación turística local y enriquecer el diseño de estrategias adecuadas para el desarrollo turístico sostenible en Altura.

En cuarto lugar, se han consultado diversas fuentes para comprender el estado actual del turismo, incluyendo las principales tendencias en la evolución de destinos de interior, que impactan en el modelo turístico local. Asimismo, se ha identificado el surgimiento de nuevos tipos de turismo, como el turismo de naturaleza o deportivo, los cuales por su relevancia pueden representar una oportunidad para nuestra ciudad.

Por último, atendiendo a la realidad actual de Altura, se han planteado diferentes líneas de trabajo atendiendo a los resultados obtenidos tras los diferentes análisis y contrastados con diferentes áreas implicadas del ayuntamiento.



Metodología DTI Comunitat Valenciana

El modelo DTI-CV es un modelo de gestión que requiere la existencia de un modelo previo de un destino turístico. Sin estrategia global del destino, la gestión en clave DTI carece de sentido. Altura cuenta con el Plan Estratégico recién hecho a la hora de redactar este mismo Plan DTI.

El modelo requiere de la existencia de una estructura de gestión turística interdepartamental, personal cualificado y colaboración con el sector privado. Es un requisito básico para el pleno desarrollo y correcto funcionamiento del Plan.

Se concibe como un modelo de mejora continua, lo que exige la permanente actualización de retos, requisitos e indicadores para garantizar el avance de los destinos.

Además, no es un objeto finalista, pues no se trata de ser DTI sino de trabajar en clave de gestión inteligente, de incorporar nuevas pautas a la planificación y gestión turística.

El nuevo sistema de indicadores se establece en 173*, con diferentes grados de cumplimiento: básico, avanzado y excelente. Se distribuyen, además, en 8 ejes definidos: Gobernanza, Sostenibilidad, Accesibilidad, Innovación, Inteligencia, Conectividad, Información y Marketing Online. Su estructura por indicadores y ejes queda definida en la siguiente tabla:

	GOB	SOST	ACC	INN	IT	CO	INF	MO	Total
Básico	17	11	8	2	6	2	10	16	72
Avanzado	12	15	12	5	6	4	3	4	61
Excelente	5	11	5	3	7	6	2	1	40
Total	34	37	25	10	19	12	15	21	173

Tabla 1: Indicadores por ejes en DTI-CV, generación pro-

*El número de indicadores dependerá de la tipología de cada destino. En el caso de Altura, se aplica un formulario distinto.

Análisis PET 2023-2026

El Plan Estratégico de Turismo de Altura 2023-2026 hace un exhaustivo análisis del territorio y su situación actual, estableciendo acciones estratégicas sustentadas bajo los diferentes ejes: Hospitalidad, Sostenibilidad y Digitalización y Destinos Turísticos Inteligentes.

En este último apartado, se establece lo siguiente: "Las TIC y la digitalización son y serán un elemento clave para el desarrollo en las próximas décadas. Así, la estrategia de desarrollo inteligente de la Comunitat Valenciana RIS3CV establece al turismo y la calidad de vida como uno de los ámbitos de actuación prioritario. Se trata de diseñar destinos turísticos ligados a la calidad de vida, combinando elementos como la alimentación, el descanso, la actividad física, el cuidado corporal, el desarrollo personal, etc.

Se apuesta porque los destinos turísticos valencianos ofrezcan una experiencia integral al turista, coordinando todos los agentes que aportan valor al territorio antes, durante y después de la visita. Y en este sentido, las empresas privadas también deben hacer un esfuerzo por la digitalización. Así pues, se promueve la adopción de soluciones tecnológicas en cuestiones como la accesibilidad, sostenibilidad y seguridad y el estar presentes en plataformas de reservas como Booking o Expedia, ya que canalizan gran parte de las reservas de alojamientos y en plataformas como Tripadvisor que recogen comentarios sobre alojamientos, restaurantes y lugares de ocio y que actúan como referencias de primer orden para los turistas. Junto a ello, las redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, YouTube, Pinterest, TikTok,...) que recogen fotografías, videos y comentarios que influyen de manera decisiva en las decisiones del turista pues este es un aspecto clave para dinamizar la demanda y la actividad turística.

Como bien se dice en el Plan Estratégico, la digitalización supone una gran oportunidad para el destino, pero también supone unos esfuerzos que se deben llevar a cabo. Por tanto, un proyecto enfocado en el uso de las TIC siempre impulsará el desarrollo y su transformación digital, que centrará en el turismo y la calidad de vida como prioridad de sus actuaciones.

Esta digitalización busca diseñar destinos turísticos que estén conectados con las estrategias de desarrollo inteligente, en las que se pretende ofrecer a los turistas una experiencia integral y coordinada, involucrando a todos los actores que aportan valor al territorio. Además, se debe basar esta experiencia en todos sus ejes.

Por tanto, este proyecto se enfoca en la digitalización del turismo y la mejora de la calidad de vida en Altura mediante el uso estratégico de las TIC y en la presencia en plataformas de reservas, así como la promoción en redes sociales, impulsando el desarrollo económico y social de la región bajo la sostenibilidad integral.



Público objetivo

Uno de los elementos fundamentales en el Plan Estratégico de Turismo de Altura 2024-2027 ha sido el análisis de demanda efectuado y sus resultados, así como el público objetivo establecido con estos. Según el estudio efectuado, Altura recibe un turismo que busca experiencias ligadas al turismo cultural y de naturaleza. El turismo cultural basa su enfoque principal en los recursos turísticos de carácter patrimonial. Los turistas buscan destacar y promover la riqueza histórica y cultural del destino, interesados en explorar y conocer su patrimonio.

Además, se ha identificado el potencial de las rutas y el senderismo, lo que abarca el turismo de naturaleza y el turismo activo. Estas actividades permiten a los turistas disfrutar de la belleza natural del entorno, participar en actividades al aire libre, atrayendo a un segmento de turistas que busca experiencias más activas y en contacto con el medio ambiente.

El enfoque en estos dos tipos de turismo (cultural y activo/naturaleza) permite diversificar la oferta turística del destino y atraer a distintos perfiles de visitantes, lo que contribuye a un desarrollo turístico más equilibrado y sostenible. Al mismo tiempo, se busca conservar y proteger tanto el patrimonio cultural como el medio ambiente para garantizar que estas atracciones sigan siendo atractivas y disponibles para las generaciones futuras.

Se destaca del trabajo Estratégico el público objetivo, pues centrado en el turismo cultural es altamente atractivo para Altura, ya que supone un incremento de la actividad turística de manera sostenible, sin causar un impacto negativo en el ámbito social y ambiental del territorio.

El perfil del turista cultural suele corresponder a personas con una mentalidad abierta, culta y con estudios superiores. Son viajeros curiosos, interesados en conocer y aprender sobre la historia, el arte, la cultura y las tradiciones del lugar que visitan. Además, este tipo de turistas demuestran un alto grado de respeto y sensibilidad hacia el entorno y las comunidades locales, lo que los convierte en visitantes responsables y conscientes de su impacto en el destino.

Por tanto, atraer turistas culturales puede ser una estrategia beneficiosa para Altura, ya que contribuirán al desarrollo de la actividad turística sin comprometer la identidad y el bienestar de la comunidad local, al tiempo que fomentan la conservación y promoción del patrimonio cultural del destino. Además, estos turistas suelen gastar en experiencias culturales, lo que puede tener un impacto positivo en la economía local y en la preservación de las tradiciones culturales del lugar.

En cuanto al turismo de naturaleza, los estudios realizados arrojan una tipología de turista con mayor segmento de edad entre 35 y 49 años, con trabajo y estudios superiores, a los que les gusta la naturaleza y que suelen desplazarse en vehículo propio hasta el destino. Aun así, se pueden diferenciar distintos grupos/perfiles:

- Aficionados a la naturaleza que practican el senderismo y/o pertenecen a grupos de excursionistas o clubs de montaña.
- Jóvenes que buscan realizar actividades al aire libre y que impliquen un nivel de actividad y riesgo alto.
- Parejas sin hijos que buscan el relax, la tranquilidad y el contacto con la naturaleza (este tipo de turista se complementa con el turista cultural y podría dar lugar a diseñar una oferta donde se conjugaran actividades de ambos tipos)
- Familias con niños pequeños a los que les gusta la naturaleza y que persiguen hacer un nivel de actividad moderado.

El estudio concluye que, además, existen otros públicos objetivos interesantes para Altura, como son el turismo familiar y el turismo gastronómico.

El texto sugiere que Altura debería centrar parte de sus esfuerzos en atraer el turismo familiar. Aunque el turismo de sol y playa ha sido tradicionalmente el preferido por las familias, en los últimos años ha ido perdiendo peso frente a otras opciones como el turismo cultural, el senderismo, el turismo gastronómico y el ecoturismo. Para atraer este tipo de turismo, es crucial ofrecer una oferta completa y atractiva para las familias, con experiencias gratificantes, educativas y seguras. Las familias buscan destinos donde puedan desconectarse de los problemas y disfrutar de tranquilidad y paz durante sus vacaciones.

En cuanto al turismo gastronómico, este ha experimentado un creciente interés por parte de los turistas en los últimos años. Altura tiene la oportunidad de aprovechar este enfoque para fortalecer su posición como destino turístico. Los datos indican que la gastronomía es una de las principales motivaciones para que los turistas elijan un destino de interior, ya que desean degustar productos y recetas locales. El turismo gastronómico se combina bien con el turismo cultural, ya que la gastronomía es una manifestación cultural importante y ofrece una autenticidad que atrae a los viajeros. Este turista busca conocer el patrimonio cultural y la gastronomía de un lugar. Es un turista que valora la autenticidad, la sostenibilidad y la conexión con el entorno y las personas.



Recursos turísticos

Los recursos territoriales turísticos son elementos tanto materiales como inmateriales que reflejan la realidad geográfica, natural, cultural, histórica, social o económica de una región turística, y pueden atraer flujos turísticos con beneficios económicos positivos. Estos recursos, junto con la demanda turística, las empresas turísticas y las instituciones, conforman el sistema turístico de una zona.

El producto turístico, por su parte, está compuesto por bienes y servicios destinados al consumo turístico, que buscan satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes. Es de vital importancia valorar estos recursos de manera sostenible, especialmente aquellos que son estáticos, como el medio ambiente y el paisaje, para diversificar y especializar la oferta turística. Además, es esencial que la sociedad local se beneficie de manera positiva del desarrollo turístico.

En cuanto a la clasificación de los recursos turísticos, se dividen en básicos o de primer orden, que por sí mismos generan un turismo relevante, como festividades, playas y patrimonio cultural. Por otro lado, existen recursos complementarios que necesitan asociarse con otros para atraer demanda. Estos últimos también pueden remodelar los recursos básicos y contribuir a una oferta turística más diferenciada.

Existen cuatro categorías de recursos turísticos: naturales o paisajísticos, histórico-monumentales, artesanales y gastronómicos, y folclóricos y festivos. Cada uno de ellos puede jerarquizarse según su atractivo turístico, desde aquellos que complementan otros recursos hasta los atractivos excepcionales a nivel internacional.

El proceso de gestión de estos recursos incluye la realización de un inventario y análisis territorial para identificar los recursos disponibles y determinar su potencial turístico. Es fundamental utilizar fuentes de investigación indirectas y realizar trabajos de campo para jerarquizar y valorar los recursos desde la perspectiva de su atractivo para el producto turístico.

El Plan Estratégico de Turismo en Altura establece 85 recursos turísticos, diferenciados en 4 categorías:

1. Atractivo o recurso natural o paisajístico (34)
2. Recurso histórico-monumental, técnico, etnológico y artístico (38)
3. Recurso artesano y gastronómico (6)
4. Folclore, fiestas y acontecimientos programados (7)

El conocimiento de los recursos turísticos es la base para que el desarrollo de un Plan DTI que sea sostenible, competitivo, atractivo para los visitantes y beneficioso para la comunidad local. Permite una planificación estratégica y una gestión más eficiente, mejorando la experiencia del turista y maximizando el potencial del destino en el mercado turístico global.

También extraído del PET obtenemos el siguiente gráfico, el “6.2 Distribución de los recursos turísticos por jerarquías” en el documento origen. En él, se pueden observar qué recursos son complementarios, cuales son atractivos locales, regionales...

Distribución de recursos turísticos por jerarquías

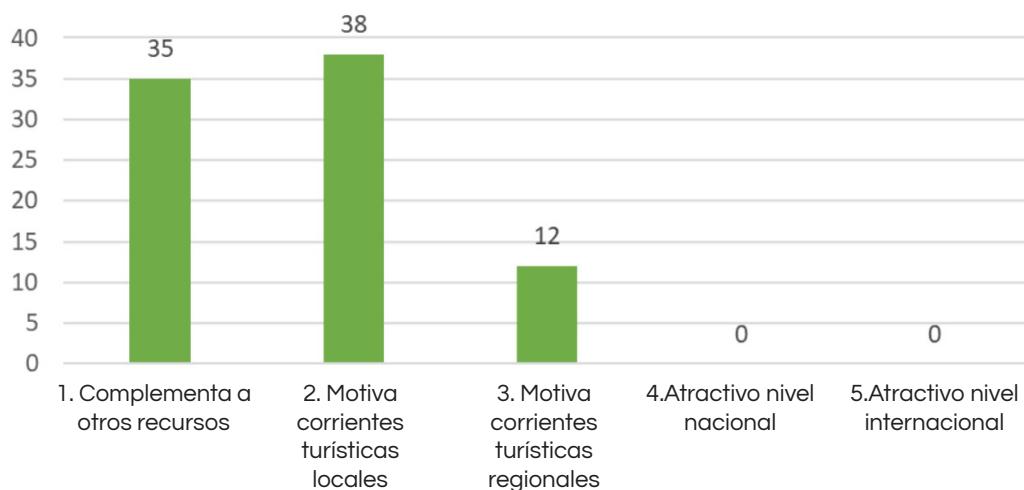


Ilustración 1: Distribución de los recursos turísticos por jerarquías. Fuente: PET Altura 2024-



Mención del DTI en el PET

En cuanto a las Acciones Estratégicas que se definen en el PET, una de ellas íntegramente hace mención al Destino Turístico Inteligente, la AE6.

La Acción Estratégica correspondiente establece un pequeño texto que establece la importancia que tienen las tecnologías de información y comunicación (TIC) y su implicación en el Turismo.

Posteriormente, se establece una tabla con Objetivos estratégicos, Acciones, Responsables, Prioridad y Ejecución.

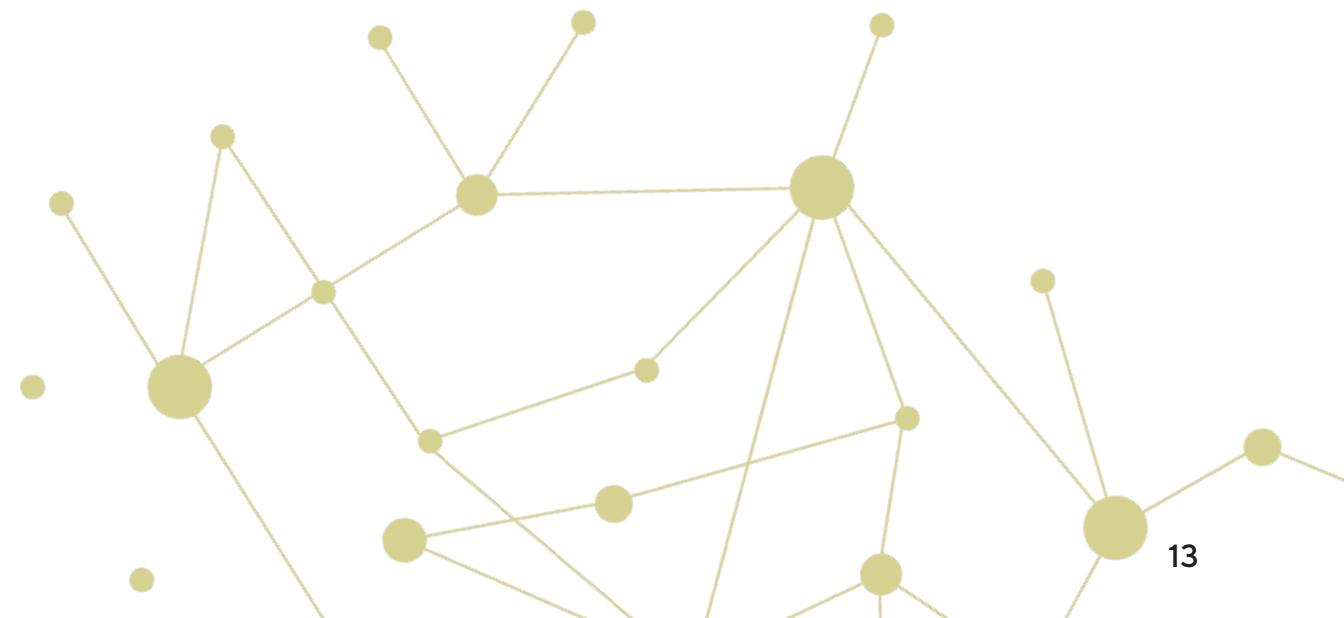
Los objetivos de la Acción estratégica se definen como:

"-Fomentar la gestión inteligente de la actividad turística en el marco de la Red de Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana.

-Fomentar la accesibilidad integral e inclusiva al territorio y a los recursos sobre los que se basa la actividad turística en base al desarrollo de la misma.

Se referencian diferentes acciones dentro del modelo DTI para llevar a cabo en Altura, atendiendo diferentes ámbitos como la accesibilidad, la cobertura móvil, la sostenibilidad medioambiental, la seguridad, la digitalización de las empresas turísticas asociadas al Club de Producto y el Sistema de inteligencia turística.

El actual Plan DTI implica conformar estas líneas o ámbitos establecidos en el PET y suponer una continuidad de las acciones, conformando un apoyo en caso de necesario tras el Autodiagnóstico. Este Plan también supone la mejora de las acciones actuales del PET.





DTI en la provincia de Castellón

Pese a que en la provincia de Castellón se cuenta con diferentes municipios con más tradición turística que Altura, siguiendo la línea de Morella se establece este Plan DTI.

Este Plan DTI en Altura y en el contexto de la provincia de Castellón, supondrá un avance para la provincia, pues supondrá un estudio con datos certeros ayudando a la diversificación. La provincia es conocida por sus playas y costa, pero un destino como Altura en el interior puede aprovechar la tecnología para ofrecer una experiencia turística complementaria y atractiva, lo que permitiría atraer visitantes durante todo el año y reducir la estacionalidad turística.

Además, potenciará el turismo rural y natural, pues este entorno municipal supone un rico atractivo. El Plan DTI supone la utilización de tecnologías inteligentes para promover actividades de ecoturismo, senderismo, turismo rural y turismo activo, brindando oportunidades para que los visitantes disfruten de la belleza del entorno y promoviendo la conservación de la naturaleza. Asimismo, supondrá la obtención de datos certeros, que ayudaran a mejorar el servicio prestado, suponiendo un progreso de calidad para Altura y la provincia de Castellón.

Igualmente supondrá un aumento de la sostenibilidad en la provincia, pues este Plan valora la sostenibilidad como un factor clave en su desarrollo turístico. Este Plan DTI promueve prácticas turísticas responsables, reducción del impacto ambiental y gestión eficiente de recursos, alineándose con las políticas sostenibles de la provincia.

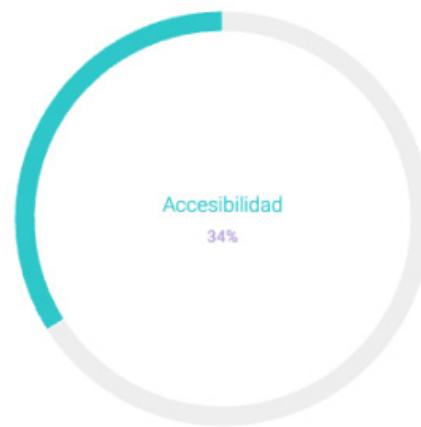
La potenciación de la colaboración público-privada puede servir de precedente para Castellón, pues ayudará a impulsar la inversión en infraestructuras tecnológicas y desarrollar iniciativas conjuntas para promocionar el turismo de manera más efectiva. Este Plan DTI puede suponer como inspiración para destinos cercanos o de interior, como Altura. Esta tecnología juega un papel cada vez más importante en la planificación y experiencia del viaje, pues se pueden desarrollar aplicaciones móviles, sitios web interactivos y sistemas de información inteligente para ofrecer información útil y actualizada a los turistas.

Autodiagnóstico DTI-CV

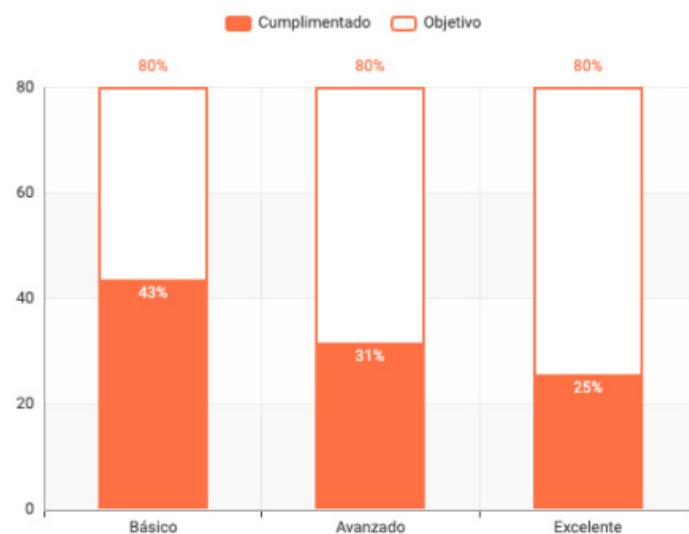
A la hora de realizar el autodiagnóstico, se han tenido en cuenta los indicadores a cumplir en un futuro cercano, pues en el momento de realización del Plan DTI aún no se contaba con la nueva web turística, por ejemplo.

Accesibilidad

La accesibilidad en un Destino Turístico Inteligente es crucial para garantizar que todas las personas, independientemente de sus habilidades o limitaciones, puedan disfrutar plenamente de las experiencias turísticas ofrecidas, promoviendo la inclusión y enriqueciendo la diversidad de visitantes.



Cumplimiento de indicadores por niveles





El municipio de Altura cumple con un total del 34% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de accesibilidad.

- Indicadores básicos: 43%
- Avanzado: 31%
- Excelente: 25%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- ACC_B_02.1 Oficina de información turística adaptada
- ACC_A_02.2 Personal con formación específica en accesibilidad
- ACC_B_03.1 Nivel A, ACC_A_03.2 Nivel AA, ACC_E_03.3 Nivel AAA en la web turística del municipio.
- ACC_B_04.2 Material promocional adaptado
- ACC_A_06.2 Existencia de un inventario de recursos, empresas y servicios turísticos accesibles

Indicadores que NO cumple Altura:

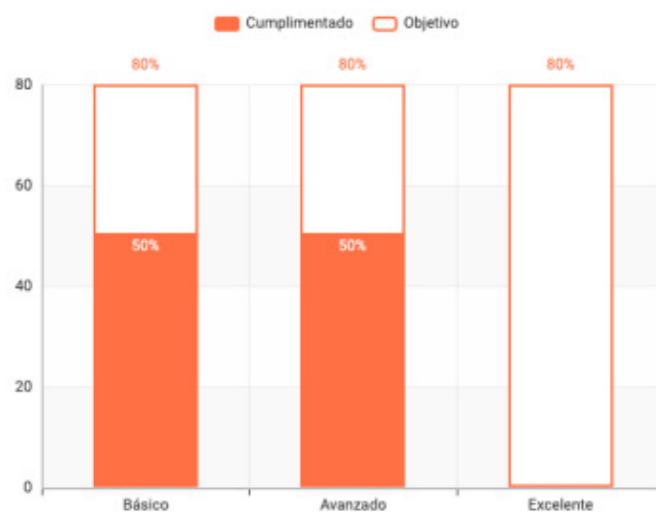
- ACC_B_01.1 Adaptación a la accesibilidad de 1/3 de los recursos/rutas más visitadas
- ACC_A_01.2 Adaptación a la accesibilidad de 2/3 de los recursos/rutas más visitadas
- ACC_E_01.3 Adaptación a la accesibilidad de todos los recursos/rutas más visitadas
- ACC_B_2.3 Formación en materia de accesibilidad integral de los técnicos que conforman la Comisión Técnica Interdepartamental
- ACC_B_04.1 Guía online de accesibilidad turística municipal
- ACC_A_04.3 Campañas de sensibilización y posicionamiento del destino
- ACC_E_04.4 Servicios de apoyo en las oficinas de información turística y en otros puntos de interés turístico
- ACC_A_06.1 Plan de Accesibilidad Turística
- ACC_A_07.1 Desarrollo de iniciativas de mejora de la accesibilidad a través de herramientas tecnológicas
- ACC_B_08.1 Accesibilidad en plazas de aparcamiento para PMR
- ACC_A_08.2 Accesibilidad en plazas de aparcamiento para PMR
- ACC_E_08.3 Accesibilidad en plazas de aparcamiento para PMR
- ACC_A_10.1 Campañas de sensibilización ciudadana sobre accesibilidad turística

Conectividad

La conectividad en un Destino Turístico Inteligente es esencial para potenciar la experiencia de los visitantes al brindar acceso rápido y fácil a información relevante, servicios digitales y redes de comunicación, optimizando así su estancia y promoviendo un turismo más eficiente y satisfactorio.



Cumplimiento de indicadores por niveles



El municipio de Altura cumple con un total del 29% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de conectividad.

- Indicadores básicos: 50%
- Avanzado: 50%
- Excelente: 0%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- CO_B_01.1 Cobertura 75% 2Mb
- CO_A_06.1 Sistemas de pago e información contact - less (pago online, NFC, QR, etc.)

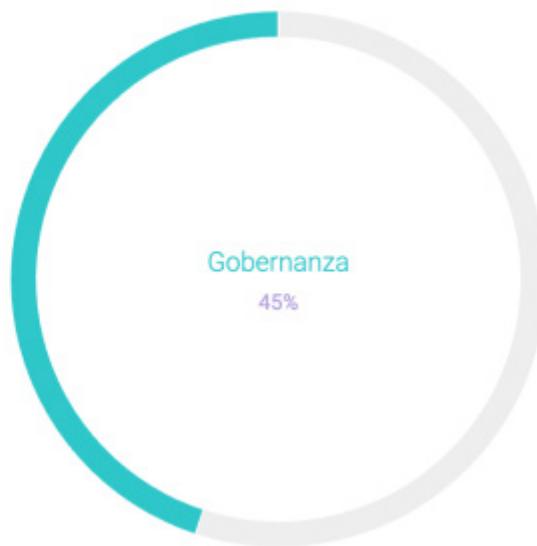
Indicadores que NO cumple Altura:

- CO_E_02.1 Existencia de Wifi en todas las oficinas de información turística
- CO_B_03.1 Existencia de un punto turístico con WIFI público gratuito
- CO_A_05.1 Existencia de al menos dos zonas o recursos de interés dotados de sistemas de sensorización
- CO_E_06.2 Sistemas de información y gestión de los movimientos de peatones y cálculo de flujos turísticos
- CO_E_06.3 Uso de tecnología de última generación para el control e información de aforos en espacios públicos

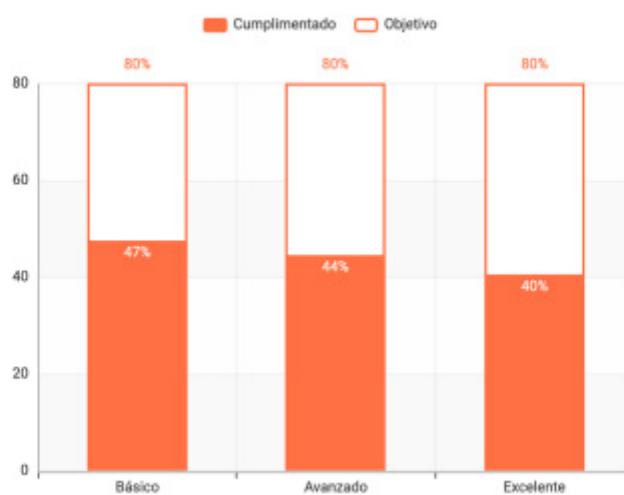


Gobernanza

La gobernanza en un Destino Turístico Inteligente es fundamental para establecer una coordinación efectiva entre todos los actores involucrados, facilitando la toma de decisiones estratégicas, la implementación de tecnologías innovadoras y la promoción de prácticas sostenibles que aseguren un desarrollo turístico equilibrado y beneficioso para la comunidad y los visitantes.



Cumplimiento de indicadores por niveles





El municipio de Altura cumple con un total del 42% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de gobernanza.

- Indicadores básicos: 47%
- Avanzado: 44%
- Excelente: 40%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- GOB_B_01.1 Técnico específico para gestión del turismo
- GOB_A_01.2 Personal técnico cualificado
- GOB_B_02.1 Plan estratégico de turismo aprobado en un periodo inferior a 5 años
- GOB_B_02.2 Plan elaborado con participación pública y colaboración con el sector privado
- GOB_B_02.5 Plan de acción anual para su desarrollo
- GOB_B_02.6 Integración con modelo DTI-CV
- GOB_B_03.1 Comisión Técnica Interdepartamental para el desarrollo del DTI
- GOB_B_03.2 Seguimiento de la Comisión Técnica Interdepartamental
- GOB_B_05.2 Desarrollo de una iniciativa de colaboración público-privada
- GOB_A_05.4 Foro online o newsletter
- GOB_A_05.5 Desarrollo de dos iniciativas de colaboración públicoprivada
- GOB_E_06.1 Portal de transparencia: existencia y funcionamiento real
- GOB_E_11.2 Responsable de la coordinación y gestión del desarrollo del DTI

Indicadores que NO cumple Altura:

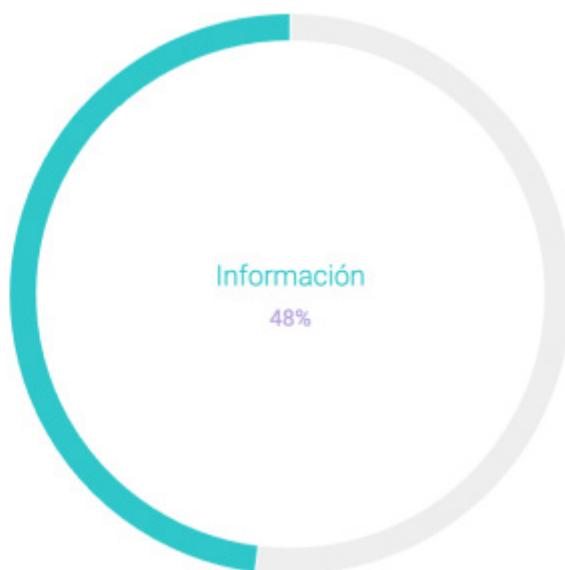
- GOB_B_01.3 Personal técnico formado en materia DTI
- GOB_B_02.3 Sistema de control y seguimiento del plan
- GOB_A_02.4 Plan disponible en la web municipal
- GOB_B_03.3 Formación en materia DTI de los miembros de la CTI
- GOB_B_03.5 Sensibilización en torno al modelo DTI-CV de los representantes políticos del destino
- GOB_B_03.6 Sensibilización en torno al modelo DTI-CV del empresariado y de los agentes sociales del destino
- GOB_B_04.1 Consignación presupuestaria en turismo
- GOB_B_04.2 Disponibilidad del plan estratégico de turismo en la web municipal
- GOB_B_04.3 Presupuesto asociado al desarrollo del POT y del DTI

- GOB_B_05.1 Consejo municipal de turismo, con carácter consultivo
- GOB_A_05.3 Ente mixto de gestión del destino
- GOB_E_05.6 Desarrollo de tres iniciativas de colaboración públicoprivada
- GOB_A_07.1 SICTED
- GOB_A_08.1 Desarrollo de una campaña de sensibilización
- GOB_B_9.1 Desarrollo de una acción al año cuyo retorno haya sido analizado
- GOB_A_9.2 Dos acciones al año cuyo retorno haya sido analizado
- GOB_E_9.3 Tres acciones al año cuyo retorno haya sido analizado
- GOB_E_11.1 Smart Office para la coordinación y gestión del desarrollo del DTI

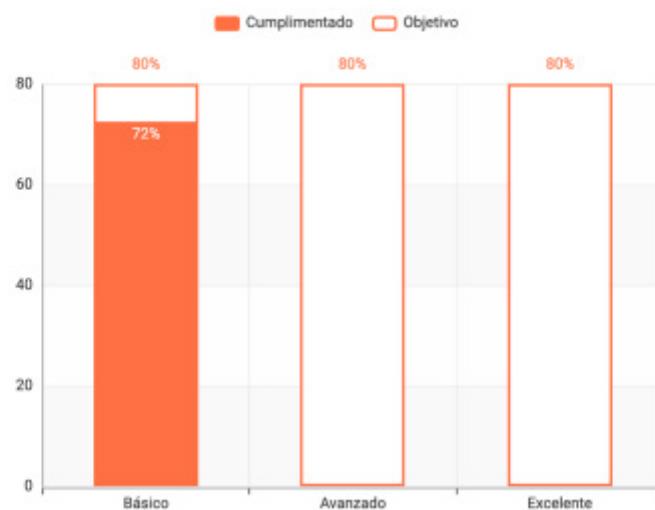


Información

La información en un Destino Turístico Inteligente es crucial para ofrecer a los viajeros con datos precisos y actualizados, permitiéndoles tomar decisiones informadas, descubrir nuevas experiencias y optimizar su itinerario, lo que conduce a una experiencia turística más enriquecedora y satisfactoria



Cumplimiento de indicadores por niveles





El municipio de Altura cumple con un total del 41% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de información.

- Indicadores básicos: 62%
- Avanzado: 0%
- Excelente: 0%

Indicadores que Sí cumple Altura:

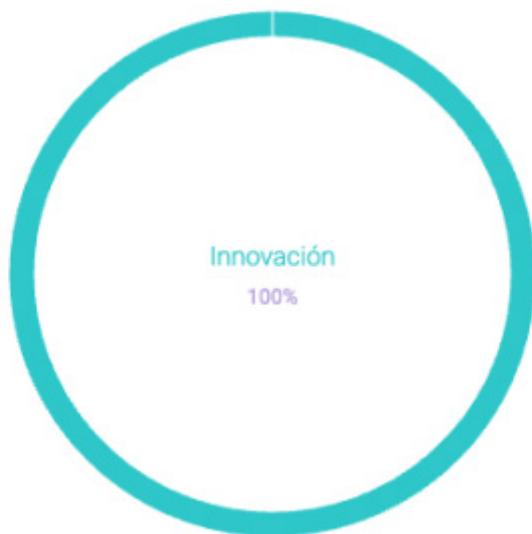
- INF_B_01.2 Guía turística multiidioma
- INF_B_01.3 Mapas y folletos temáticos / productos turísticos
- INF_B_03.1 Uso de Whatsapp, Telegram o cualquier otra aplicación de social messaging
- INF_B_03.2 Uso de herramientas de videoconferencia para la atención turística
- INF_B_04.1 Existencia de web adaptada a dispositivos móviles
- INF_B_06.1 Tourist Info Certificada
- INF_B_08.1 Uso de códigos QR, beacons o similar para la señalética direccional e interpretativa

Indicadores que NO cumple Altura:

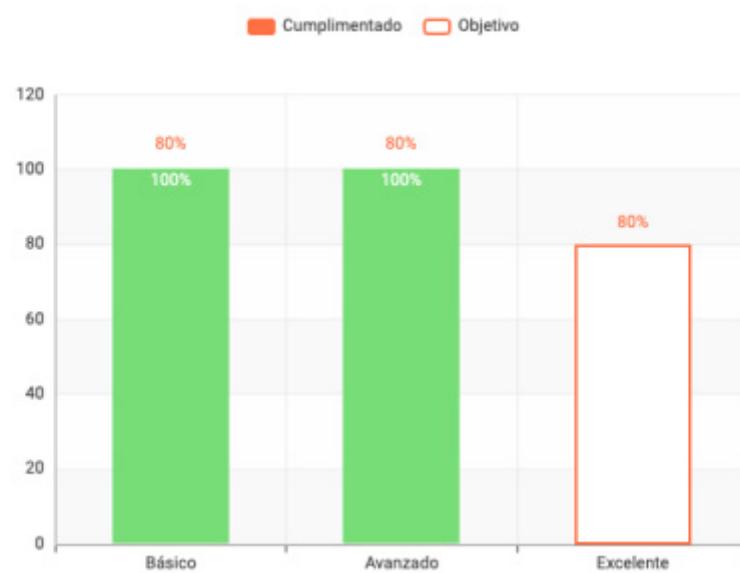
- INF_B_01.1 Zona de descargas de material promocional en web turística del destino
- INF_B_02.1 Punto información turística 24h en Tourist Info
- INF_A_02.2 Punto información turística 24h en otra ubicación
- INF_E_03.3 Uso de herramientas de inteligencia artificial para la atención 24h a través de web (chatbot), redes sociales o aplicación móvil
- INF_B_05.1 Uso de cuadro de mando para la monitorización de redes sociales
- INF_A_07.1 Información online de los puntos WI-Fi del destino a través de web, redes sociales y otros soportes
- INF_A_07.2 Información offline de los puntos WiFi del destino a través de cartelería, señalética y otro soportes
- INF_E_08.3 Integración de la señalética inteligente con apps o con la aplicación turística de destino

Innovación

La innovación en un Destino Turístico Inteligente es esencial para impulsar el desarrollo continuo y la competitividad, al adoptar tecnologías vanguardistas, ofrecer soluciones creativas y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado, brindando experiencias únicas y memorables a los visitantes.



Cumplimiento de indicadores por niveles



El municipio de Altura cumple con un total del 100% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de innovación.

- Indicadores básicos: 100%
- Avanzado: 100%
- Excelente: 0%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- INN_A_01.1 Concursos de ideas por parte del ayuntamiento/ente gestor
- INN_B_01.2 Organización de cursos de formación en relación con el turismo

Indicadores que NO cumple Altura:

(Ninguno)

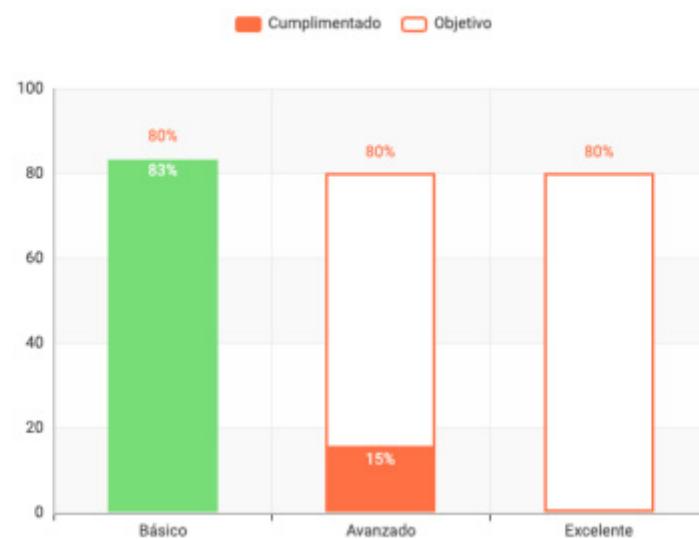


Inteligencia

La inteligencia en un Destino Turístico Inteligente es fundamental para recopilar, analizar y utilizar datos de manera efectiva, permitiendo una toma de decisiones informada, la identificación de tendencias turísticas y la implementación de estrategias que optimicen la gestión, mejoren la experiencia del viajero y fomenten un desarrollo turístico sostenible.



Cumplimiento de indicadores por niveles





El municipio de Altura cumple con un total del 41% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de inteligencia.

- Indicadores básicos: 83%
- Avanzado: 15%
- Excelente: 0%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- IT_B_01.1 Encuestación a demanda (no Red Tourist Info)
- IT_B_02.1 Encuestas de ocupación
- IT_B_02.2 Encuestas de confianza empresarial
- IT_B_05.1 Personal o empresa que dinamiza las redes sociales
- IT_B_05.2 Personal o empresa que realice seguimiento y análisis de las redes sociales
- IT_B_08.1 Recursos geolocalizados en Google My Business u otros

Indicadores que NO cumple Altura:

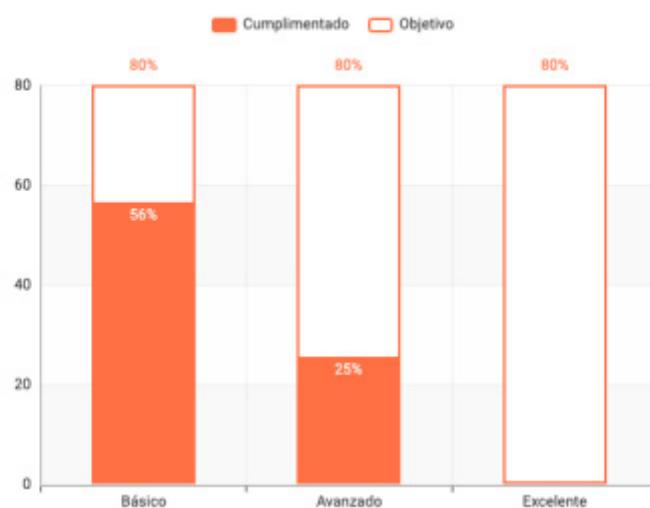
- IT_B_03.1 Informe anual de perfil de usuario online (visitas, palabras clave, intereses, etc.)
- IT_A_09.1 Aplicación móvil de destino que permita la obtención de datos relevantes para la gestión turística
- IT_E_10.1 Existencia de una estrategia de Ciberseguridad
- T_A_11.1 Uso de tecnologías para la transformación de datos y análisis de la información (Business Intelligence, Business Analytics, etc.)
- IT_E_11.2 Captación automática de datos del visitante vía Wifi cautiva, Apps, web (cumpliendo normativa de protección de datos)
- IT_A_13.1 Existencia de apartado profesional en web turística oficial
- IT_A_14.1 Formación en materia de big data, inteligencia o similar de los técnicos de los destinos

Marketing Online

El marketing online en un Destino Turístico Inteligente es vital para alcanzar una amplia audiencia global, promocionar las experiencias turísticas de manera efectiva, generar interés y participación activa, así como para posicionar el destino de manera competitiva en el mercado digital, atrayendo a más viajeros y fomentando un turismo próspero y sostenible.



Cumplimiento de indicadores por niveles





El municipio de Altura cumple con un total del 48% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de marketing online.

- Indicadores básicos: 56%
- Avanzado: 25%
- Excelente: 0%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- MO_B_02.1 Social media plan
- MO_B_03.2 Acciones de SEO / Posicionamiento en Google
- MO_B_03.3 Existencia de URL turística del destino
- MO_B_03.4 Actualización de contenidos
- MO_B_03.5 Perfiles en redes sociales con link a la web
- MO_B_04.1 Acciones de SEM y publicidad en redes sociales
- MO_B_05.1 Subscripción newsletter del destino
- MO_B_05.2 Atención / Respuestas por redes sociales <24h
- MO_B_05.3 Sistema de recomendaciones de actividades y experiencias en destino

Indicadores que NO cumple Altura:

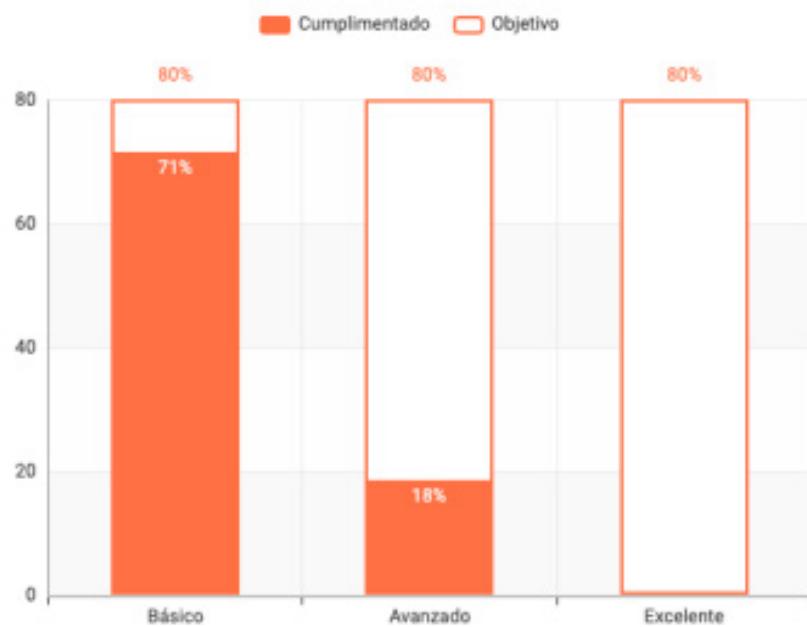
- MO_B_01.1 Google Analytics mensual
- MO_B_01.2 Informe de seguimiento
- MO_B_02.2 Aplicación / Implementación del Social media plan
- MO_B_04.2 Medición del impacto de la inversión en SEM
- MO_B_04.3 Medición del impacto en publicidad online (redes sociales y otros)
- MO_A_05.4 Promoción trimestral por mail
- MO_B_06.1 Plan de marketing general
- MO_B_06.2 Monitorización y seguimiento de la ejecución del plan de marketing online
- MO_A_06.3 Colaboración con empresas en el desarrollo de las acciones del plan de marketing (comarketing online)
- MO_E_07.1 Uso de herramienta de medición de reputación online del destino
- MO_B_8.1 Formación en materia de marketing digital / online de los técnicos de los destinos

Sostenibilidad

La sostenibilidad en un Destino Turístico Inteligente es de suma importancia para preservar los recursos naturales, culturales y socioeconómicos a largo plazo, asegurando que las generaciones futuras también puedan disfrutar de las maravillas del destino. Al integrar prácticas sostenibles en la planificación y gestión del turismo, se logra minimizar el impacto negativo en el entorno, promover la conservación de la biodiversidad, respaldar la economía local y garantizar una experiencia turística responsable y respetuosa con la comunidad y el medio ambiente.



Cumplimiento de indicadores por niveles





El municipio de Altura cumple con un total del 28% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de sostenibilidad.

- Indicadores básicos: 71%
- Avanzado: 18%
- Excelente: 0%

Indicadores que Sí cumple Altura:

- SOST_A_01.1 Adaptación a la ETV
- SOST_B_05.2 Sistemas de control de depuración y reutilización de aguas residuales
- SOST_B_07.1. Desarrollo de una campaña
- SOST_B_9.1 Subscripción al Código Ético Valenciano
- SOST_B_13.1 Atención sanitaria a los visitantes garantizada
- SOST_B_14.3 % Efectivos policiales x 1.000 habitantes
- SOST_A_15.1 Alineación de la estrategia turística del destino con los ODS
- SOST_A_16 Líneas estratégicas/acciones en materia de sostenibilidad turística

Indicadores que NO cumple Altura:

- SOST_E_02.1 Existencia de Agenda 21 Local, certificaciones en sostenibilidad, etc.
- SOST_E_04.2 Plan de tratamiento de residuos
- SOST_B_06.1 Existencia de un sistema de indicadores de sostenibilidad
- SOST_B_06.2 Actualización periódica del sistema de indicadores
- SOST_E_06.3 Integración programa europeo ETIS
- SOST_A_06.4 Publicación de datos en abierto a través de su web
- SOST_B_07.1. Desarrollo de una campaña para concienciar a la población residente sobre la importancia de la sostenibilidad
- SOST_A_07.2. Desarrollo de dos campañas para concienciar a la población residente sobre la importancia de la sostenibilidad
- SOST_E_07.3. Desarrollo de tres campañas para concienciar a la población residente sobre la importancia de la sostenibilidad
- SOST_E_08.1 Existencia del plan/estrategia de adaptación
- SOST_A_11.1 Realización de una acción anual para concienciar a la demanda turística sobre de la importancia de la sostenibilidad en el turismo.

- SOST_B_14.1 Programa específico con protocolos de actuación vinculados con la coordinación de autoridades sanitarias
- SOST_B_14.2 Plan Especial de Protección Civil / programas de emergencia o similares
- SOST_A_15.2 Monitorización de la evolución de los ODS en el destino
- SOST_A_17.1 Certificaciones/sellos de sostenibilidad en oferta y en recursos turísticos
- SOST_E_17.2 Certificaciones/sellos de sostenibilidad en oferta y en recursos turísticos
- SOST_E_18.1 Existencia de bonificaciones o beneficios para favorecer el acceso de la población residente a los recursos turísticos
- SOST_A_19.1 Existencia de programas/medidas activas para fomentar oportunidades de empleo justas
- SOST_A_20.1 Impulso de iniciativas orientadas al fomento de la contratación de personal residente en el sector turístico



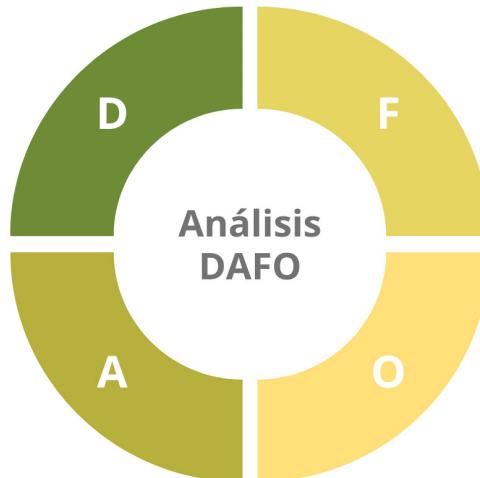
Análisis DAFO

Debilidades

- Débil oferta estructurada de productos turísticos, sobre todo de carácter complementario: caso del turismo activo.
- Falta de puesta en valor de alguno de los recursos.
- Poco uso del alojamiento debido a la tipología del turista que más visita Altura. Ausencia de oferta de alojamiento.
- Tras Autodiagnóstico de Invattur se establece: Sostenibilidad, Accesibilidad y Conectividad como los ámbitos con menor puntuación.
- Infraestructuras tecnológicas limitadas, pues la falta de tecnológica avanzada puede dificultar la implementación de tecnologías inteligentes para mejorar la experiencia turística y la gestión de los recursos locales.
- Altura carece de una estrategia sólida de promoción turística, lo que impide atraer a un mayor número de visitantes.
- Escasez de servicios turísticos innovadores que atraigan turistas con perspectivas exigentes.

Fortalezas

- Recursos turísticos de primer orden, como BICs y espacios naturales protegidos. Recursos complementarios a estos, con la posibilidad de establecer productos turísticos.
- Singularidad y potencialidad de algunos recursos turísticos, como la Cartuja de Valldechrist y el Santuario de la Cueva Santa.
- Entorno natural. (**rutas, senderos, parajes naturales**) Rodeados de destinos más consolidados, cercanía a València.
- Adhesión de Altura a la Ruta del Grial.
- Aceptación del residente y empresariado al turismo.
- Demanda sostenible de turistas, con escasa masificación. Escasa estacionalidad de abril a diciembre.
- Personal específico para la gestión del turismo.
- Integración de Altura en la plataforma de promoción turística del Alto Palancia.
- Plan Estratégico de Turismo de Altura 2024-2027.



Amenazas

- Población envejecida y falta de reemplazo generacional para la oferta complementaria.
- Competencia de destinos cercanos ya consolidados en el mercado turístico.
- Falta de compromiso con la Planificación en el municipio (retraso PMUS, etc...)
- Dificultad para adaptar el municipio y sus recursos a personas con movilidad reducida.

Oportunidades

- Naturaleza, medio rural...
- Posibilidad del turismo para incidir positivamente sobre la sostenibilidad y los ODS.
- Programa Smart Villages de la Diputació de Castelló.
- Desarrollo de turismo sostenible, pues crece conciencia entre los turistas sobre la importancia de la sostenibilidad y su oportunidad para promover un turismo respetuoso con el medio ambiente y las comunidades locales.
- La implementación de tecnologías inteligentes, como aplicaciones móviles, realidad virtual, inteligencia artificial, etc., puede mejorar la experiencia turística y la gestión del destino.
- Fomentar la cooperación entre el sector público y privado puede potenciar el desarrollo turístico y garantizar una gestión más eficiente y coordinada del destino.
- Implantación del modelo de gestión DTI-CV.

Plan de acción

Tras establecer los anteriores análisis, haber revisado los diferentes documentos que afectan a la configuración del Plan de Destino Turístico Inteligente de Altura y haber establecido consulta con el equipo de trabajo del Ayuntamiento de Altura, se ha establecido el siguiente plan de acciones estratégicas.

Acciones por acometer para tener nivel básico +80%

Acciones de accesibilidad

ACC_1: Desarrollar una guía online de accesibilidad municipal turística y adaptar 1/3 de los recursos más visitados en Altura es esencial para promover la inclusión, cumplir con normativas, ser socialmente responsable, ampliar el mercado, mejorar la reputación, impulsar el crecimiento económico, fomentar el turismo responsable y contribuir a una sociedad más inclusiva y acogedora. Además, esta acción puede ofrecer ventajas competitivas y oportunidades de innovación y tecnología para el destino turístico. (ACC_B_01.1 y ACC_B_04.1).

ACC_2: La formación en materia de accesibilidad integral para los técnicos que conforman la Comisión Técnica Interdepartamental es esencial para fomentar la conciencia, el cumplimiento normativo, la mejora de la toma de decisiones, el diseño inclusivo, el turismo inclusivo, el impacto económico y social positivo, la responsabilidad, la competitividad, la innovación y la mejora de la imagen del destino. Además, esta capacitación contribuye a construir un destino turístico más inclusivo y acogedor para todos los visitantes, generando un desarrollo turístico más sostenible y equitativo. (ACC_B_2.3).

ACC_3: Establecer el grado de accesibilidad en plazas de aparcamiento para PMR es necesario para promover la inclusión, cumplir con la legislación, mejorar la experiencia del turista, fomentar el turismo inclusivo, proyectar una imagen positiva del destino, aumentar el flujo turístico y desarrollar un turismo más sostenible y responsable. Además, estas medidas son un signo de respeto y compromiso con las necesidades y derechos de las personas con movilidad reducida, lo que contribuye a un destino más acogedor e igualitario para todos. (ACC_B_08.1).

Acciones de conectividad

CO_1: Existencia de un punto turístico con WiFi público en un recurso turístico es esencial para mejorar la experiencia del turista, promover el destino, facilitar el turismo digital, atraer turistas modernos, y recopilar datos útiles para la gestión y promoción del destino turístico. También apoya a viajeros de negocios y promueve la igualdad de acceso a servicios turísticos. (CO_B_03.1).

Acciones de gobernanza

GOB_1: Realizar cursos de formación para el personal técnico y para los miembros de la CTI especializado en materia DTI. La formación en DTI es crucial para el personal técnico y la Comisión Técnica Interdepartamental porque actualiza conocimientos, mejora la eficiencia, fomenta la innovación, permite la toma de decisiones informadas, adapta a nuevos desafíos, promueve la colaboración interdepartamental, fortalece la gestión de crisis, y enriquece la experiencia turística. (GOB_B_01.3 y GOB_B_03.3).

GOB_2: Establecer un sistema de control y seguimiento del plan estratégico de turismo Un sistema de control y seguimiento del plan estratégico de turismo es vital para evaluar el progreso, corregir desviaciones, optimizar recursos, rendir cuentas, adaptarse al cambio, mejorar la gestión y garantizar la sostenibilidad y el cumplimiento de estándares, asegurando así el éxito del desarrollo turístico. (GOB_B_02.3).

GOB_3: Sensibilizar a los representantes políticos del destino y al empresariado y agentes sociales en torno al modelo DTI-CV: Sensibilizar a representantes políticos, empresarios y agentes sociales sobre el modelo DTI-CV es vital para obtener su compromiso y apoyo en el desarrollo turístico inteligente. Impulsa la innovación, colaboración público-privada, mejora la imagen del destino, gestiona la demanda turística y promueve la sostenibilidad, atrayendo inversión y empoderando a la comunidad local para un crecimiento turístico sostenible y a largo plazo. (GOB_B_03.5 y GOB_B_03.6).

GOB_4: Presupuesto asociado al desarrollo del POT y del DT: un presupuesto asociado al desarrollo del DTI es esencial para financiar proyectos tecnológicos, mejorar la competitividad y eficiencia del destino, adaptarse a la demanda y garantizar la sostenibilidad y seguridad a largo plazo, promoviendo la innovación y el cumplimiento de los objetivos estratégicos del destino turístico. (GOB_B_04.3).

GOB_5: Realizar y analizar el retorno de una o más acciones al año: realizar el análisis del retorno de las acciones en un destino turístico inteligente es esencial para evaluar su efectividad, optimizar recursos, medir el impacto económico, mejorar continuamente, rendir cuentas y orientar estratégicamente el desarrollo turístico, promoviendo la sostenibilidad y la atracción de inversiones. (GOB_B_9.1).

GOB_6: Desarrollo de una newsletter: Es crucial para fomentar la comunicación continua y el intercambio de información entre todos los actores involucrados en la gestión del DTI. Estas herramientas permiten la difusión de buenas prácticas, la actualización sobre las últimas novedades del sector, la participación de la comunidad y el establecimiento de una red colaborativa entre los profesionales del turismo, los residentes y otros interesados. (GOB_A_05.4).



Acciones de información

INF_1: Facilitar y mejorar la accesibilidad a la información ofrecida a los turistas, mediante material promocional en formato digital, puntos de información turística 24/7, asistencia virtual... es valioso para el turista para proporcionar información accesible y actualizada, reducir costos operativos, mejorar la experiencia del turista y promover el destino de manera más eficiente. (INF_B_02.1, INF_B_03.2).

INF_2: El uso de un **cuadro de mando para la monitorización de redes sociales** es de gran importancia para un destino turístico pues permite: 1) conocer la percepción del destino en tiempo real, 2) tomar decisiones basadas en datos, 3) identificar tendencias y oportunidades, 4) gestionar crisis y reputación, 5) medir el impacto de campañas y 6) mejorar la competitividad mediante el benchmarking. Todo esto contribuye a una gestión más efectiva y a mejorar la experiencia del turista. (INF_B_05.1).

Acciones de innovación

INN_1: Organizar cursos de formación en relación con el turismo y un concurso de ideas por parte del ayuntamiento en un destino turístico inteligente es fundamental para mantenerse actualizado, mejorar la competitividad, implementar estrategias eficientes, ofrecer experiencias turísticas mejoradas y garantizar una gestión sostenible y responsable, adaptándose a un entorno turístico en constante evolución. Además, los concursos de ideas son una herramienta valiosa para fomentar la innovación, la participación ciudadana, y la generación de soluciones creativas y sostenibles para los desafíos que enfrenta Altura. Además, contribuyen a mejorar el desarrollo de la comunidad local. (INN_A_01.1, INN_B_01.2).

Acciones de inteligencia

IT_1: Las encuestas a demanda y las encuestas de confianza empresarial son herramientas esenciales para recopilar información precisa y actualizada sobre la percepción y necesidades tanto de los turistas como del sector empresarial en un destino. (IT_B_01.1, IT_B_02.2).

IT_2: Realizar un Informe anual de perfil de usuario en línea es esencial para conocer al público objetivo, optimizar la experiencia del turista, tomar decisiones informadas, evaluar resultados, identificar oportunidades, adaptarse al mercado, comunicarse con stakeholders, planificar estrategias futuras y demostrar transparencia en la gestión del destino turístico. (IT_B_03.1).

Acciones de marketing online

MO_1: Establecer Google Analytics mensual y realizar un informe de seguimiento es esencial para medir el rendimiento del sitio web, evaluar estrategias de marketing, tomar decisiones informadas, optimizar la experiencia del usuario, identificar tendencias y oportunidades, y mejorar continuamente el destino turístico inteligente en línea. (MO_B_01.1 y MO_B_01.2).



MO_2: Aplicar un Social Media Plan en un Destino Turístico Inteligente es esencial para promover y visibilizar el destino, interactuar con los turistas, formar parte de una estrategia de marketing digital, generar contenidos atractivos, analizar datos para mejorar el rendimiento y fidelizar a los visitantes, todo ello contribuyendo a mejorar la competitividad y posicionamiento del DTI en el mercado turístico actual. (MOB_B_02.2).

MO_3: Medir el impacto de la inversión en SEM y en la publicidad online es fundamental para evaluar el rendimiento, optimizar la estrategia, tomar decisiones informadas, adaptarse a los cambios del mercado y mejorar la competitividad del negocio, asegurando que la inversión en marketing digital genere beneficios medibles y alinee con los objetivos comerciales. (MO_B_04.1, MO_B_04.2 y MO_B_04.3).

MO_4: La formación en marketing digital para los técnicos de los destinos turísticos es esencial para mantenerse actualizado, mejorar la competitividad, optimizar recursos, adaptarse al entorno digital, utilizar tecnologías emergentes, analizar datos, crear contenidos atractivos e integrar canales de marketing, todo ello contribuyendo a una estrategia de marketing digital efectiva y sostenible en la industria turística. (MO_B_08.1).

Acciones de sostenibilidad

SOST_01: Establecer un sistema de indicadores de sostenibilidad en un destino turístico inteligente es esencial para medir y evaluar el impacto ambiental, social y económico del turismo, planificar estratégicamente, mejorar continuamente, ser competitivo, responsable y comprometido con la sostenibilidad, y proteger los recursos naturales y culturales del destino para un desarrollo turístico responsable y sostenible. Además, actualizar periódicamente el sistema de indicadores es necesario para mantener su relevancia, reflejar los cambios en el entorno, tomar decisiones informadas, monitorizar la efectividad de las acciones y adaptarse a las nuevas prácticas sostenibles. (SOST_B_06.1 y SOST_B_06.2).

SOST_02: Desarrollar una campaña para concienciar a la población residente sobre la importancia de la sostenibilidad es fundamental para promover el cambio de actitudes y comportamientos, involucrar a la comunidad, preservar el entorno y patrimonio, reducir el impacto negativo del turismo y crear una cultura de sostenibilidad, contribuyendo a un desarrollo turístico responsable y sostenible a largo plazo. (SOST_B_07.1).

Tras el análisis de las acciones mostradas se desarrolla la información obtenida al siguiente plan de acción. Este permite establecer en el documento de manera detallada y coherente el desarrollo y la gestión del turismo que Altura debe seguir para avanzar en clave DTI los años de vigencia del plan, permitiendo el desarrollo sostenible y la gestión eficaz del turismo.

Es importante señalar que los plazos de ejecución contenidos en el plan de acción son meramente orientativos. En este sentido, la planificación expuesta anteriormente responde al marco temporal idóneo en el que se plantea el desarrollo del grueso de las acciones previstas. Sin embargo, dado el amplio espectro de condicionantes y circunstancias que pueden influir en la exitosa implantación del plan, los tiempos de ejecución de las acciones podrían verse modificados de acuerdo con el criterio de los técnicos responsables del destino. De este modo, se garantiza la capacidad de adaptación de la administración ante posibles contratiempos y dificultades sobrevenidas no contempladas en la confección del plan. Así pues, la evaluación y reajuste del timing de las acciones queda en manos del Ayuntamiento de Altura, pudiendo adaptar los plazos de ejecución de las mismas conforme a sus necesidades y prioridades.

01. Desarrollar una guía online de accesibilidad municipal turística (AC-C_B_01.1, ACC_B_04.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

En Altura es esencial para promover la inclusión, cumplir con normativas, ser socialmente responsable, ampliar el mercado, mejorar la reputación, impulsar el crecimiento económico, fomentar el turismo responsable y contribuir a una sociedad más inclusiva y acogedora. Además, esta acción puede ofrecer ventajas competitivas y oportunidades de innovación y tecnología para el destino turístico.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) La guía online de accesibilidad y la adaptación de los recursos turísticos garantizan que todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas, puedan disfrutar plenamente de las atracciones turísticas del destino.
- b) La inclusión y accesibilidad son valores importantes en la sociedad actual. Un DTI como Altura debe ser socialmente responsable y ofrecer igualdad de oportunidades para todos los visitantes.
- c) Establecer una diferenciación competitiva, pues la accesibilidad puede atraer a turistas que valoran la inclusión y comodidad.
- d) Establecer un fomento del turismo responsable, adaptando los recursos, potenciando el crecimiento económico y desarrollando una guía online implicando la innovación y la tecnología en la misma.
- e) Revisar bianualmente el material promocional de Altura bajo criterios de accesibilidad.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2025 a 2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● N° de descargas de la guía ● Tasa de Uso de la guía ● Incremento de visitantes con discapacidad 	<ul style="list-style-type: none"> ● Feedback de usuarios ● N° de mejoras implantadas ● N° revisiones del material / n° de mejoras implantadas
ODS vinculados	
  	

02. Formación en materia de accesibilidad integral para los técnicos que conforman la CTI (ACC_B_2.3)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es esencial para fomentar la conciencia, el cumplimiento normativo, la mejora de la toma de decisiones, el diseño inclusivo, el turismo inclusivo, el impacto económico y social positivo, la responsabilidad, la competitividad, la innovación y la mejora de la imagen del destino. Además, esta capacitación contribuye a construir un destino turístico más inclusivo y acogedor para todos los visitantes, generando un desarrollo turístico más sostenible y equitativo.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Establecer conciencia y sensibilización a los técnicos sobre las necesidades y desafíos que enfrentan las personas con discapacidades, fomentando una actitud más comprensiva y empática.
- b) La formación en accesibilidad ayuda a los técnicos a comprender y cumplir con las leyes y regulaciones relacionadas con la accesibilidad en el turismo y otros espacios públicos.
- c) Capacitar a los técnicos para que tomen decisiones informadas y estratégicas para incorporar los principios de la accesibilidad en la planificación y desarrollo de proyectos.
- d) Desarrollar y fomentar productos y servicios turísticos accesibles, estableciendo un impacto económico y social en Altura.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Empresariado, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	Anual
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Nº de participantes ● Calificación promedio de la formación ● Colaboración interdepartamental 	<ul style="list-style-type: none"> ● Nivel de conocimiento antes y después de la formación ● Nº de servicios turísticos desarrollados tras la formación
ODS vinculados	

03. Establecer el grado de accesibilidad en plazas de aparcamiento para PMR (ACC_B_08.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es necesario para promover la inclusión, cumplir con la legislación, mejorar la experiencia del turista, fomentar el turismo inclusivo, proyectar una imagen positiva del destino, aumentar el flujo turístico y desarrollar un turismo más sostenible y responsable. Además, estas medidas son un signo de respeto y compromiso con las necesidades y derechos de las personas con movilidad reducida, lo que contribuye a un destino más acogedor e igualitario para todos.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Sensibilizar a la comunidad local sobre la importancia de la accesibilidad en el turismo, garantizando que todos los ciudadanos y visitantes, independientemente de sus capacidades, puedan disfrutar plenamente de los servicios y atractivos del destino.
- Involucrar a los residentes en la creación de un entorno más accesible y acogedor, promoviendo actitudes y comportamientos positivos hacia las personas con discapacidad.
- Asegurar que las infraestructuras turísticas cumplan con las normativas de accesibilidad, mejorando el acceso para personas con movilidad reducida (PMR) y otras discapacidades.
- Desarrollar y fomentar productos y servicios turísticos accesibles, estableciendo un impacto económico y social en Altura

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Empresariado, Informática, Nuevas Tecnologías.	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2025

Indicadores propuestos

- Tasa de aparcamientos PMR
- Porcentaje aparcamientos PMR accesibles
- Nº de aparcamientos PMR accesibles

ODS vinculados



04. Existencia de un punto turístico con Wifi público en un recurso turístico (CO_B_03.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es esencial para mejorar la experiencia del turista, promover el destino, facilitar el turismo digital, atraer turistas modernos, y recopilar datos útiles para la gestión y promoción del destino turístico. También apoya a viajeros de negocios y promueve la igualdad de acceso a servicios turísticos.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Permite a los turistas mantenerse conectados con familiares, amigos y trabajo, así como compartir sus experiencias en tiempo real en redes sociales.
- b) Los turistas pueden acceder a información útil sobre el destino, horarios de productos/recursos, mapas...
- c) Permite la mejora de la experiencia del turista, pudiendo establecer reseñas y comentarios sobre los recursos, promocionando al destino.
- d) El uso del Wifi público permite recopilar datos sobre el comportamiento de los visitantes, como patrones de movimiento y preferencias, que pueden ayudar en la toma de decisiones estratégicas.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Empresariado, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2025
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Nº de conexiones WiFi público ● Tiempo promedio de conexión ● Tasa de participación en encuestas de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> ● Velocidad de Carga y Descarga ● Utilización WiFi por turistas
ODS vinculados	

05. Realizar cursos de formación especializado en materia DTI (GO-B_B_01.3, GOB_B_03.3)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

La formación en DTI es crucial para el personal técnico y la Comisión Técnica Interdepartamental porque actualiza conocimientos, mejora la eficiencia, fomenta la innovación, permite la toma de decisiones informadas, adapta a nuevos desafíos, promueve la colaboración interdepartamental, fortalece la gestión de crisis, y enriquece la experiencia turística.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Los cursos de formación permiten adquirir conocimientos y habilidades específicas relacionadas con los conceptos, tecnologías y enfoques del DTI, lo que capacita al personal para desempeñar sus roles con mayor eficacia y eficiencia.
- b) La formación permite comprender las herramientas tecnológicas y los procesos de gestión del DTI, lo que facilita la implementación efectiva de proyectos y programas.
- c) Permite la ayuda para la identificación de oportunidades para utilizar de manera más efectiva los recursos disponibles y maximizar los beneficios para el destino turístico.
- d) Conciencia sobre el potencial del DTI y mejora los resultados, permitiendo la implementación más exitosa de estrategias y acciones DTI, generando resultados más positivos.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Empresariado, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	Anual
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Tasa de participación ● Calificación promedio de los cursos ● Nivel de conocimiento antes y después 	<ul style="list-style-type: none"> ● Nº de iniciativas innovadoras ● Incremento en la implantación de tecnologías inteligentes ● Participación en proyectos DTI post-curso
ODS vinculados	
    	

06. Establecer un sistema de control y seguimiento del plan estratégico de turismo (GOB_B_02.3)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Establecer un sistema de control y seguimiento del plan estratégico de turismo es vital para evaluar el progreso, corregir desviaciones, optimizar recursos, rendir cuentas, adaptarse al cambio, mejorar la gestión y garantizar la sostenibilidad y el cumplimiento de estándares, asegurando así el éxito del desarrollo turístico.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Permite evaluar de manera objetiva y periódica el avance hacia los objetivos y metas establecidos en el plan estratégico de turismo.
- b) Permite identificar desviaciones y áreas que requieren ajustes, lo que permite adaptar las estrategias y acciones para asegurar el logro de los resultados deseados.
- c) Facilita la rendición de cuentas a las partes interesadas, incluidos ciudadanos, empresas, autoridades locales...
- d) Optimiza recursos, identifica buenas prácticas y ayuda a medir el impacto real de las acciones implementadas.
- e) Establecer una serie de indicadores (como los existentes en cada ficha de acción) con revisión anual/semestral y su publicación online.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2025-2026
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Frecuencia de informes de seguimiento ● Nivel de cumplimiento de objetivos anuales ● Comunicación efectiva de resultados 	<ul style="list-style-type: none"> ● Encuestas de satisfacción de las partes interesadas ● Participación activa de los actores clave
ODS vinculados	
  	

07. Sensibilización en el modelo DTI-CV (GOB_B_03.5, GO-B_B_03.6)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Sensibilizar a representantes políticos, empresarios y agentes sociales sobre el modelo DTI-CV es vital para obtener su compromiso y apoyo en el desarrollo turístico inteligente. Impulsa la innovación, colaboración público-privada, mejora la imagen del destino, gestiona la demanda turística y promueve la sostenibilidad, atrayendo inversión y empoderando a la comunidad local para un crecimiento turístico sostenible y a largo plazo.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Creación de un compromiso y apoyo colectivo para impulsar el desarrollo turístico sostenible, basado en la tecnología y el modelo DTI-CV.
- Explicar los beneficios del DTI-CV a los líderes políticos y empresarios, ayudándoles a tomar decisiones basadas en información veraz, alineada con sus estrategias de desarrollo turístico.
- Gestión de la demanda turística y promoción de las buenas prácticas, como el respeto por la cultura local, la protección del patrimonio y la sostenibilidad ambiental.
- Ayuda a mantener la sostenibilidad a largo plazo, fomentando una visión de desarrollo turístico, priorizando la sostenibilidad y el bienestar social.
- Establecimiento de 2 talleres o conferencias anuales sobre el modelo DTI-CV, estableciendo la colaboración del sector público-privado, facilitando su cooperación. El primer taller debe ser teórico y el segundo práctico, tratando de abordar las soluciones que consideren tras la primera acción.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Tasa de participación ● Participación en grupos de trabajo ● Utilización de herramientas DTI por empresarios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Feedback de los participantes ● Cantidad de compromisos o acuerdos adoptados
ODS vinculados	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> 4  EDUCACIÓN DE CALIDAD 9  INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 11  CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 17  ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS </div>	

08. Presupuesto asociado al desarrollo del PET y del PDTI (GOB_B_04.3)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Un presupuesto asociado al desarrollo del DTI es esencial para financiar proyectos tecnológicos, mejorar la competitividad y eficiencia del destino, adaptarse a la demanda y garantizar la sostenibilidad y seguridad a largo plazo, promoviendo la innovación y el cumplimiento de los objetivos estratégicos del destino turístico.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Establecimiento de presupuesto para para la implementación de proyectos definidos, como los puntos Wifi en recursos turísticos, sistemas de información...
- b) Permite la inversión en tecnología para mejorar la experiencia del turista y la gestión del destino, mejorando la eficiencia de este.
- c) Establecer cumplimiento de objetivos, pues un presupuesto bien planificado y administrado asegura que las iniciativas y proyectos relacionados se implementen y cumplan adecuadamente.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	Anual

Indicadores propuestos

- Porcentaje del presupuesto total asignado
- Aumento anual de la financiación
- Inversión en tecnología e innovación
- Participación del sector privado (fam-trips...)
- Tasa de ejecución del presupuesto
- Retorno de la inversión (ROI)

ODS vinculados



09. Realizar y desarrollar una campaña de sensibilización que implique a residentes y visitantes (GOB_A_08.1, GOB_B_9.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Las campañas de sensibilización son cruciales para educar y concienciar a la comunidad local, visitantes y otras partes interesadas sobre temas importantes como la sostenibilidad, el respeto por la cultura local, la protección del medio ambiente y otros valores fundamentales para el desarrollo turístico. Una campaña efectiva que revoque los aspectos del DTI en la población puede influir positivamente en el comportamiento de las personas, promoviendo prácticas responsables que contribuyan al bienestar del destino y su entorno.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Definir los temas clave que serán abordados en la campaña de sensibilización.
- Diseñar una campaña de sensibilización que sea efectiva y atractiva para los diferentes públicos objetivo.
- Implementar la campaña a través de diversos canales para maximizar su alcance e impacto.
- Evaluar la efectividad de la campaña y realizar ajustes si es necesario.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2026-2027

Indicadores propuestos

- Nº de personas alcanzadas por la campaña
- Nº de participantes
- Nivel de cumplimiento de los objetivos
- Comparación con acciones similares

ODS vinculados



10. Desarrollo de una newsletter (GOB_A_05.4)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

En un entorno cada vez más digitalizado, la creación de una newsletter regular es crucial para fomentar la comunicación continua y el intercambio de información entre todos los actores involucrados en la gestión del DTI. Estas herramientas permiten la difusión de buenas prácticas, la actualización sobre las últimas novedades del sector, la participación de la comunidad y el establecimiento de una red colaborativa entre los profesionales del turismo, los residentes y otros interesados. Además, estas plataformas sirven como canales para recoger feedback y adaptar las estrategias a las necesidades reales del destino.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Diseñar un espacio digital (newsletter) que facilite la comunicación y el intercambio de información sobre temas relacionados con el DTI.
- Implementar las herramientas tecnológicas necesarias para la creación de la newsletter, asegurando su funcionalidad y accesibilidad.
- Lanzar oficialmente la newsletter y promover su uso entre los destinatarios seleccionados.
- Gestionar de manera continua la newsletter, asegurando su relevancia y adaptabilidad a las necesidades del destino.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	
2025	
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Nº de usuarios suscritos ● Nº de "lanzamientos" de la newsletter Nº de usuarios suscritos ● Nº de "lanzamientos" de la newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> ● Nº de contribuciones por los usuarios ● Evaluación de la satisfacción de los usuarios
ODS vinculados	

11. Facilitar y mejorar la accesibilidad a la información ofrecida a los turistas (INF_B_02.1, INF_B_03.2)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Mediante material promocional en formato digital, puntos de información turística 24/7, asistencia virtual... es valioso para el turista para proporcionar información accesible y actualizada, reducir costos operativos, mejorar la experiencia del turista y promover el destino de manera más eficiente

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Permite el acceso ininterrumpido a información actualizada, reduciendo costos sin necesidad de presencia personal constante.
- b) Permite la visualización de ofertas y promociones especiales, incentivando el gasto turístico de productos artesanos locales.
- c) Aplicación de pantalla táctil exterior tipo quiosco, totem turístico...
- d) Aprovechar la licencia de Zoom del Ayuntamiento para atender al turista.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2025 a 2026

Indicadores propuestos

- Tasa de uso de los dispositivos
- Tiempo promedio de uso
- Nivel de satisfacción de los usuarios
- Contenido más consultado
- Encuestas de satisfacción
- N° de usos del Zoom/mes

ODS vinculados



12. Uso de un cuadro de mando para la monitorización de redes sociales (INF_B_05.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

El uso de cuadros de mando es de gran importancia para un destino turístico, contribuye al hecho de que la gestión de las RRSS sea más efectiva y mejore la experiencia del turista. Se utilizará para extraer los datos estadísticos con la finalidad de rentabilizar el trabajo de marketing y promoción en estas vías, mediante la monitorización de la presencia del destino en RRSS.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Conocer la percepción del destino en tiempo real
- b) Toma de decisiones en base a datos medibles
- c) Identificar tendencias y oportunidades
- d) Gestionar las crisis provocadas por las RRSS y la reputación del destino
- e) Medir el impacto de las campañas realizadas en las diferentes RRSS
- f) Mejorar la competitividad mediante el benchmarking

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2026

Indicadores propuestos

- Informes trimestrales y anuales de RRSS
- Nº de visitas al perfil de turismo
- Evolución trimestral y anual de seguidores
- Nivel de satisfacción de los usuarios
- Nº de interacciones en campañas de RRSS.

ODS vinculados



13. Organizar cursos de formación en relación con el turismo y un concurso de ideas por parte del ayuntamiento (INN_A_01.1, INN_B_01.2)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

En un destino turístico inteligente es fundamental para mantenerse actualizado, mejorar la competitividad, implementar estrategias eficientes, ofrecer experiencias turísticas mejoradas y garantizar una gestión sostenible y responsable, adaptándose a un entorno turístico en constante evolución. Además, los concursos de ideas son una herramienta valiosa para fomentar la innovación, la participación ciudadana, y la generación de soluciones creativas y sostenibles para los desafíos que enfrenta Altura. Además, contribuyen a mejorar el desarrollo de la comunidad local.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- a) Los cursos de formación permiten mantener al personal y actores involucrados en el turismo al tanto de las últimas tendencias, avances tecnológicos y mejores prácticas en el contexto de un destino turístico inteligente.
- b) Además, ayudan a capacitar al personal para implementar de manera eficiente y exitosa las estrategias y acciones del plan DTI.
- c) Promueve la colaboración y comunicación efectiva entre diferentes departamentos y actores involucrados en el desarrollo turístico inteligente.
- d) Establecimiento de un curso en colaboración con el CdT de Castellón, la UJI y Segorbe y otras poblaciones vecinas.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	Anual

Indicadores propuestos

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Tasa de participación ● Calificación de los participantes ● Nivel de conocimiento antes y después ● Participación de la comunidad | <ul style="list-style-type: none"> ● Implementación de prácticas innovadoras ● Viabilidad de las ideas ● Promoción de la participación ciudadana |
|--|---|

ODS vinculados



14. Encuestas: a demanda, confianza empresarial... (IT_B_01.1, IT_B_02.2)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Las encuestas a demanda y las encuestas de confianza empresarial son herramientas esenciales para recopilar información precisa y actualizada sobre la percepción y necesidades tanto de los turistas como del sector empresarial en un destino. Estas encuestas permiten a los gestores turísticos y a las autoridades locales obtener "insights" valiosos que pueden influir en la toma de decisiones estratégicas y en la adaptación de las políticas turísticas para mejorar la competitividad y sostenibilidad del destino. Implementar estas encuestas fuera de la red Tourist Info permite captar una muestra más representativa y diversa, incluyendo a visitantes que no interactúan directamente con las oficinas de turismo, lo que enriquece la calidad de los datos recopilados.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Diseñar encuestas específicas que permitan obtener datos relevantes sobre la experiencia de los turistas y la percepción del clima empresarial en el destino. Establecer los canales y métodos de distribución de las encuestas, incluyendo encuestas en línea, encuestas en puntos estratégicos del destino, y encuestas por correo electrónico.
- Implementar las encuestas de manera efectiva para asegurar una alta tasa de respuesta y la recolección de datos representativos.
- Analizar los datos recopilados para identificar tendencias, puntos de mejora y oportunidades estratégicas para el destino. Utilizar los resultados de las encuestas para informar la toma de decisiones estratégicas y comunicar las conclusiones a las partes interesadas.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2026 a 2028
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● N° de encuestas completadas ● N° de encuestas respondidas ● Percepción del destino y del entorno económico 	<ul style="list-style-type: none"> ● N° de decisiones estratégicas basadas en los resultados de las encuestas
ODS vinculados	
	  

15. Informe anual de perfil de usuario en línea (IT_B_03.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

La realización de un informe anual de perfil de usuario online implica la medición del perfil del usuario online del destino, dando opción a conocer las estadísticas y analíticas de la web turística, visitas, palabras clave, intereses... Es útil para conocer mejor al público objetivo y elaborar ofertas turísticas en base a la evaluación de los resultados e identificación de las demandas del mercado.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Utilizar los datos obtenidos para identificar y evaluar los comportamientos de los usuarios en la web turística.
- Analizar los datos recopilados para identificar tendencias, puntos de mejora y oportunidades estratégicas para el destino.
- Usar los resultados y evaluaciones para ayudar a tomar decisiones estratégicas.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Alta
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2026 a 2028
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● N° de visitantes en web ● N° de informes anuales ● Disponibilidad de informe en web municipal 	<ul style="list-style-type: none"> ● N° de decisiones estratégicas basadas en los resultados ● Comportamiento del usuario online
ODS vinculados	

16. Establecer Google Analytics mensual y realizar un informe de seguimiento (MO_B_01.1, MO_B_01.2)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es esencial para Altura medir el rendimiento del sitio web, evaluar estrategias de marketing, tomar decisiones informadas, optimizar la experiencia del usuario, identificar tendencias y oportunidades, y mejorar continuamente el destino turístico inteligente en línea.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

a) Analizar mediante Google Analytics permite medir el tráfico de visitantes en la web, proporcionando información sobre la cantidad de visitas y el comportamiento de los usuarios.

b) Identificar qué fuentes de tráfico llevan a los turistas al sitio web, ya sea a través de motores de búsqueda, redes sociales, sitios de referencia o campañas de correo electrónico.

c) Establecer Google Analytics, realizar procedimiento de revisión mensual, tomar decisiones en base a resultados

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	Anual

Indicadores propuestos

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Establecimiento de Google Analytics ● Nº de visitantes únicos ● Páginas vistas por sesión ● Origen del tráfico ● Velocidad de carga de la web | <ul style="list-style-type: none"> ● Palabras clave principales ● Tasa de conversión ● Tendencias mensuales ● Incremento % de visitas mensuales |
|---|---|

ODS vinculados



17. Aplicación de un Social Media Plan (MO_B_02.2)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Aplicar un Social Media Plan en un Destino Turístico Inteligente es esencial para promover y visibilizar el destino, interactuar con los turistas, formar parte de una estrategia de marketing digital, generar contenidos atractivos, analizar datos para mejorar el rendimiento y fidelizar a los visitantes, todo ello contribuyendo a mejorar la competitividad y posicionamiento del DTI en el mercado turístico actual.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Establecer un plan operativo de actuaciones a realizar en cuanto a la gestión de la presencia del destino en medios sociales.
- Comunicar las acciones realizadas en materia de turismo o eventos ocurridos en el destino.
- Ejecutar las acciones propuestas con la finalidad de cumplir los objetivos de resultados, contribuyendo a la competitividad y posicionamiento de Altura.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2025
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Publicación social media plan ● Nº de acciones ejecutadas ● Seguimiento de las acciones ● Nº de publicaciones semanales/mensuales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Palabras clave principales ● Tendencias mensuales ● Incremento % de visitas mensuales
ODS vinculados	

18. Medir el impacto de la inversión en SEM y en la publicidad Online (MO_B_04.1, MO_B_04.2, MO_B_04.3)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es fundamental para evaluar el rendimiento, optimizar la estrategia, tomar decisiones informadas, adaptarse a los cambios del mercado y mejorar la competitividad del negocio, asegurando que la inversión en marketing digital genere beneficios medibles y alinee con los objetivos comerciales.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

a) La medición del impacto en SEM proporciona datos objetivos y cuantificables, lo que facilita la toma de decisiones basadas en datos y no en suposiciones.

b) Establecer la herramienta SEM que considere el Social Media Plan, medir su impacto mediante ROI. Establecer que campañas han sido más efectivas, trabajar en línea a las más rentables. Establecer el mismo procedimiento para la publicidad Online.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2026 a 2028
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Trafico web generado ● Tasa de conversión de SEM ● Incremento de descarga de materiales informativos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de ventas/reservas ● Coste per clic ● Comparación con otras campañas ● ROI
ODS vinculados	
  	

19. Formación en Materia de Marketing Digital/Online de los Técnicos de los Destinos y Actualización Semanal de Contenidos (MO_B_03.4, MO_B_8.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

La formación permitirá estar al tanto de las últimas tendencias, herramientas y estrategias, garantizando que las acciones de marketing sean efectivas y estén alineadas con las necesidades del mercado. Además, la actualización semanal de contenidos asegura que la información disponible para los turistas y usuarios esté siempre al día, lo que mejora la experiencia del visitante y la visibilidad del destino en plataformas digitales.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Identificar las áreas clave en marketing digital/online en las que los técnicos de los destinos requieren formación.
- Capacitar a los técnicos en las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar y optimizar las acciones de marketing digital del destino.
- Asegurar que la formación recibida se traduzca en mejoras tangibles en las acciones de marketing digital del destino.
- Mantener los canales de comunicación del destino actualizados con contenido relevante y atractivo, mejorando la experiencia del usuario y la posición del destino en buscadores y redes sociales.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2025-2027
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● % de técnicos que completan la formación ● Nivel de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejora en la gestión de las redes ● Incremento de seguidores
ODS vinculados	

18. Medir el impacto de la inversión en SEM y en la publicidad Online (MO_B_04.1, MO_B_04.2, MO_B_04.3)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es fundamental para evaluar el rendimiento, optimizar la estrategia, tomar decisiones informadas, adaptarse a los cambios del mercado y mejorar la competitividad del negocio, asegurando que la inversión en marketing digital genere beneficios medibles y alinee con los objetivos comerciales

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

a) La medición del impacto en SEM proporciona datos objetivos y cuantificables, lo que facilita la toma de decisiones basadas en datos y no en suposiciones.

b) Establecer la herramienta SEM que considere el Social Media Plan, medir su impacto mediante ROI. Establecer que campañas han sido más efectivas, trabajar en línea a las más rentables. Establecer el mismo procedimiento para la publicidad Online.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	2026-2028
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● Trafico web generado ● Tasa de conversión de SEM ● Incremento de descarga de materiales informativos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de ventas/reservas ● Coste per clic ● Comparación con otras campañas ● ROI
ODS vinculados	
  	

19. Formación en Materia de Marketing Digital/Online de los Técnicos de los Destinos y Actualización Semanal de Contenidos (MO_B_03.4, MO_B_8.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

La formación permitirá estar al tanto de las últimas tendencias, herramientas y estrategias, garantizando que las acciones de marketing sean efectivas y estén alineadas con las necesidades del mercado. Además, la actualización semanal de contenidos asegura que la información disponible para los turistas y usuarios esté siempre al día, lo que mejora la experiencia del visitante y la visibilidad del destino en plataformas digitales.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

- Identificar las áreas clave en marketing digital/online en las que los técnicos de los destinos requieren formación.
- Capacitar a los técnicos en las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar y optimizar las acciones de marketing digital del destino.
- Asegurar que la formación recibida se traduzca en mejoras tangibles en las acciones de marketing digital del destino.
- Mantener los canales de comunicación del destino actualizados con contenido relevante y atractivo, mejorando la experiencia del usuario y la posición del destino en buscadores y redes sociales.

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Medio	2025-2027
Indicadores propuestos	
<ul style="list-style-type: none"> ● % de técnicos que completan la formación ● Nivel de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejora en la gestión de las redes ● Incremento de seguidores
ODS vinculados	

20. Desarrollar una campaña para concienciar a la población residente sobre la importancia de la sostenibilidad (SOST_B_07.1)

JUSTIFICACIÓN DE LA ACTUACIÓN

Es fundamental para promover el cambio de actitudes y comportamientos, involucrar a la comunidad, preservar el entorno y patrimonio, reducir el impacto negativo del turismo y crear una cultura de sostenibilidad, contribuyendo a un desarrollo turístico responsable y sostenible a largo plazo.

OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN

a) Sensibilizar a la población residente sobre la sostenibilidad, lo que puede llevar a cambios positivos en sus actitudes y comportamientos hacia prácticas más responsables y sostenibles, tratando de preservar el entorno natural, la biodiversidad y su patrimonio cultural.

b) Establecer una campaña anual, involucrando a la población local, empresarios, sector público...

Principales interesados	Nivel de prioridad
Ayuntamiento, Alcaldía, Informática, Nuevas Tecnologías.	Media
Presupuesto	Plazo temporal
Bajo	Anual

Indicadores propuestos

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Nº de asistentes (alcance) ● Distribución de materiales informativos ● Coste por formación ● Colaboración interdepartamental | <ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta de satisfacción ● Incremento en el uso de transporte sostenible ● Uso de redes sociales, hashtags, etiquetas... |
|---|--|

ODS vinculados



