



CALA LA FORADADA

PLAN ESTRATÉGICO DE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE 2022-2025





Índice

1. Introducción
2. Alcance y objetivo del Proyecto
3. Metodología
 - 3.1 Metodología del Plan Estratégico
 - 3.2 Metodología DTI Comunidad Valenciana
4. Análisis de situación
 - 4.1 Análisis Histórico
 - 4.2 Análisis Territorial y socioeconómico
 - 4.3. Comunicación y accesibilidad del territorio
 - 4.4 Análisis Covid-19
 - 4.5 Análisis de Vinaròs como destino turístico
 - A. Vinaròs en el mercado turístico
 - B. Imagen y posicionamiento de Vinaròs
 - 4.6 Análisis de la oferta turística
 - A. Oferta Turística de Vinaròs
 - B. Recursos Turísticos Vinaròs
 - 4.7 Análisis de sostenibilidad
 - 4.8 Análisis de transversalidad con otros planes municipales
 - 4.9 Análisis DAFO de Vinaròs
5. Autodiagnóstico de Vinaròs como Destino Turístico Inteligente
6. Plan de acción Vinaròs DTI
 - 6.1 Líneas Estratégicas y actuaciones
 - 6.2 Acciones Vinaròs



1. Introducción

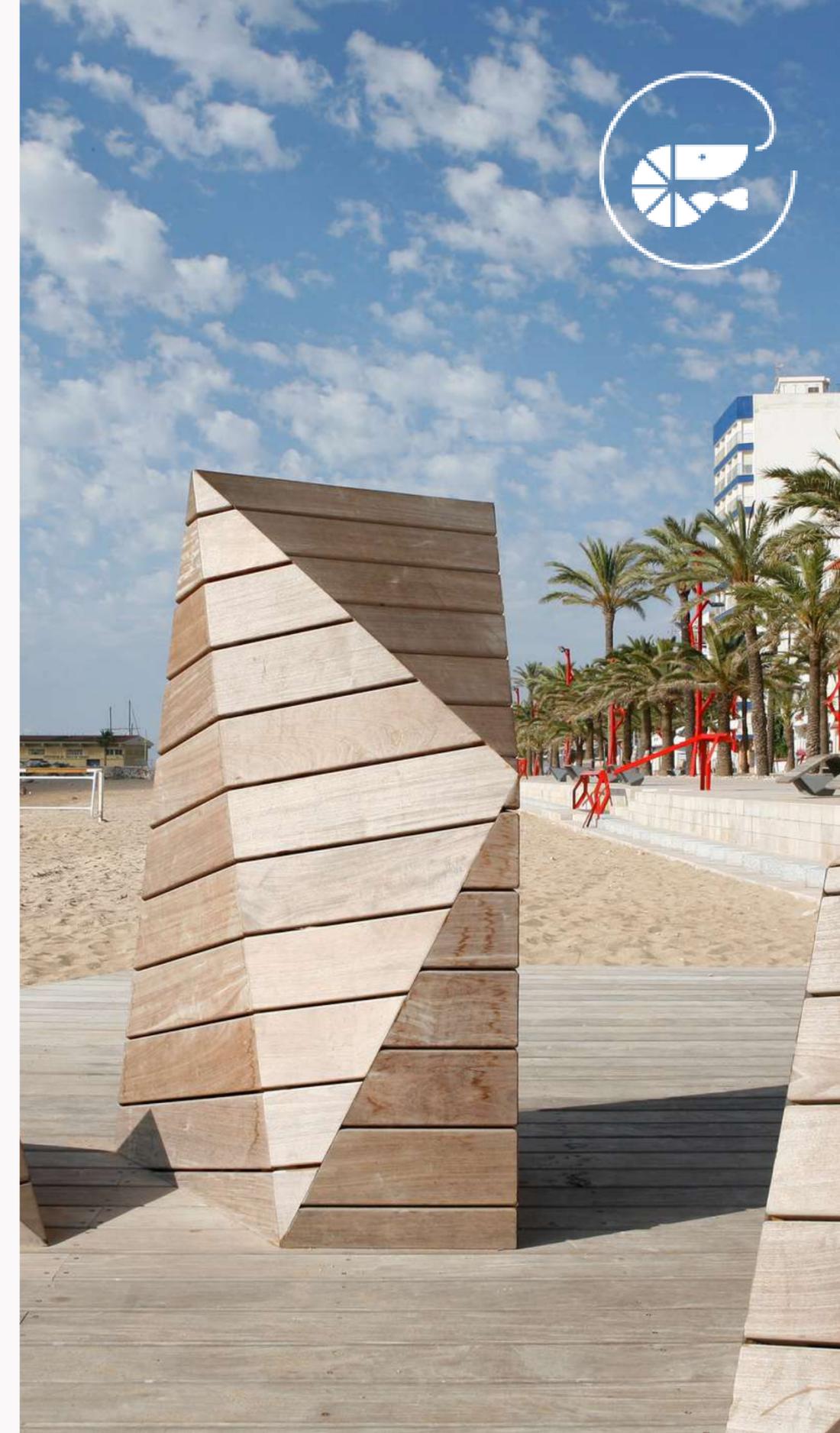
El turismo se desenvuelve en un entorno disruptivo marcado por la globalización, la creciente competencia, los cambios en los hábitos de los turistas, la creciente importancia de la sostenibilidad derivada de la toma de conciencia de los efectos del cambio climático, la percepción de seguridad tras la situación de pandemia por la COVID-19 y, sobre todo, la incorporación del uso de las tecnologías de la información a la vida cotidiana. El turista tiene mayor acceso a la información y busca nuevas experiencias y fórmulas de consumo creando a su vez nuevas tendencias.

Los destinos deben ser capaces de adaptar los productos y servicios que ofrecen en su territorio a las necesidades reales de los visitantes y al mismo tiempo cubrir también las de sus propios residentes.

Este escenario plantea nuevos retos a la administración local, empezando por la manera de trabajar de la organización, donde pasa de ser un mero agente gestor a implicarse activamente en acciones de innovación e inteligencia aplicadas al sector turístico. Estas actuaciones no sólo afectan al área o departamento de Turismo, sino que son transversales para toda la organización.

Se trata pues, de un nuevo contexto que implica cambios en procesos y procedimientos de la mayoría de departamentos de la administración vinculados con la planificación y gestión de los destinos además del compromiso político.

Si el papel de la administración local es clave en este nuevo escenario, no debe pasarse por alto la importancia del sector privado y de la población residente en el destino. Para que tengan éxito las estrategias planteadas en el destino, se deberá contar con la participación activa de todos los agentes.





2. Alcance y objetivo del proyecto

Vinaròs es un destino que lleva desde el año 2022 trabajando el desarrollo turístico con una incorporación desde el año 2018 como destino turístico inteligente a la red DTI-CV y a SEGITTUR. En esta ocasión, se va a realizar una revisión de los indicadores definidos por la red DTI Comunitat Valenciana para conocer el grado de cumplimiento y definir una nueva estrategia turística basada en los ejes del modelo DTI-CV.

Entre los objetivos principales del nuevo Plan Estratégico Destino Turístico Inteligente 2022-2025, figura convertir a Vinaròs en un destino innovador y dinámico. Para ello se plantea seguir con la estrategia de Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana como un proyecto vertebrador del territorio que implique a todos los municipios turísticos en la puesta en marcha de Planes directores de turismo con la asistencia técnica de la Oficina de Destinos Turísticos Inteligentes del Invat-tur.

Como pilar básico de todas las actuaciones, figura el desarrollo y fomento de acciones desde el eje de la gobernanza. Como se ha indicado en la introducción, se ha de implicar a todos los sectores del destino, empezando por el compromiso de la administración local, desde sus técnicos y funcionarios, al liderazgo por parte de la corporación municipal y contando en todo momento con el tejido empresarial y la población residente.

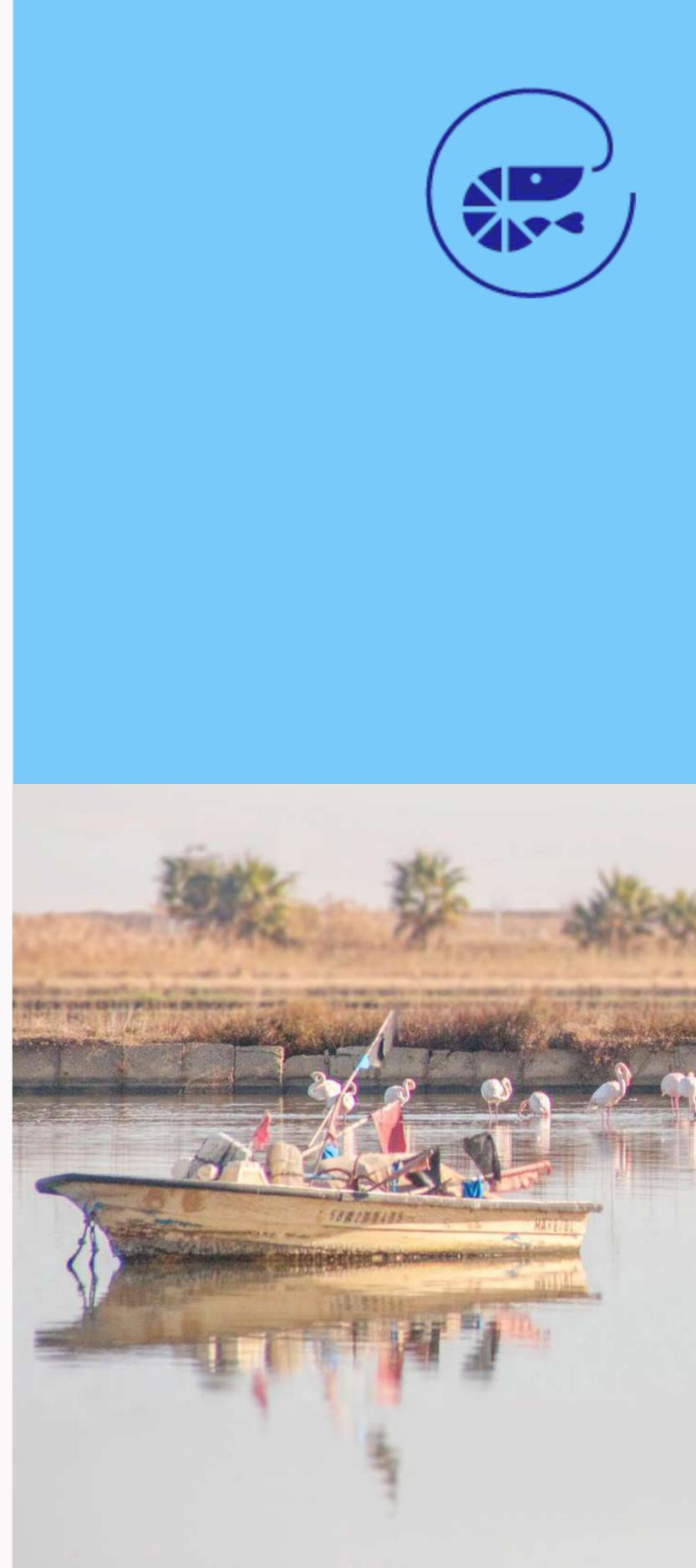
Estos objetivos sólo se pueden conseguir con una apuesta clara en la mejora de la gobernanza, tal y como está contemplado en el manual de DTI de la CV.

A partir de este eje, se plantea este proyecto que permitirá fijar las nuevas actuaciones de la red DTI CV en el municipio de Vinaròs.

A lo largo de este documento, se definirán los objetivos que se enmarcan en el análisis y la planificación de nuevas acciones para Vinaròs en el ámbito DTI y que le permitan mejorar su competitividad turística en este nuevo modelo.

De manera aunada, se va a englobar la estrategia DTI comentada anteriormente en un Plan Estratégico del Destino que evalúe el grado de cumplimiento del Plan Estratégico y de Marketing Turístico de Vinaròs (2017-2021), los diferentes planes y programas existentes en el municipio y las estrategias turísticas de la Comunitat Valenciana.

Otro de los objetivos generales es disponer de la base para optar y definir los planes de sostenibilidad turística en destino. Con todo ello se busca la transformación del modelo turístico hacia capas más sostenibles. La estrategia general de sostenibilidad pone el énfasis en la actuación sobre el destino de Vinaròs. Hay que recordar que el desarrollo sostenible del turismo exige la participación del conjunto del ecosistema turístico, donde se incluye los 3 niveles de la Administración y el propio sector privado.





Las entidades locales juegan un rol fundamental en la visión y gestión del destino. El bienestar de la población local mediante el desarrollo turístico debe ser un elemento prioritario en la gobernanza de los destinos.

¿Cuáles son los objetivos generales del plan de sostenibilidad? Apoyar a los destinos turísticos en su transformación hacia hubs o polos de innovación turística. Asimismo, alcanzar una mayor cohesión territorial, no solo relacionando la oferta y los destinos de cada territorio, sino, creando conexiones entre los destinos de distintas regiones.

Los resultados esperados de estos planes de sostenibilidad en destino esperan:

- **Diversificar la oferta de destinos turísticos, que contribuyen a la generación de empleo, distribución de riqueza y cohesión territorial.**
- **Mejorar la sostenibilidad y la gestión del capital natural de sistema turístico.**
- **Mejorar los destinos turísticos, realizando inversiones transformadoras que redunden en la competitividad del destino.**
- **Incorporar la digitalización en la gestión de los recursos, infraestructuras y productos turísticos del destino.**

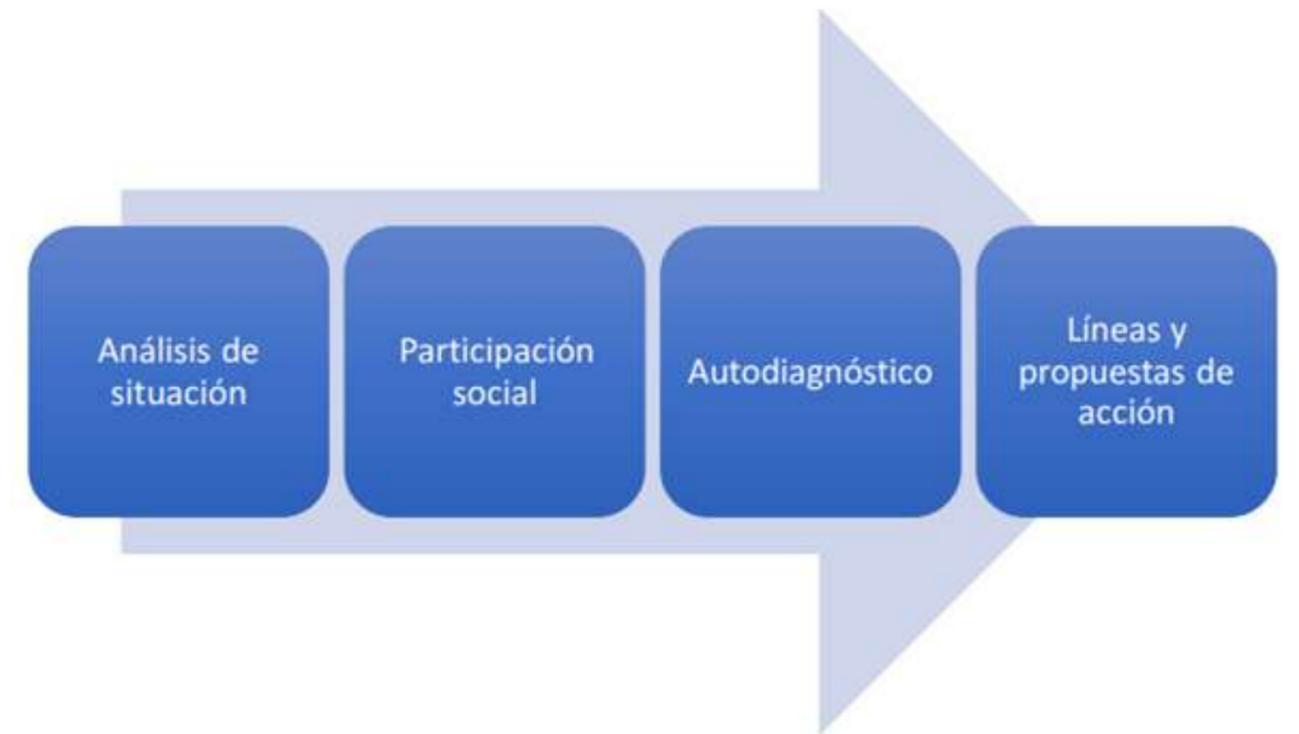


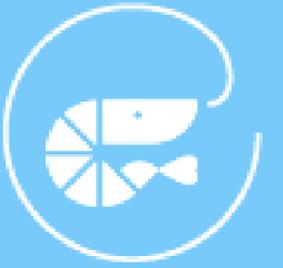
3. Metodología

Desde el punto de vista metodológico, el trabajo desarrollado en Vinaròs ha partido del análisis inicial de la situación turística del municipio, centrándose en las actuaciones realizadas en materia de planificación estratégica y su estado actual. Se ha completado el autodiagnóstico que analizan los principales indicadores que debe cumplir un Destino Turístico Inteligente. Posteriormente, se han continuado con los equipos de trabajo con participación público-privada, para finalmente con los resultados obtenidos plantear líneas de acción.

En todo este proceso se ha tenido en cuenta y se han aunado estrategias y líneas de trabajo con:

- Plan de espacios turísticos de la Comunitat Valenciana.
- Datos facilitados por la Smart Data Office de Turisme Comunitat Valenciana.
- Plan estratégico de Turismo de la Comunidad Valenciana 2020-2025.
- Catálogo de Recursos Territoriales Turísticos Valencianos.
- Plan Avalem Territori de Labora.





3.1. Metodología del Plan Estratégico

En la definición del Plan Estratégico Turístico Inteligente se ha realizado una integración de la metodología del modelo DTI-CV y el análisis del destino, participación pública e identificación de los riesgos y oportunidades de la gestión turística de Vinaròs, con el fin de definir una estrategia integradora y vertebradora del turismo en todos los ámbitos del destino.

A lo largo del proceso de definición se han mantenido reuniones con diversos grupos de interés (3 reuniones con jefe de departamento, 2 reuniones con empresas SICTED, 1 reunión con Director y Coordinador de INVAT·TUR y 1 reunión de coordinación con los equipos técnicos que están redactando el Plan de Protección Centro Histórico y el PMUS) para conocer su visión acerca del turismo en Vinaròs y las oportunidades que ofrece el destino. A continuación, se recogen las principales conclusiones de dichos encuentros:

PROPUESTAS MEDIO AMBIENTE

- Apoyo y fomento del uso de energías renovables.
- Divulgación y concienciación de sistemas de reciclaje.
- Concienciación y divulgación a través de educadores ambientales en temporada alta, vinculados con el reciclaje, uso de mascotas, etc.
- Mejoras en infraestructuras para minimizar el impacto de las situaciones de emergencia provocadas por las riadas y DANAS.
- Puesta en valor árboles monumentales y de “Les casetes de pedres en sec”.
- Incremento de las zonas verdes.





PROPUESTAS MOVILIDAD

- Fomento del cicloturismo coordinado con la puesta en marcha del PMUS de Vinaròs.
- Mejora de la información sobre los autobuses, vinculación con la estación de ferrocarril, etc.
- Oferta de un tren turístico.
- Creación de un aparcamiento específico para autocaravanas.
- Creación de un parking para camiones y regulación de su estacionamiento en el destino.
- Creación de rutas para peatones y ciclistas en zona turística norte.
- Mejora de la información, sensibilización y control del uso de patinetes eléctricos.

PROPUESTAS COMERCIALIZACIÓN

- Incremento de la comercialización en RRSS.
- Formación en digitalización y marketing para el empresariado turístico.
- Desarrollo de actuaciones para la desestacionalización del turismo.
- Mejorar la coordinación en la planificación anual de actividades culturales, deportivas y turísticas. Disposición de la misma con suficiente antelación y traslado al empresariado.



PROPUESTAS RECURSOS TURÍSTICOS

- Divulgación de información de fiestas, rutas turísticas, etc.
- Ordenanza para la disposición de elementos en fachadas y balcones.
- Finalización y puesta en marcha del plan de protección del centro histórico.



PROPUESTAS COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

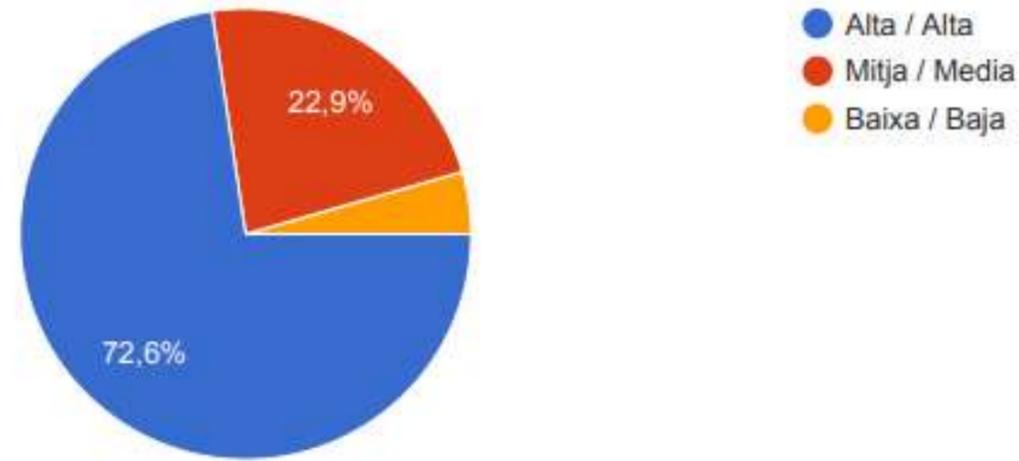
- Disponer de expositor en los recursos y empresas turísticas con códigos QR con la información de senderos, agenda cultural, eventos, etc, en las empresas privadas.
- Aumentar la creación experiencias turísticas del destino.
- Visitas guiadas para que las empresas turísticas conozcan los recursos del destino.



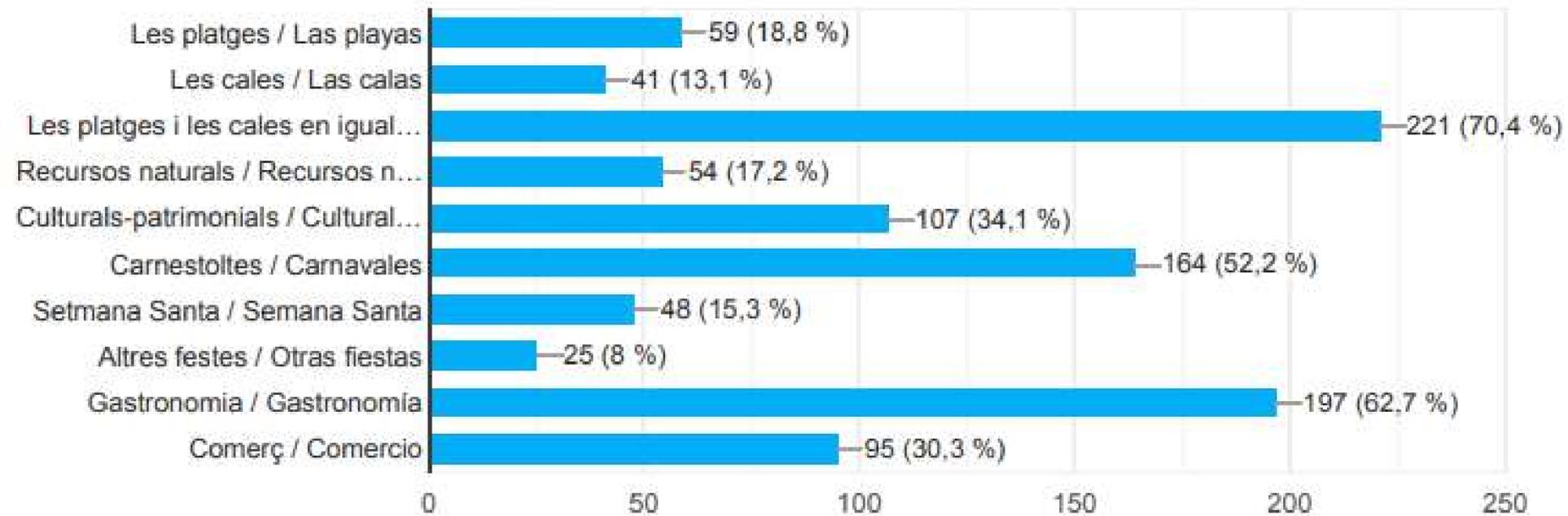
Paralelamente, en enero del año 2022 se realizó una encuesta del municipio donde se obtuvieron un total de 314 respuestas. Éstas se obtuvieron a través de un formulario de la web municipal, redes sociales, así como a través de un correo electrónico al directorio de empresas turísticas.

Algunas de las conclusiones que se sustraen de la encuesta son las siguientes:

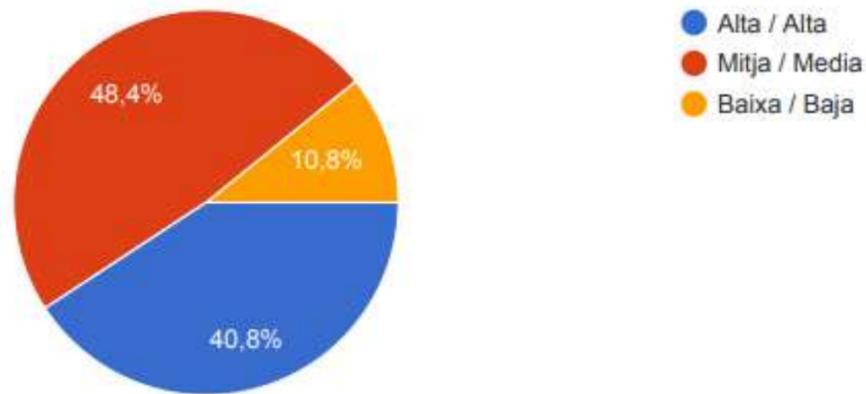
- Para un 72,6% de los encuestados considera que el turismo es importante en Vinaròs



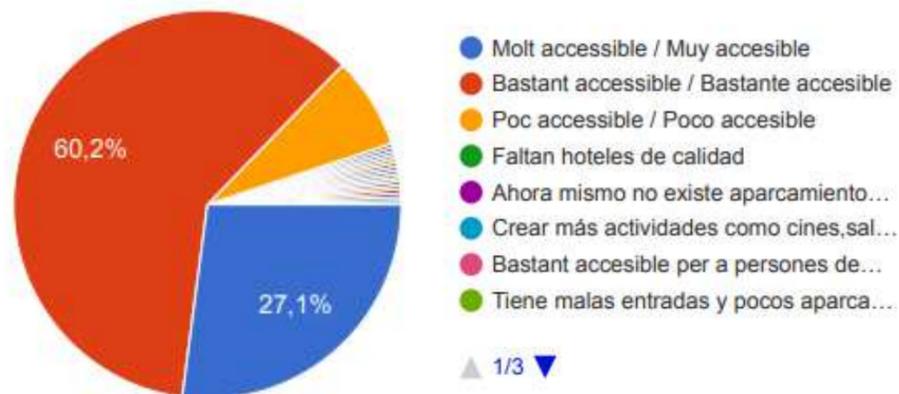
- Los 3 atractivos turísticos más importantes en el destino para los encuestados son: Las playas (70,4%), gastronomía, (62,7%), Carnavales (52,2%)



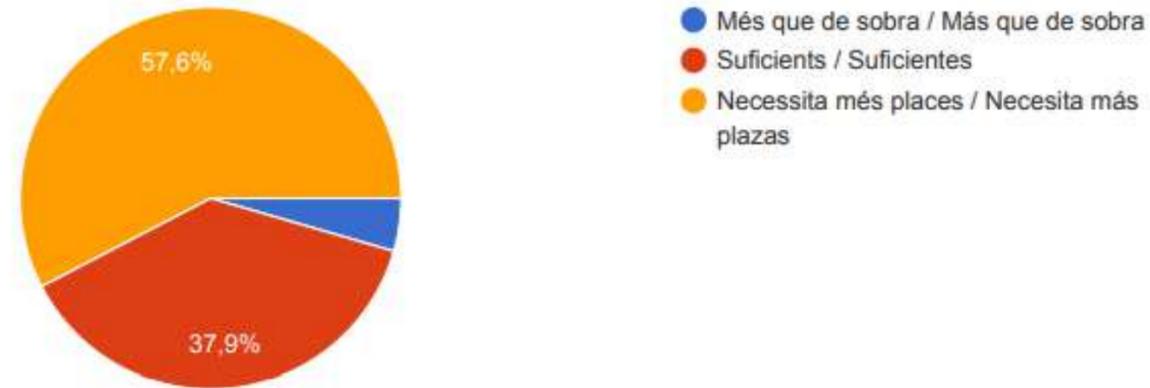
Sobre la señalización de las playas, parajes naturales y casco histórico: un 40,8% de los encuestados considera que hay una alta señalización, el 48,4% considera que hay una señalización media, y un 10,8% considera que hay una baja señalización.



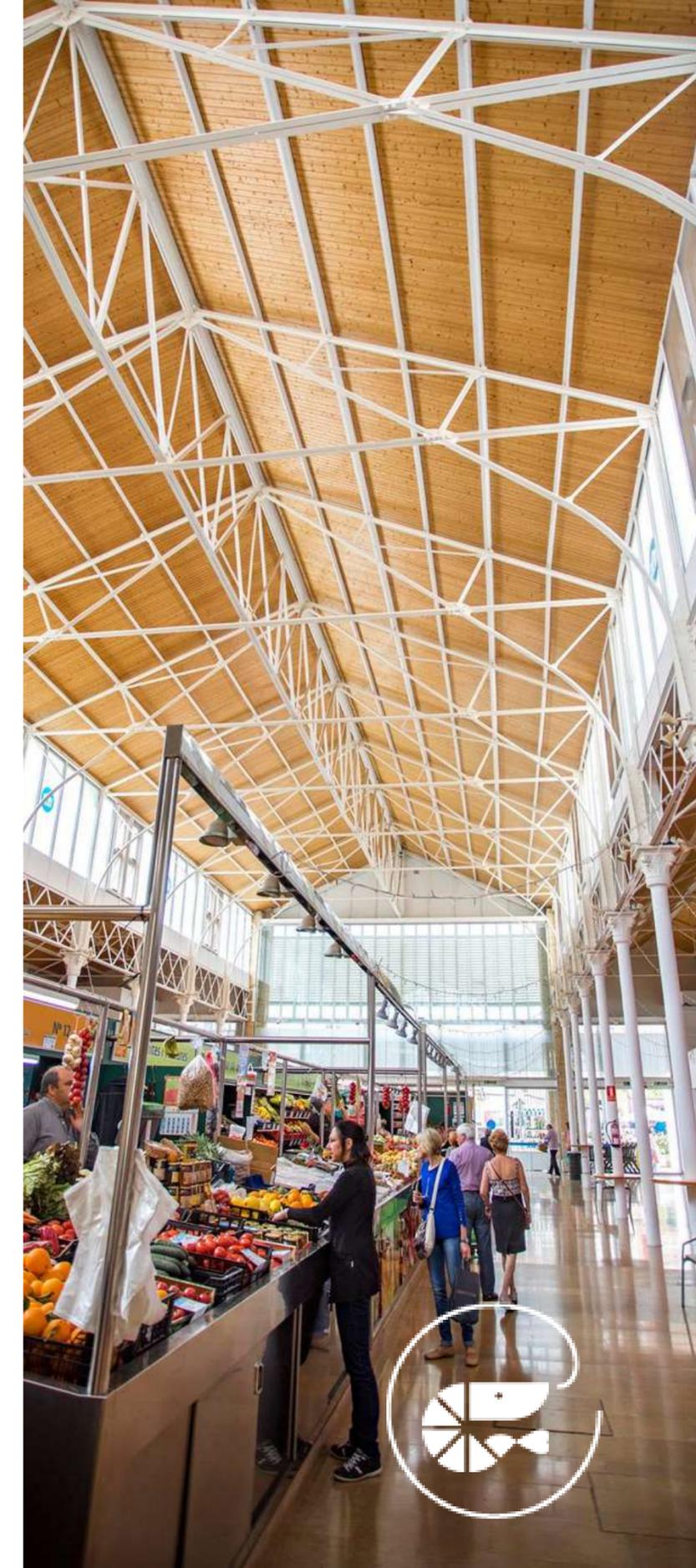
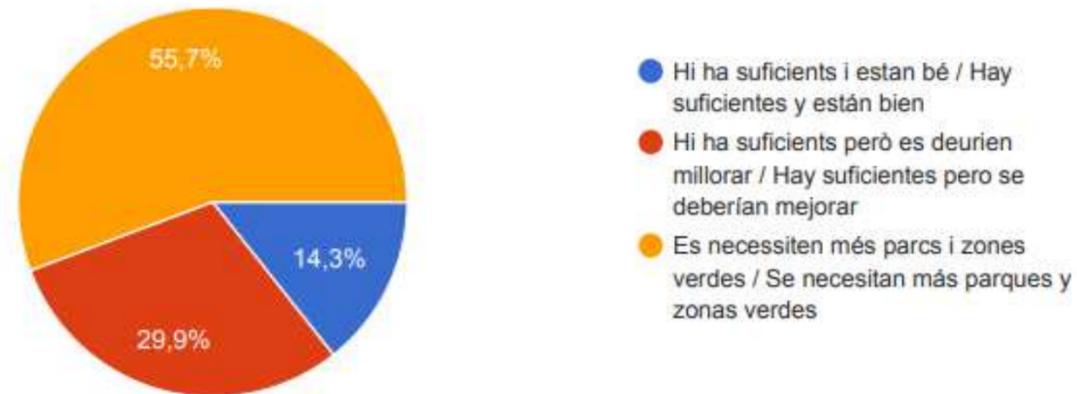
Sobre la accesibilidad para todas las personas: un 27,1% de los encuestados piensa que la ciudad es muy accesible, un 60,2% dice que es bastante accesible. Menos de un 10% dice que el municipio es poco accesible.



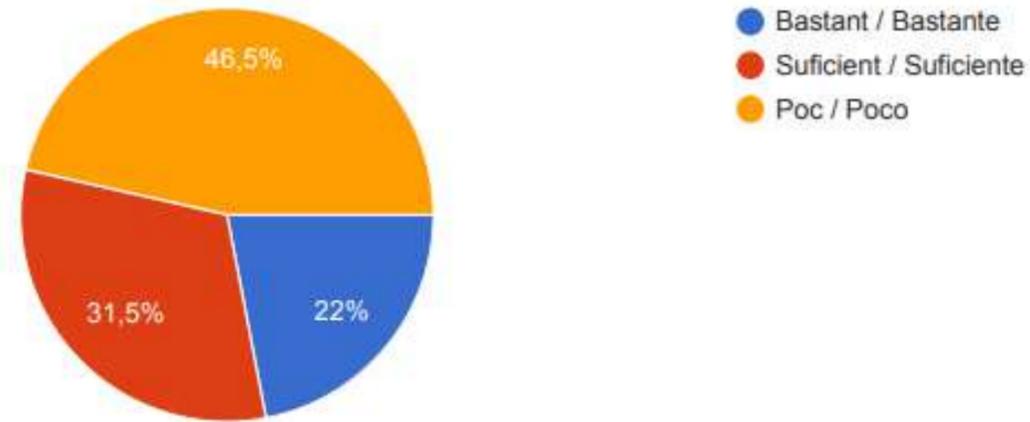
Respecto al número de plazas de parking: un 4,5% considera que hay plazas más que de sobra, un 37,9% afirma que hay plazas suficientes y un 57,6 piensa que Vinaròs necesita más plazas de parking.



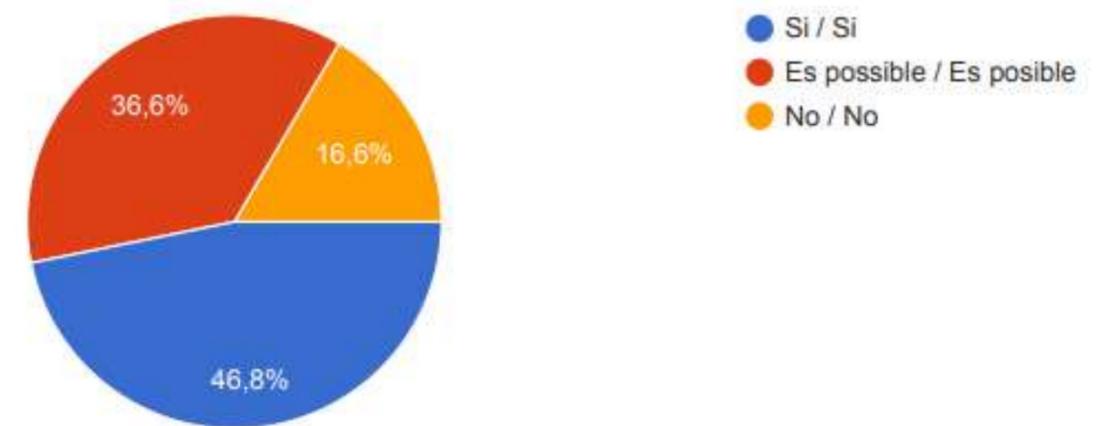
Sobre la valoración de parques y espacios libres cabe destacar que el 14,3% considera que hay suficientes parques y espacios libres, el 29,9% dice que hay suficientes, pero se debería mejorar y un 55,7% dicen que son necesarios más parques y zonas verdes.



Sobre lo que piensan los encuestados sobre si Vinaròs se conoce turísticamente fuera de la ciudad: un 22% piensa que se conoce bastante, un 31,5% se conoce suficiente, y un 46,5% piensa que se conoce poco.



Respecto a la pregunta de si en caso de que fueran turistas vendrían fuera de temporada de verano al municipio las respuestas son las siguientes: un 46,8% afirma que sí vendría, un 36,6% piensa que es posible que vendría y un 16,6% afirma que no vendría.





3.2. Metodología DTI Comunitat Valenciana

Aspectos a tener en cuenta

- 1.El modelo DTI-CV es un modelo de gestión que requiere, por tanto, de la existencia de un modelo previo de un destino turístico. Sin estrategia global del destino, la gestión en clave DTI carece de sentido.
2. El modelo DTI-CV requiere de la existencia de una estructura de gestión turística interdepartamental, personal cualificado y colaboración con el sector privado. Esto es un requisito básico.
- 3.El modelo DTI-CV 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.
- 4.El modelo DTI-CV no es un objetivo finalista. No se trata de ser DTI sino de trabajar en clave de gestión inteligente, de incorporar nuevas pautas a la planificación y gestión turística.

Cambios metodológicos

- 1.Revisión de los requisitos para acceder a los distintos niveles de la red.
- 2.Evolución del sistema de indicadores: pasa de 72 a 155 indicadores.
- 3.Se estructuran nuevos niveles que están configurados por el avance de los destinos según el grado de cumplimiento de indicadores: básico, óptimo, excelente.
- 4.Actualización del estado de los planes y del cumplimiento de indicadores por parte de los destinos.



La estructura del modelo DTI-CV define 8 ejes de trabajo con una serie de indicadores en cada uno de los ejes.

	GOB	SOST	ACC	INN	IT	CO	INF	MO	Total
Básico	13	14	6	2	7	2	10	18	72
Avanzado	11	8	8	6	3	6	3	2	47
Excelente	5	8	4	3	7	6	2	1	36
Total	29	30	18	11	17	14	15	21	155

La gobernanza se basa en una serie de principios, tal y como se indican en el Libro Blanco de la Gobernanza Europea, y que son, la transparencia en la gestión, la participación pública en el diseño y aplicación de políticas, la responsabilidad de todos los agentes que intervienen en las políticas, la eficacia (con medidas objetivas y evaluables) y la coherencia de las acciones.

EJE 1. GOBERNANZA

GOB_01. Recursos humanos

GOB_02. Existencia y aplicación de un Plan Estratégico de Turismo

GOB_03. Coordinación interdepartamental de turismo

GOB_04. Existencia de un Plan Operativo de Turismo (POT) anual

GOB_05. Colaboración público-privada

GOB_06. Desarrollo de la Administración Electrónica/Administración Abierta

GOB_07. Sistemas de gestión de calidad implantados con un enfoque de destino

GOB_08. Campañas de sensibilización social hacia el turismo

GOB_09. Análisis de retorno de iniciativas de fomento del turismo

GOB_10_Plan estratégico Smart City / Land

GOB_11_Coordinación y gestión del plan DTI



En el contexto de desarrollo de un destino turístico inteligente, no se puede separar la sostenibilidad del modelo turístico con la planificación del destino. A la hora de implantar un modelo DTI, se propone utilizar como marco de referencia el modelo VICE (acrónimo de Visitors, Industry, Community y Environment). Este modelo está basado en las tres dimensiones de la sostenibilidad (ambiental, económica y sociocultural).

EJE 2. SOSTENIBILIDAD

SOST_01. Planeamiento urbanístico que incluye una normativa específica que contemple el modelo turístico

SOST_02. Aplicación de planes o instrumentos específicos para el desarrollo turístico sostenible

SOST_03. Plan de movilidad urbana sostenible adaptado al turismo

SOST_04. Fomento de la economía circular

SOST_05. Gestión del ciclo del agua

SOST_07. Fomento de acciones de sensibilización a favor de la sostenibilidad para residentes

SOST_08. Plan de adaptación al Cambio Climático

SOST_9. Suscripción del Código Ético del Turismo Valenciano

SOST_10. Índice de presión humana máxima y evolución de la población flotante

SOST_11. Acciones de sensibilización turística a favor de la sostenibilidad para visitantes

SOST_12. Fomento de la eficiencia energética

SOST_13. Garantizar la seguridad y atención sanitaria al visitante

SOST_14. Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en destino

Actualmente se está en un período en el que están apareciendo enfoques cuyo objetivo es favorecer e implementar un turismo más justo y solidario, por ejemplo, respecto a los turistas con discapacidades y su posibilidad de acceder a los productos y servicios que están disponibles en un destino turístico.

Se entiende como turismo accesible, aquel que tiene en cuenta las distintas capacidades del turista y genera productos y servicios específicos o adaptados.

EJE 3. ACCESIBILIDAD

ACC_01. Recursos/atractivos turísticos accesibles

ACC_02. Servicio de información adaptado a personas con discapacidad

ACC_03. Cumplimiento de accesibilidad Web (Protocolo WAI)

ACC_04. Promoción del turismo accesible

ACC_05. Transporte público accesible

ACC_06. Planificación en materia de accesibilidad

ACC_07. Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras





Un DTI es por naturaleza un espacio abierto a la innovación, que la promueven de forma activa a través de la búsqueda de soluciones en los distintos ámbitos de actuación, es decir es un aspecto transversal.

En el ámbito turístico, se entiende la innovación como ese concepto bajo el que abordar procesos de renovación de destinos consolidados, los cuales pueden aprovechar las oportunidades que ofrecen las TIC para diferenciarse de otros destinos, y al mismo, para destinos emergentes les permite generar productos o servicios que antes no se habían ofrecido a los visitantes.

EJE 4. INNOVACIÓN

INN_01. Fomento de la innovación turística

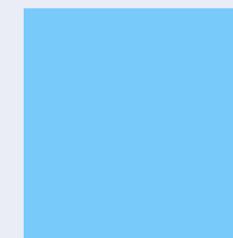
INN_02. Implantación de sistema de gestión de la innovación en empresas y organismos públicos

INN_03. Desarrollo de proyectos de innovación

INN_04. Fomento de procesos de innovación colaborativa

INN_05. Emprendimiento

INN_06. Formación de población y ocupación en actividades vinculadas con la innovación

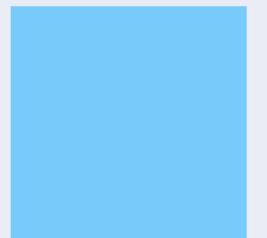




Cuando se habla de conectividad no se debe pensar exclusivamente en Internet, conexión básica e imprescindible para cualquier destino, sino en todas aquellas conexiones que permiten al turista, a los gestores del destino y a las empresas interactuar de manera constante y en todos los ciclos del viaje.

El objetivo de cualquier municipio que quiera transformarse en un destino turístico inteligente, debe ser implantar una conectividad ubicua, proporcionándola en todo momento y espacio del destino.

EJE 5. CONECTIVIDAD
CO_01. Conectividad de calidad en el destino
CO_02. Conectividad en oficinas de información turística
CO_03. Conectividad en puntos de interés y atractivos turísticos disponen de WIFI público gratuito
CO_04. WI-FI de las empresas turísticas del destino para clientes/usuarios
CO_05. Sensorización del destino
CO_06. Sistemas de gestión de espacios turísticos



En un DTI la toma de decisiones en la gestión turística es un aspecto clave. Con los nuevos modelos de gestión no se puede confiar en la intuición a la hora de plantear acciones y estrategias turísticas. Los nuevos perfiles de usuarios y la irrupción de la tecnología con la que el turista interactúa durante todas las fases del viaje, plantean nuevos retos y oportunidades a los gestores de destinos.

EJE 6. INTELIGENCIA

IT_01. Análisis de la demanda turística

IT_02. Barómetro empresarial

IT_03. Analítica web

IT_04. Plataforma de Integración de la Información del Destino

IT_05. Analítica redes sociales

IT_06. Datos abiertos en turismo

IT_07. Monitorización de POIs

IT_08. Geolocalización de recursos turísticos

IT_09. Aplicación móvil

IT_10. Ciberseguridad

IT_11. Sistemas de inteligencia

IT_12. Plataforma integral de gestión de servicios o plataforma de ciudad (gestión Smart)



El turista actual lleva a los gestores del destino a la necesidad de emprender acciones de adecuación en los servicios de información del destino, donde cobra especial importancia la gestión del back office que permitirá anticipar acciones y tomar mejores decisiones.

EJE 7. INFORMACIÓN TURÍSTICA

INF_01. Material promocional en formato digital

INF_02. Punto de Información Turística 24/7

INF_03. Asistencia virtual

INF_04. Web multidispositivo

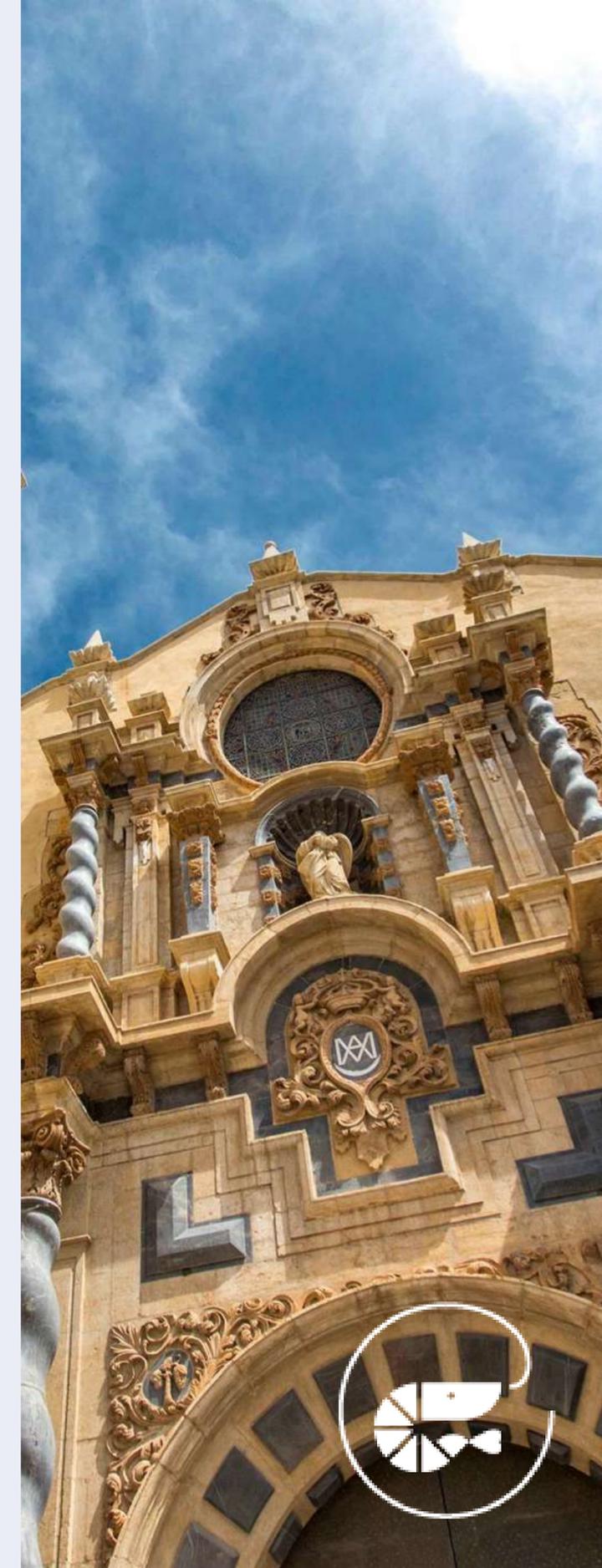
INF_05. Presencia activa en redes sociales

INF_06. Certificación con Q de calidad turística

INF_07. Información sobre conectividad Wi-Fi

INF_08. Señalética sensorizada

INF_09. Aplicación móvil (App) propia



Uno de los ámbitos con mayor transformación gracias al uso de las TICs. En la actualidad, los destinos turísticos pueden llegar a un público más amplio, con unos costes menores y mejorando su efectividad.

La puesta en marcha de estrategias de marketing online a través de las webs turísticas, los medios sociales, la publicidad, así como la monitorización y gestión de esos datos a través de herramientas de fidelización y promoción, influyen notablemente en el posicionamiento del destino turístico y de las empresas que lo componen.

EJE 8. MARKETING ON-LINE

MO_01. Monitorización de marca

MO_02. Social Media: Plan y marketing

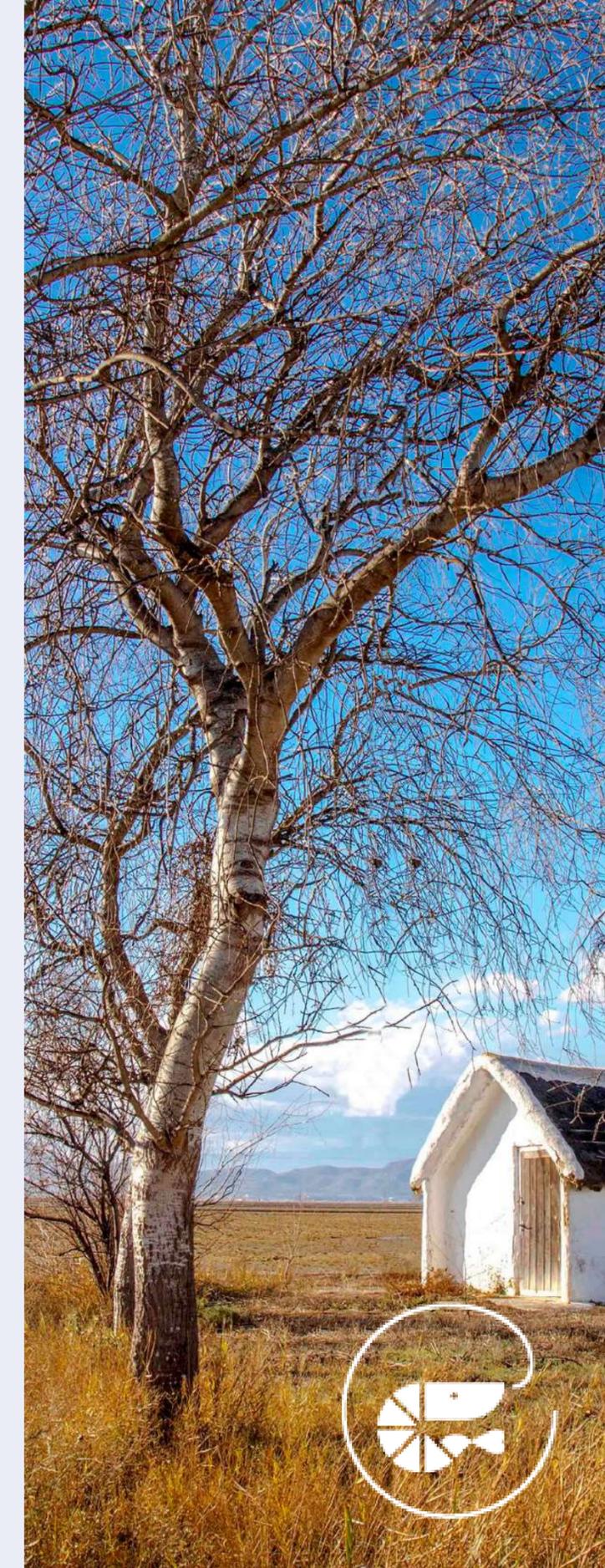
MO_03. Posicionamiento y acciones SEO

MO_04. Inversión en publicidad online - SEM

MO_05. Customer Relationship Management (CRM) y marketing contextual

MO_06. Plan de marketing online

MO_07. Reputación online



4. Análisis de la situación

4.1 Análisis Histórico

Los orígenes del municipio son inciertos. Una muestra importante de su pasado se testimonia hoy en el poblado ibérico de El Puig de la Misericordia, en el que se han encontrado importantes vestigios del paso del hombre durante el siglo VI a. C. Sin embargo, su historia escrita más antigua se remonta a 1233, fecha en que la alquería musulmana Beni-Al-Arús fue conquistada y cristianizada por el rey Jaume I. En 1241 se concedía la Carta de población al señor Grinyó Ballester y a otros cincuenta pobladores, se reconoció a Vinaròs como ciudad y dejó de pertenecer al castillo de Peñíscola.

Durante siglos, Vinaròs fue blanco de piratas berberiscos, por ello, al igual que en el resto de la costa valenciana, la ciudad cuenta con torres de vigilancia y atalayas, con la función de avisar a la población en caso de peligro. Una de ellas, denominada popularmente “Torreta de los Moros”, se halla actualmente en ruinas; otra, la torre de Sòl de Riu, forma parte de una vivienda privada junto a la desembocadura del río Sénia. El conjunto de la Iglesia de la Asunción, ubicada en la Plaza del Ayuntamiento se construyó con la doble finalidad de atender los actos religiosos y, a su vez, como fortaleza defensiva. La construcción mantiene el camino de ronda, y la torre campanario, desde donde se podía controlar los ataques por mar. Durante los siglos XVI y XVII el puerto de Vinaròs fue uno de los más importantes del Mediterráneo. Un hecho histórico lo demuestra, puesto que, en 1609, la población musulmana, fue expulsada a través de los puertos más importantes del Mediterráneo español, entre los cuales se encontraba Vinaròs.

Las condiciones climáticas y geográficas de esta localidad han hecho de ella una potencia económica desde siglos atrás. En el siglo XVIII el comercio de vinos supuso una de las mayores fuentes de riqueza de la población, ya que los viñedos eran abundantes y prolíficos. Tal fue la relevancia comercial y portuaria de la ciudad que Vinaròs contó incluso con la presencia de sedes consulares de Italia o Francia, entre otros. Sin embargo, esta prometedora actividad sólo perduró hasta finales del siglo XIX, cuando la enfermedad de la filoxera causó graves pérdidas y los viñedos fueron sustituidos por algarrobos, olivos, almendros y, más tarde, por campos de naranjos. Actualmente aquella fuerte recesión provocada por la crisis en el comercio del vino y aguardiente, ha sido superada por la producción hortofrutícola, la pesca, la industria del mueble y de la madera y por el sector servicios, destacando la actividad turística.



4.2 Análisis Territorial y socioeconómico

Vinaròs (oficialmente y en valenciano "Vinaròs") es un municipio y localidad española del norte de la provincia de Castelló, e la Comunitat Valenciana. La ciudad pertenece a la comarca del Baix Maestrat, de la cual es la capital, en enero del año 2022 contaba con 29.120 habitantes (INE, 2022).

El municipio se encuentra en la costa mediterránea al sur de la desembocadura del río Sénia. Es el municipio costero más septentrional de la Comunitat Valenciana. Para poder acceder a Vinaròs se pasa por Castellón y Tarragona tomando la AP-7 o la N-340 y desde Teruel por la N-232. Desde el interior de Catalunya se accede a Vinaròs a través de la N-238. Los ríos Sénia y Cervol atraviesan el término municipal para desembocar en el mar Mediterráneo.

Su término municipal limita con municipios de la misma provincia de Castelló como lo son Sant Jordi y Càlig por la zona de interior, y Benicarló por la costa sur. También limita con los municipios de Alcanar y Uldecona por la zona norte, pertenecientes a la provincia de Tarragona.



Ubicación de Vinaròs en la provincia de Castellón

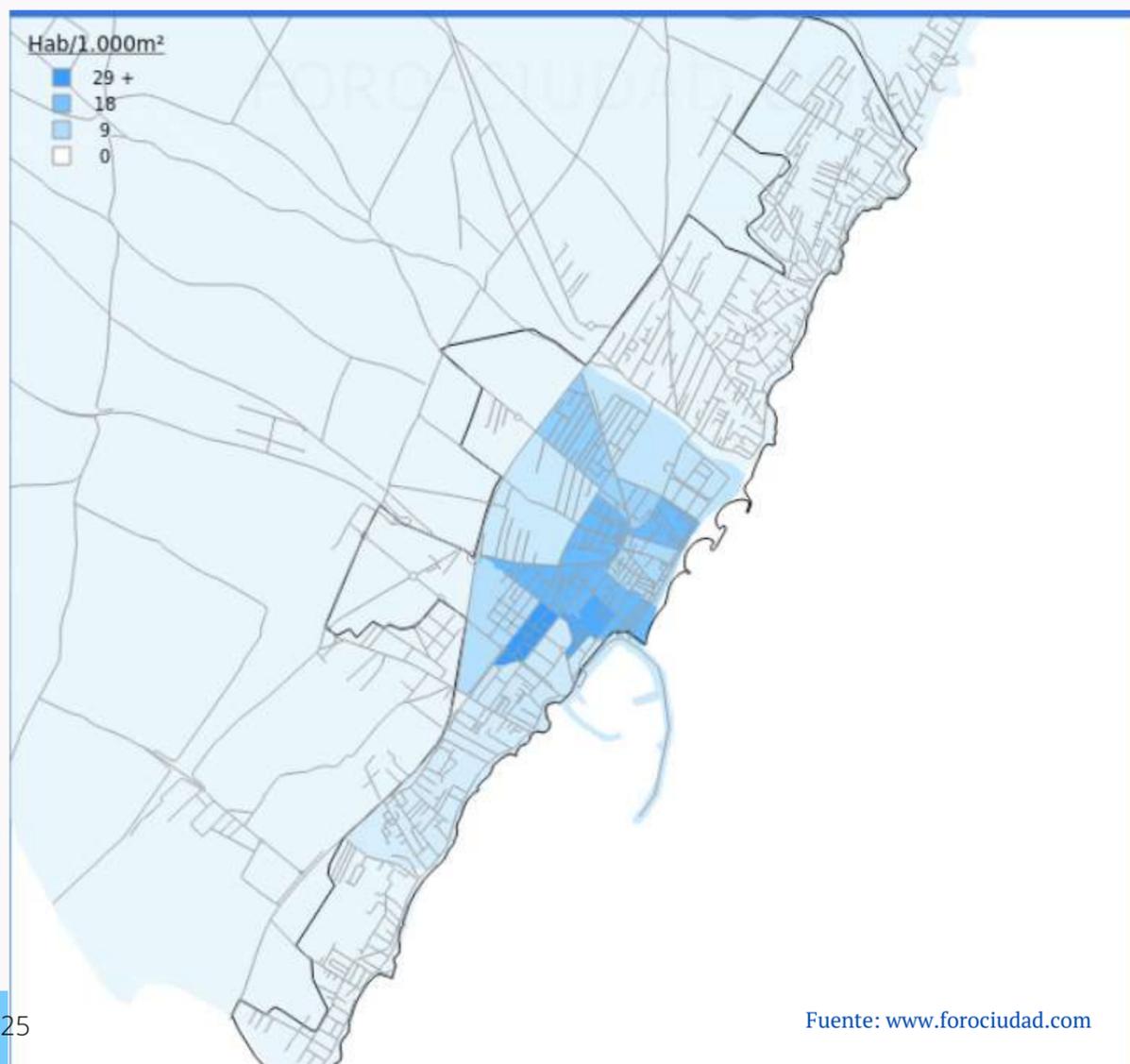
Vinaròs cuenta con una estación de ferrocarril que dispone de servicios ferroviarios de larga y media distancia, así como de cercanías. También cuenta con un sistema de autobuses interurbanos que le permite conexión con los pueblos limítrofes, Valencia y Barcelona.

Algunos datos de interés de Vinaròs:

- En 2022, el número de habitantes en Vinaròs era según el INE de 29.120 habitantes, 258 más que en 2021. La población ha ido creciendo desde 1910 hasta 2008 de forma totalmente progresiva, hasta estabilizarse en los 27.000-29.000 habitantes.
- La densidad de población de Vinaròs es de 302,06 habitantes por Km². A continuación se muestra un mapa con la densidad de población por secciones censales del casco urbano, en este caso se usa habitantes por 1.000m². Se ha dividido por 1000 por lo que si se quiere pasar a Km² solo hay que multiplicar su valor por 1000.



Imagen 1. Densidad de población de Vinaròs en 2019



- La mayoría de la población, concretamente un 41,13% de habitantes empadronados en el municipio ha nacido en Vinaròs. Un 37,5% ha emigrado a Vinaròs desde otras partes de España. Un 21,12% es población procedente países extranjeros.
- En Vinaròs, la renta bruta media por declarante según el Ministerio de Hacienda en 2019 era de 22.730 €, con respecto a 2018 es un aumento de 691 € más. Descontando la liquidación por IRPF y lo aportado en la Seguridad Social la renta disponible media por declarante fue de 19.140 €, 527 € más que en el 2018.
- Las últimas cifras datan de abril de 2022 con un total de 1.813 personas en paro, representa una variación de más de 2,57% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Vinaròs contaba con un total de 2.153 empresas activas en 2021, en 2019 un total de 2.123 empresas.

4.3. Comunicación y accesibilidad del territorio.

Vinaròs forma parte de la comarca del Baix Maestrat. Está situada a 80km de la capital provincial, a 54km del Aeropuerto de Castelló, y a 105km del Aeropuerto de València.

El término municipal está atravesado por la carretera N-238, carretera donde recientemente se han realizado una serie de mejoras, a la que se accede mediante la Autopista del Mediterráneo (AP-7) que comunica con toda la costa mediterránea española, permitiendo acceder a zonas como Murcia, Alacant, Barcelona o València.

La carretera N-340 comunica con toda la costa mediterránea, permitiendo llegar a los destinos costeros, además de conectar con municipios cercanos como Peníscola o Benicarló.

Se conecta con el interior a través de la CV-11 que enlaza con el municipio de Sant Rafel del Riu y la carretera N-232, que permite la comunicación con ciudades como Zaragoza, Logroño o Santander.



En cuanto a las opciones ferroviarias, Vinaròs dispone de una estación de tren de cercanías, media y larga distancia. Entre las rutas más demandadas por los viajeros destaca la de Vinaròs - Barcelona y la de Vinaròs - Castellón - Valencia, que tiene una duración de 1h y 30min, y cuenta con un promedio de seis trenes diarios.

Otra de las rutas más solicitadas es la que comunica con Tarragona, cuyo trayecto es solo de una hora.

Esta infraestructura pertenece a la línea 600 de la red ferroviaria que va desde Valencia Estació del Nord a Sant Vicenç de Calders, en pleno Corredor Mediterráneo, entre la estación de Benicarló - Peñíscola y la estación Uldecona - Alcanar. A la salida de la estación hay una parada de taxis, que permite conectar fácilmente con el centro del municipio. Además, se puede llegar al puerto en unos diez minutos en coche.



Rutas más populares desde Vinaròs

	Duración	Primer y último tren	Trenes al día
A Barcelona Sants	1h 55min	6:53 – 18:43	8
A Valencia	1h 27min	5:45 – 19:42	12
A Barcelona	1h 55min	6:53 – 18:43	8
A Madrid	3h 55min	7:10 – 19:42	4
A Tarragona	1h 3min	6:53 – 18:43	4
A Salou	1h 31min	6:53 – 22:05	10

La Estación de Autobuses de Vinaròs se encuentra a 1,23km del centro de la ciudad, lo que supone solamente un paseo de 15 minutos. Desde esta infraestructura tenemos la posibilidad de viajar en autobús a una gran cantidad de destinos y capitales.

Una de las rutas más demandadas es la que va desde Vinaròs hasta Barcelona, con una media de 8 rutas diarias. Tiene una duración estimada de dos horas y cincuenta minutos.

Comunica con grandes capitales como Madrid, Barcelona o Valencia. También con municipios pertenecientes a la provincia de Castellón como pueden ser Alcossebre o la misma Castellón de la Plana.

La línea CV002 Vinaròs – Benicarló – Peñíscola es una línea que conecta estos tres municipios. De lunes a domingo, cada media hora desde las 6:30 hasta las 22:00 salen autobuses que van en viaje de ida desde Vinaròs hacia Peñíscola pasando por Benicarló, y lo mismo con la vuelta desde las 7:00 hasta las 23:00.

Es una línea muy necesaria y utilizada que conecta los tres municipios vecinos, además de realizar paradas por distintas zonas de cada municipio, haciendo un recorrido muy accesible para el habitante.



4.4 Análisis Covid-19

La situación derivada de la pandemia originada por la COVID-19 ha tenido un gran impacto en todos los sectores y especialmente en el turístico. Aquellos municipios con una alta dependencia de la industria del turismo, han percibido este impacto en ámbitos como el desempleo, el PIB, el índice de pobreza y en general al bienestar y desarrollo del destino. Los datos que se indican a continuación, son generales a nivel estatal y autonómico.

- 42,8% la diferencia del PIB turístico de 2021 respecto al que se generaba en 2019 y frente a la caída del -65% de 2020 vs 2019.



- 7,4% el valor que se estima alcanza la participación del turismo en la economía de la Comunitat Valenciana, mejorando el 5,5% que según el INE supuso en 2020, pero lejos del 15,5% alcanzado en 2019.
- El empleo muestra un mejor comportamiento que la actividad turística en 2021, reflejando una decidida apuesta empresarial por tratar de acelerar la recuperación de la normalidad, apoyado por la relevancia del esquema de los ERTE para el mantenimiento del personal.





- Preocupante dificultad por encontrar trabajadores formados en los territorios en los que la pandemia ha tenido una duración más prolongada. Una parte del segmento de trabajadores con mayores oportunidades laborales ha optado por reciclarse a otros sectores de actividad menos afectados que los turísticos por el parón de actividad.
- Según los resultados de las encuestas de ocupación en establecimientos de alojamiento turístico realizadas por el INE, la media durante el tercer trimestre de 2021 del número de personas empleadas en las diferentes tipologías aumentó en el conjunto de España un 54,4% (-22,9% respecto a 2019). La variación en la Comunitat fue inferior, tanto respecto a 2020 (43,1%) como respecto a 2019 (-16,1%).
- Según la EPA, en el tercer trimestre de 2021 se estiman más 267.800 empleados en turismo en la Comunitat Valenciana (incluyendo transporte, alojamiento, restauración, operadores y agencias de viaje, alquiler de vehículos, cultura y ocio), un 3,9% más respecto al mismo trimestre de 2020, y un 8,5% menos respecto al mismo trimestre de 2019.
- Con respecto a las afiliaciones a la Seguridad Social, las tres provincias han marcado una evolución positiva respecto al tercer trimestre del 2020. La provincia de Castellón es la que más aumenta, con un 11,5% de variación interanual (-5,5% respecto a 2019)
- En el análisis del 3º trimestre del 2021, la población activa en el sector ha decrecido (-4,8%), especialmente en Alicante (-8,6%); la tasa de paro (todavía suavizada por los ERTE) se sitúa en el 10,2%, la provincia de Castellón registra la menor tasa.

Todos estos datos nos muestran que el sector del turismo está recuperando su actividad con valores superiores al 2020, pero aún lejos de los datos del año 2019 que se clasificó a nivel estatal como el año de mayor impacto de la industria del turismo a nivel estatal. Esto crea retos a la administración local que tiene que realizar un fuerte apuesta por la reactivación del turismo.

4.5 Análisis de Vinaròs como destino turístico

La industria turística tiene una gran repercusión en la economía de España y un peso importante en la Comunitat Valenciana.

La actividad turística alcanzó los 61.406 millones de euros en 2020, un 5,5% del PIB, casi siete puntos menos que en 2019. Las ramas características del turismo mantuvieron 2,23 millones de puestos de trabajo con la ayuda de los ERTE, el 11,8% del total. (Fuente INE).

Con respecto a Comunitat Valenciana, el turismo representó el 15,5% del PIB en el 2019. La actividad turística generada en la Comunitat Valenciana se ha trasladado a una intensa creación de empleo hasta alcanzar un volumen de 318.522 puestos de trabajo en 2019, lo que supone el 15,9% del total del empleo de la Comunitat Valenciana en ese mismo año. El 40,18% de las empresas ubicadas en Vinaròs se dedican al sector servicios, comercio y hostelería (Fuente Argos), con lo que el impacto del PIB de esta actividad en Vinaròs es superior al promedio de Comunitat Valenciana. Todos estos datos se han visto afectados por la situación de la pandemia de la COVID-19, en estos dos últimos años.



	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PIB TURÍSTICO (millones de euros corrientes)	12.754	13.522	14.666	15.822	17.117	17.883
Tasa de variación interanual		6,0	8,5	7,9	8,2	4,5
Aportación del Turismo al PIB de la Comunidad Valenciana	13,2%	13,5%	14,2%	14,7%	15,4%	15,5%
<hr/>						
EMPLEO TURÍSTICO (personas)	246.003	258.214	276.630	288.688	309.437	318.522
Tasa de variación interanual		5,0	7,1	4,4	7,2	2,9
Aportación del Turismo al Empleo de la Comunidad Valenciana	14,0%	14,3%	14,9%	15,2%	15,8%	15,9%

Fuente: IMPACTUR 2019

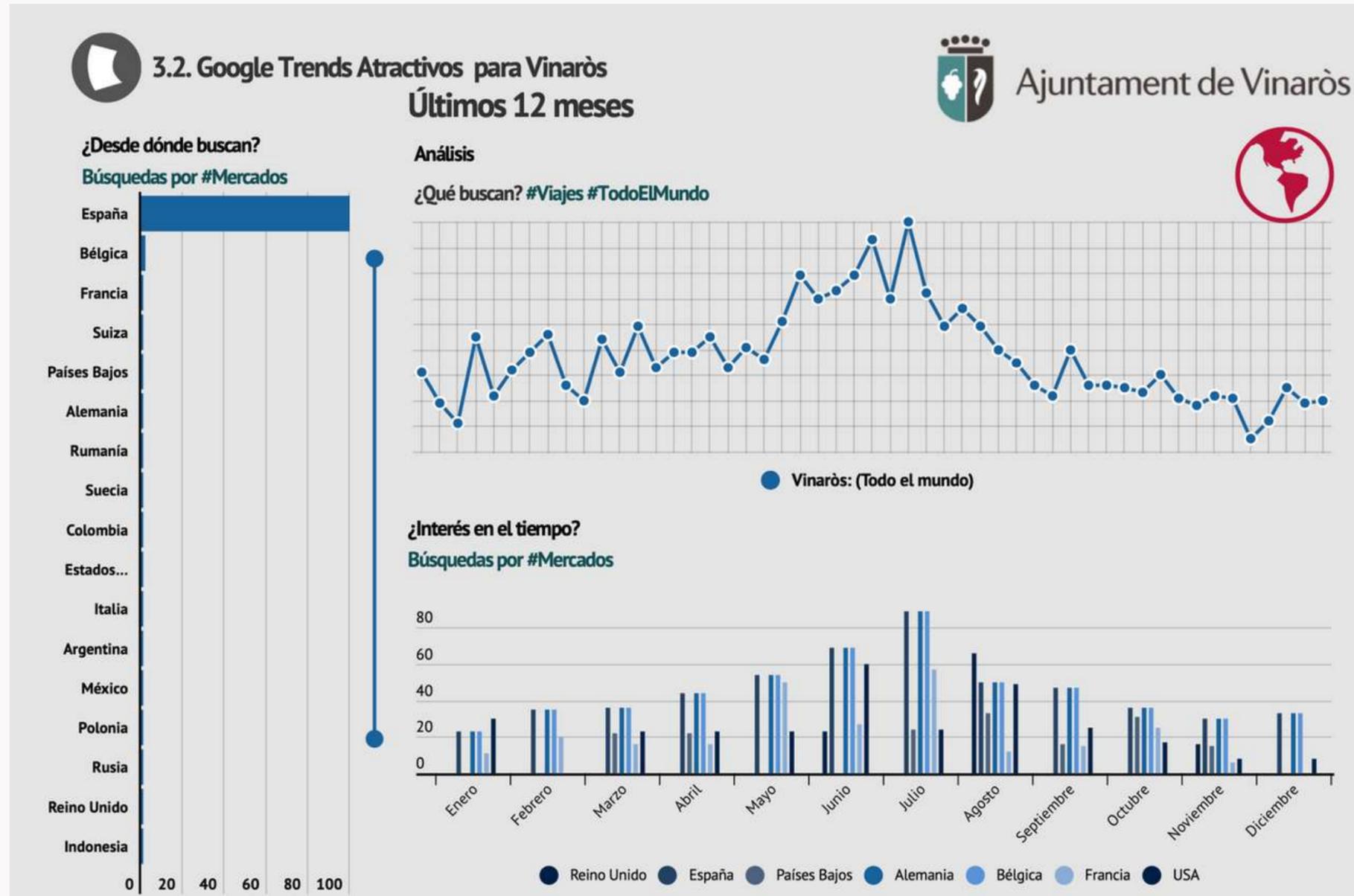
En 2019, un total de 4,4 millones de turistas visitaron la provincia de Castellón, un 4,7% más que el año anterior. El número de turistas extranjeros, 481.600, ha decrecido un 10,2%, la evolución por trimestres muestra descenso a partir del segundo trimestre. El número de pernoctaciones (6 millones) ha decrecido (-5,4%). El número de pernoctaciones en segundas residencias (2,6 millones) se ha incrementado (29%) y el número de pernoctaciones en vivienda de familiares y amigos (1,5 millones) ha decrecido (-14,7%).

Con respecto a los datos de Vinaròs, se trabaja con la información recogida a través de las Tourist Info. En 2019 han visitado Vinaròs un 35% de público extranjero, frente a un 65% nacional. A nivel internacional las principales nacionalidades que visitan el destino son Francia, Alemania y Reino Unido, que se mantiene con este perfil históricamente. A nivel nacional el perfil del visitante procede de Cataluña, Aragón y Comunitat Valenciana, manteniéndose estable a lo largo del tiempo.





Con respecto a las búsquedas sobre el destino Vinaròs, a continuación volcamos los resultados principales de los mercados emisores del año 2021:



Fuente: INVAT·TUR

Como se observa el principal mercado emisor es nacional con una demanda alta en la temporada de verano.



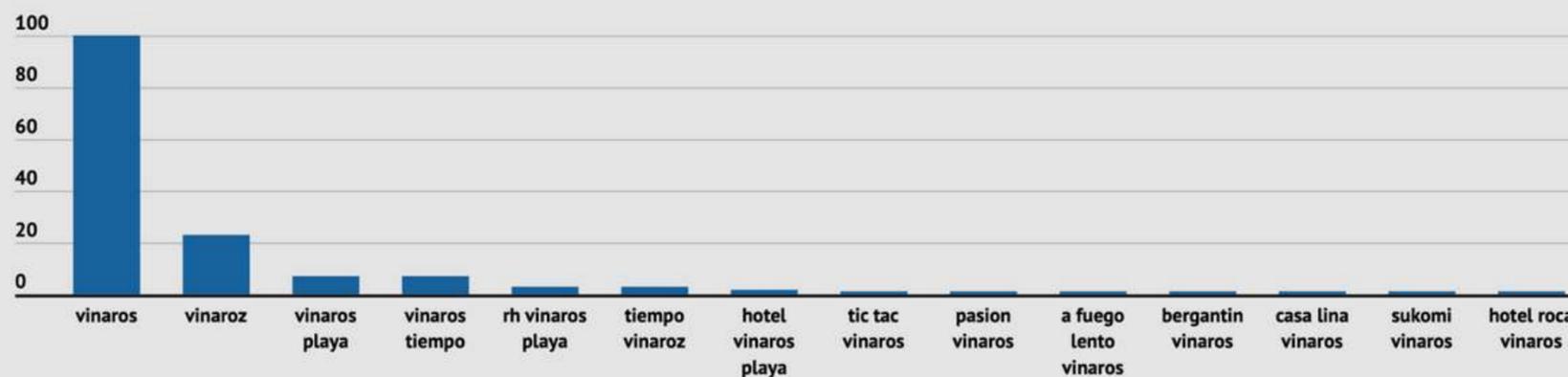
3.2. Google Trends Atractivos para Vinaròs Últimos 12 meses



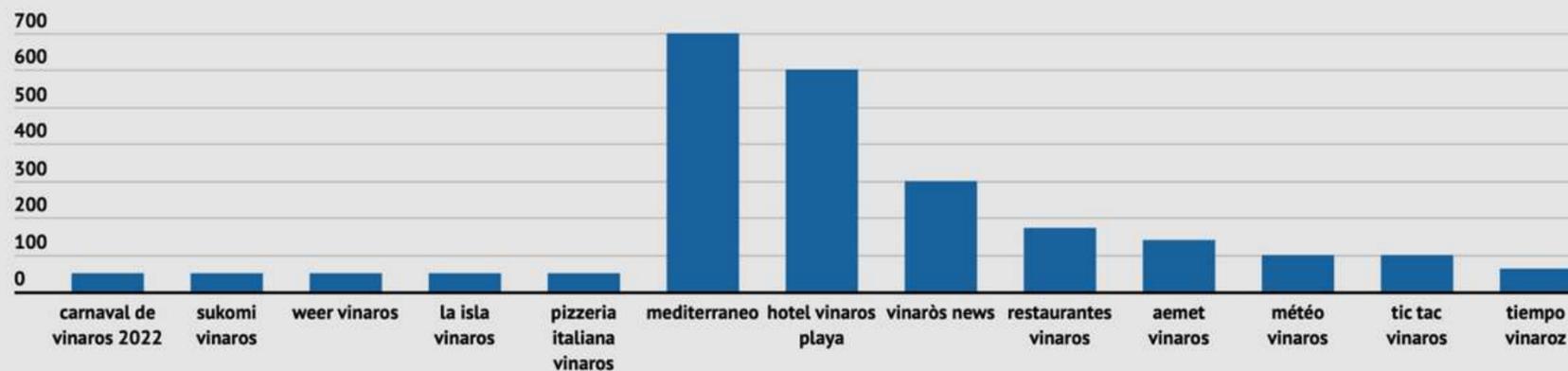
Ajuntament de Vinaròs



Búsquedas principales.

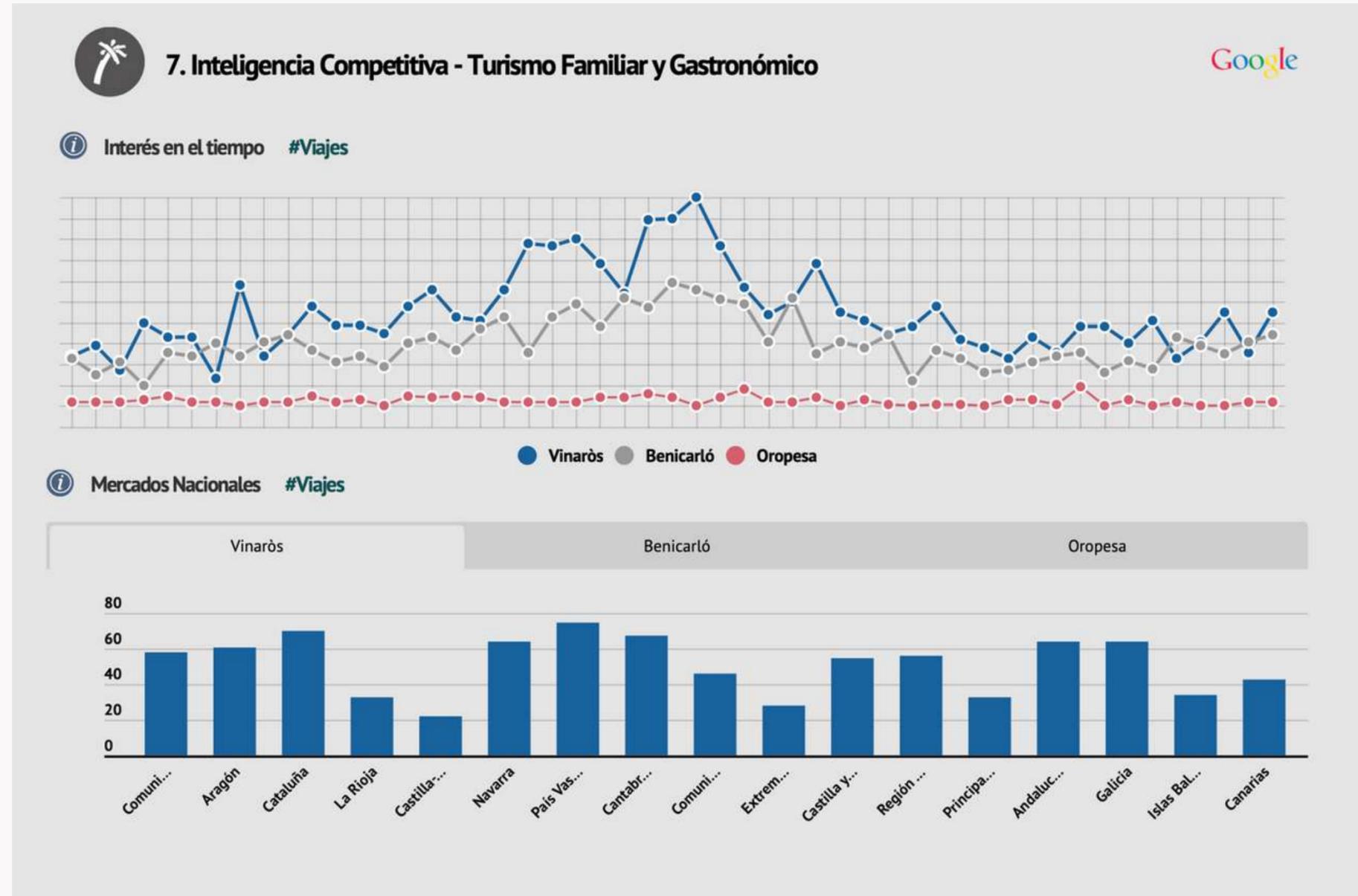
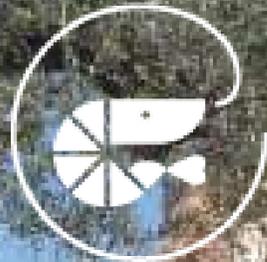


Búsquedas Emergentes.



Fuente: INVAT-TUR

Las principales búsquedas son sobre Vinaròs, siendo las búsquedas vinculadas de Mediterráneo y Hotel Vinaròs Playa las más destacables.



Fuente: INVAT·TUR

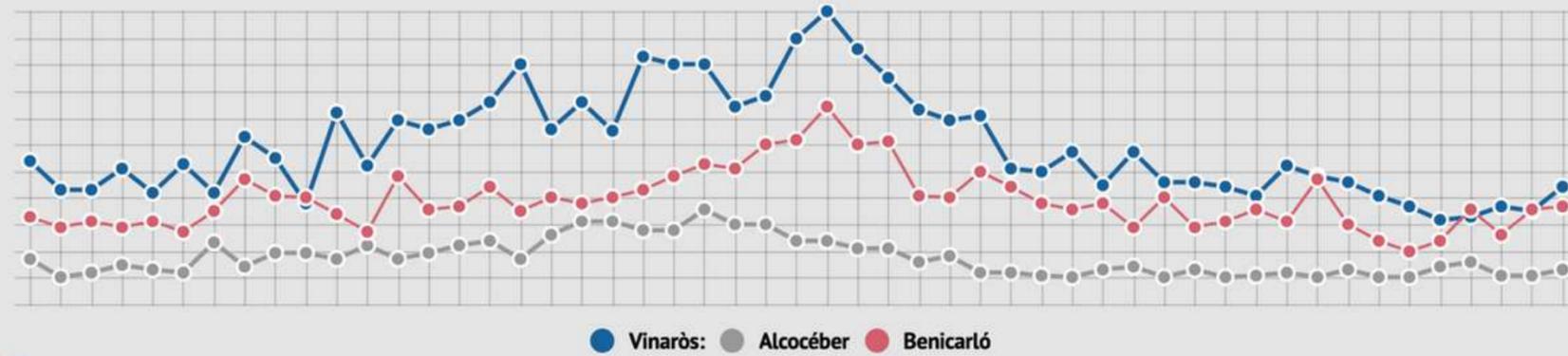
En cuanto al producto de Turismo Familiar y Gastronómico, Vinaròs se encuentra con los mayores índices de búsqueda respecto a destinos similares.



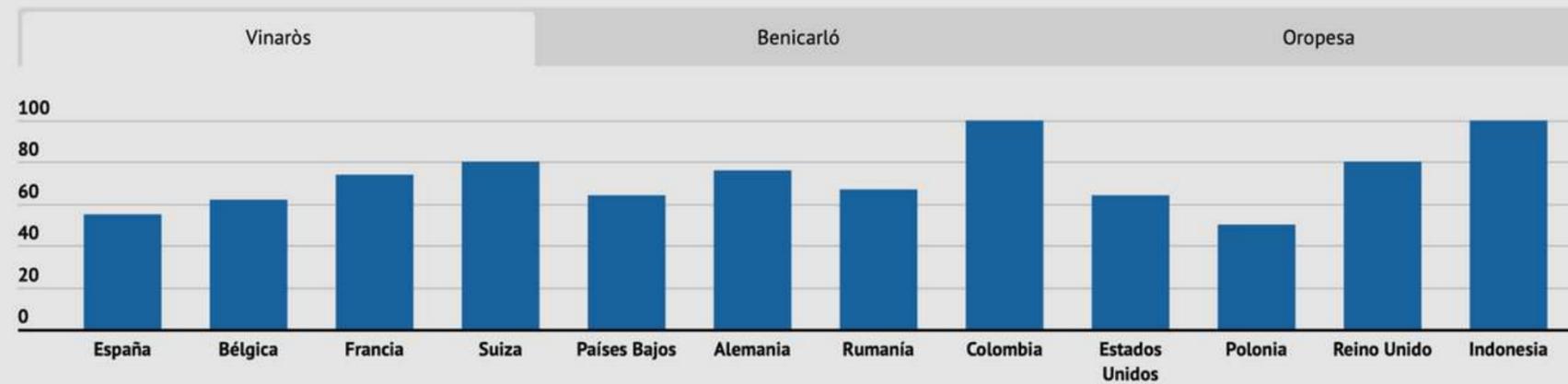
7. Inteligencia Competitiva - Sol y Playa



Interés en el tiempo #Viajes

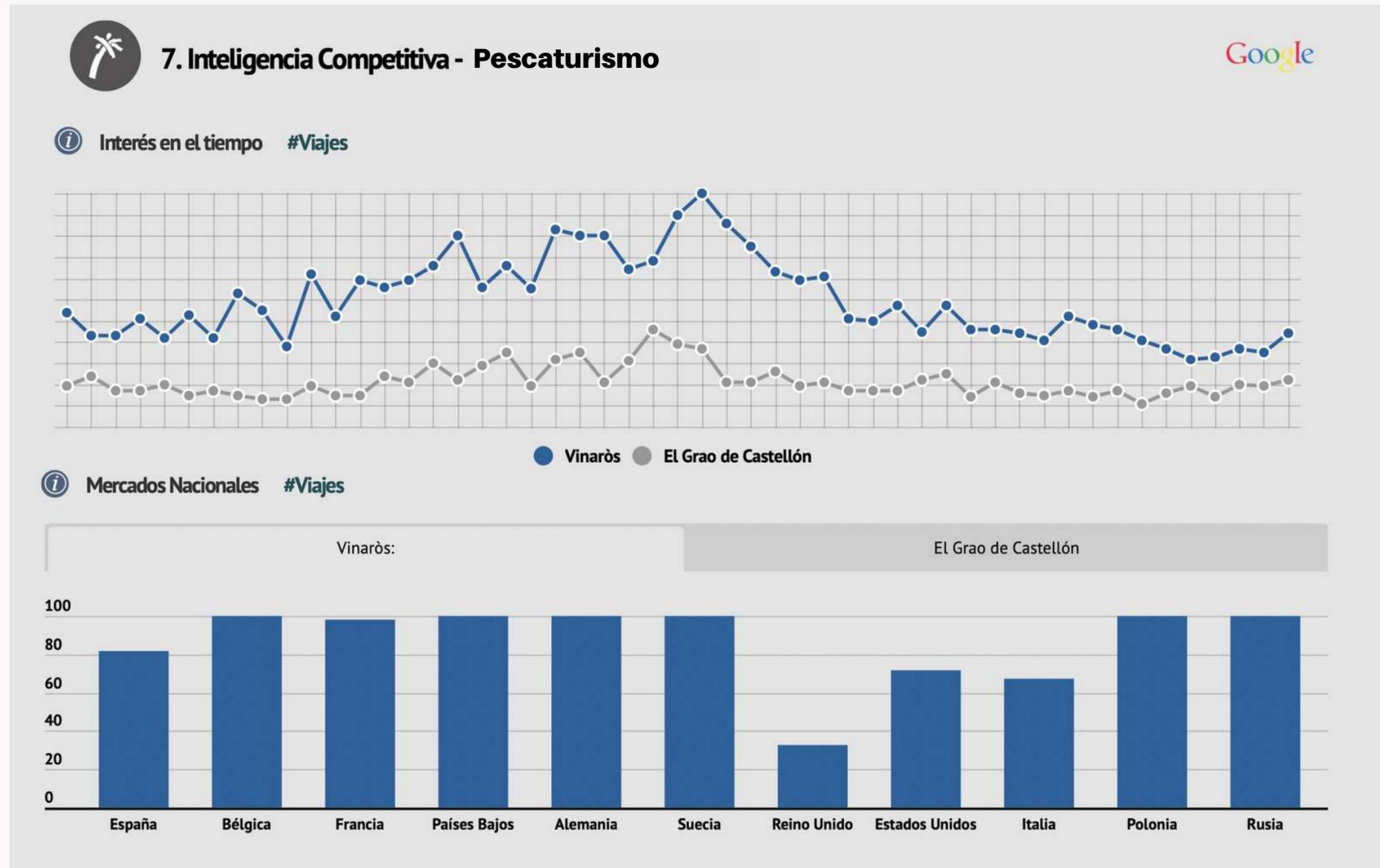
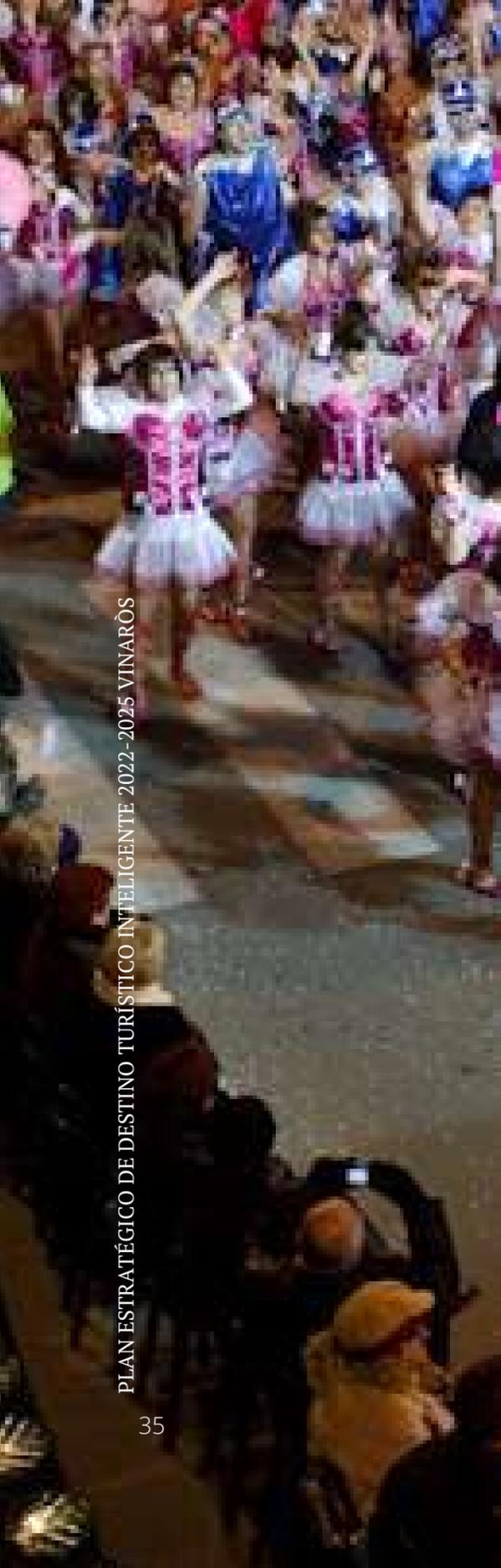


Mercados Nacionales #Viajes



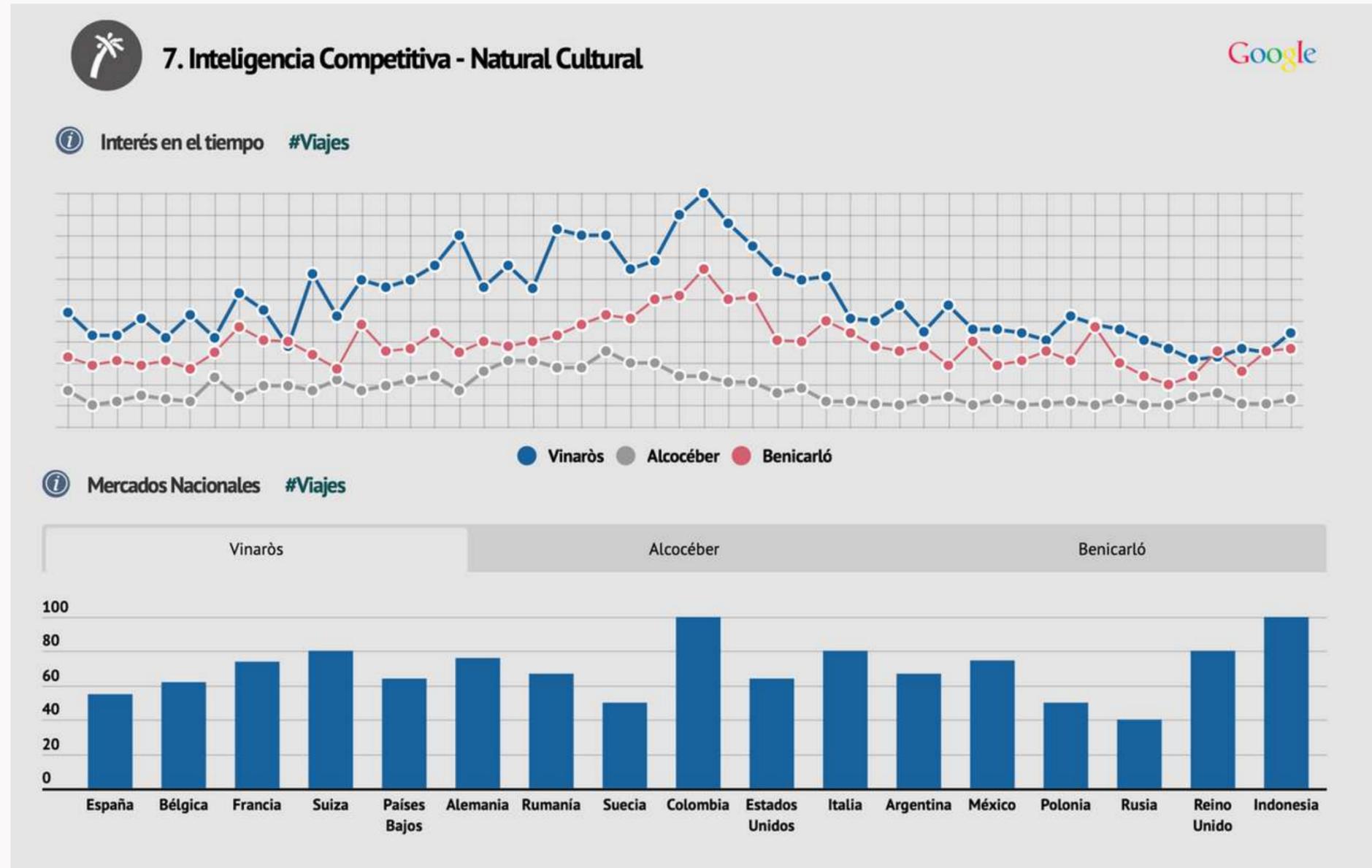
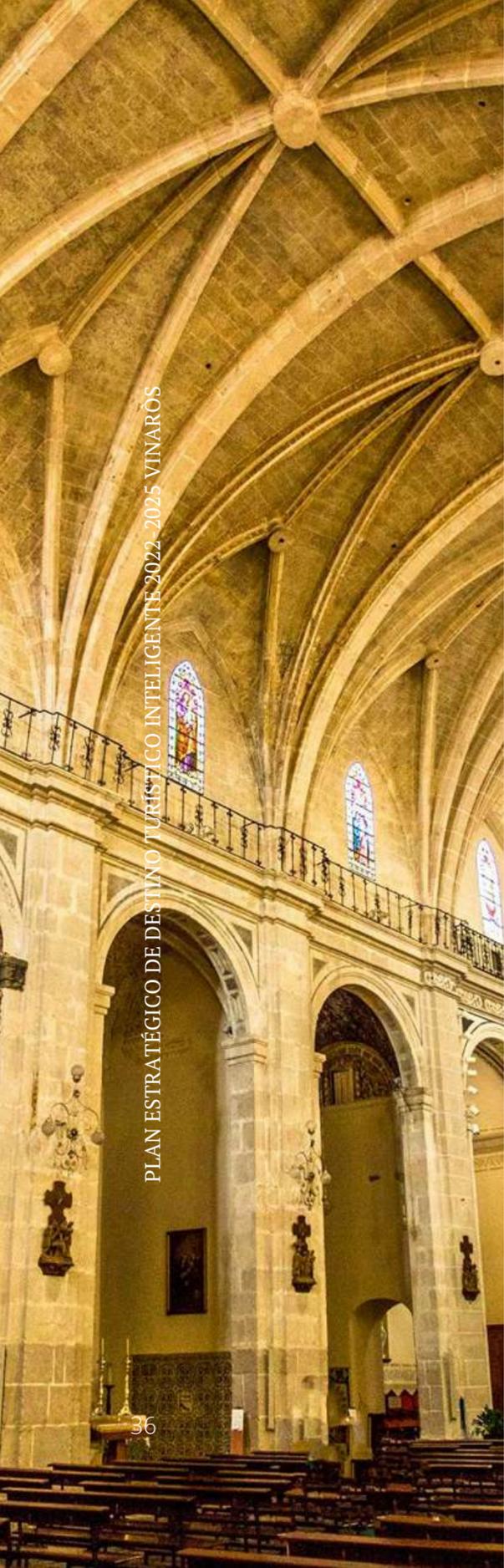
Fuente: INVAT·TUR

Los mismos resultados observamos para el producto Sol y Playa.



Fuente: INVAT·TUR

Analizando el producto de Pescaturismo, continúa siendo Vinarós referente en esta actividad.



Fuente: INVAT·TUR

En el ámbito de naturaleza, tenemos los mismos resultados que en los productos de viaje familiar y sol y playa, siendo destino prioritario en las búsquedas realizadas.

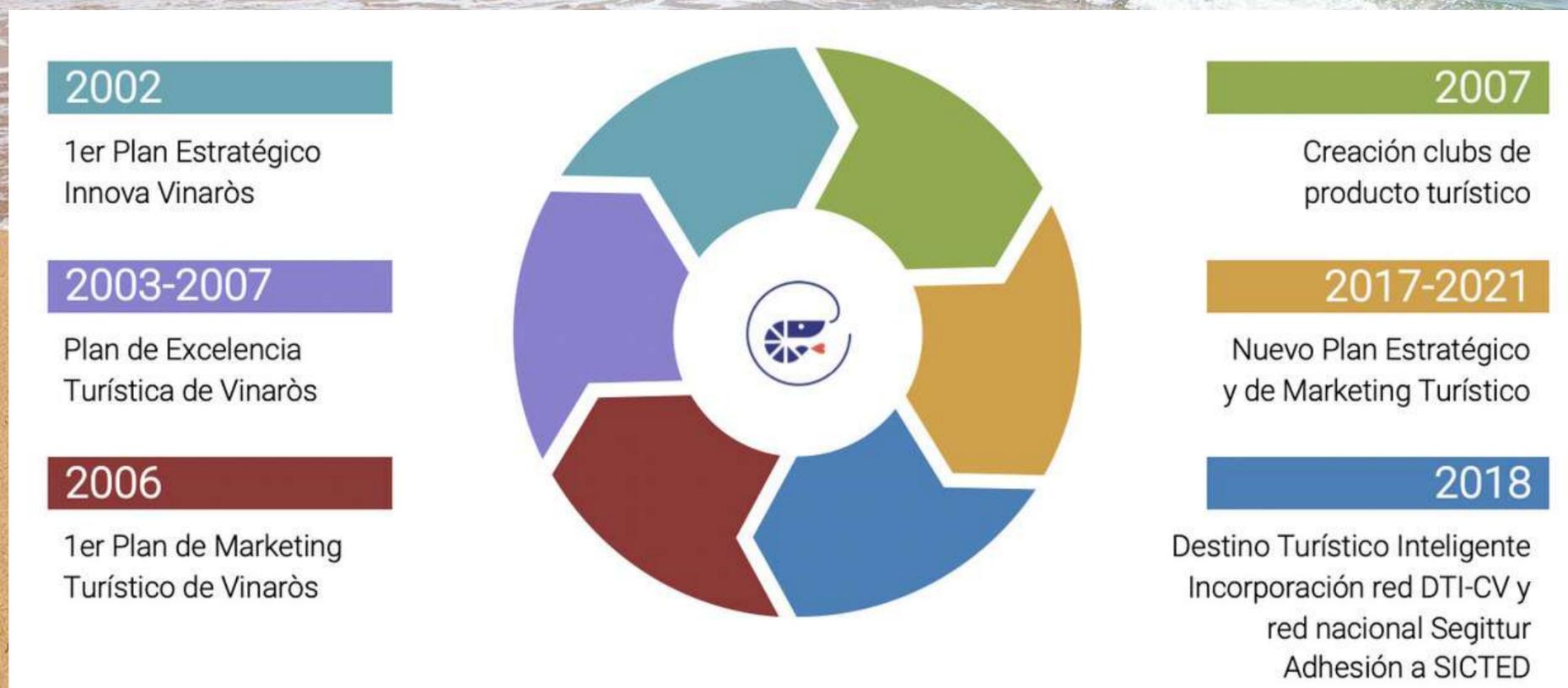


A. Vinaròs en el mercado turístico

Vinaròs cuenta con una serie de fortalezas dentro del mercado turístico. En primer lugar, existe una valoración muy positiva del destino por parte de la demanda con una puntuación notable. Además, existen niveles muy altos de fidelización en el turista. Todo acompañado de la gran importancia que hay en el municipio sobre el turismo familiar. Respecto a las oportunidades que existen dentro del mercado turístico por parte del municipio cabe señalar:

- Crece la importancia del comportamiento multimotivacional, la microsegmentación y las tendencias como el turismo gastronómico que ofrecen oportunidades de posicionamiento futuro para Vinaròs.
- La percepción de la demanda sobre la valoración positiva respecto a la náutica, la accesibilidad urbana, la seguridad y el senderismo.
- Están creciendo perfiles propios caracterizados por desestacionalizar la demanda turística de Vinaròs
- Creciente importancia de la distribución online que abre nuevas oportunidades de mercado a destinos bien posicionados.
- Las agencias online están desplazando en importancia a las tradicionales, siendo una oportunidad de mercado.

Vinaròs desde hace años está trabajando por una estrategia turística del destino que postula por una dinamización del mismo, ofreciendo una alta calidad del servicio y encontrando ese punto de equilibrio que permita hablar de la sostenibilidad del turismo en Vinaròs. A continuación, se muestra la trayectoria a lo largo de los años del municipio.





B. Imagen y posicionamiento de Vinaròs

El municipio se destaca por tener una marca y una imagen turística ya consolidada, esta imagen está asociada a la gastronomía, gracias a su producto más conocido: el langostino. Asimismo, el trabajo del destino ha sido configurar su municipio con el fin de atraer al turismo familiar, lo que a su vez permite establecer relaciones duraderas y de largo plazo.

El municipio tiene una consolidada presencia online, a través de su web y sus redes sociales. En su web turística se localiza información relevante sobre su patrimonio, el entorno, la gastronomía, información adaptada al turismo familiar, inclusivo, deportivo, y otros elementos que hacen que su web sea trabajada y práctica.



El destino forma parte de la Comisión SEO de la Comunitat Valenciana junto a los destinos punteros de la Comunitat en comunicación y posicionamiento on-line. Desde el año 2014, Vinaròs cuenta con una persona dedicada íntegramente a la dinamización de las redes sociales.

Algunas oportunidades que surgen sobre su posicionamiento están basadas en la proyección nacional de Vinaròs con el certamen nacional de la cocina del langostino. Los proyectos nacionales como "Saborea España" son una oportunidad para el posicionamiento del municipio o la participación en Tour&Kids, el Club de producto familiar de la Comunitat Valenciana. El continuo trabajo de Vinaròs sobre las RRSS son una oportunidad para continuar creciendo como elemento de posicionamiento turístico.

Web turística de Vinaròs

4. 6 Análisis de la oferta turística

A. Oferta Turística de Vinaròs

Vinaròs cuenta con una amplia oferta turística. A continuación, los datos diciembre del 2021.

HOTELES. Vinaròs cuenta con un total de 8 hoteles, de los cuáles, 5 están categorizados como 2 estrellas, 1 hotel como 3 estrellas, 2 hoteles como 4 estrellas. En total, hay 699 plazas hoteleras teniendo en cuenta los 8 hoteles, siendo 228 plazas hoteleras en la categoría de 2 estrellas, 59 plazas en la categoría de 3 estrellas y 412 plazas en la categoría de 4 estrellas.

Respecto al número total de habitaciones cabe destacar las 122 habitaciones (hotel de 2 estrellas), 30 habitaciones (3 estrellas), y 205 habitaciones (4 estrellas), siendo un total de 357 habitaciones en todo el municipio.

HOSTALES. De los 52 hostales totales en la provincia de Castellón, Vinaròs dispone de un total de 2, en total 18 plazas y 9 habitaciones.

PENSIONES. Vinaròs tiene 4 pensiones, en las cuáles, hay 63 plazas y 36 habitaciones.

APARTAMENTOS. La localidad dispone de 768 apartamentos turísticos, 748 de ellos corresponden a categoría estándar, 19 a categoría de primera, 1 a categoría de superior. El total de las plazas en apartamentos en Vinaròs suman un total de 4.069.

CAMPINGS. Vinaròs cuenta con 2 campings, ambos categorizados de 3 estrellas, sumando un total de 790 plazas .

RESTAURANTES. El municipio cuenta con 81 restaurantes, en total, hay disposición para 4.471 plazas.

AGENCIAS DE VIAJE. De las 6 agencias de viaje que hay en Vinaròs, 3 corresponden a centrales,3 sucursales.

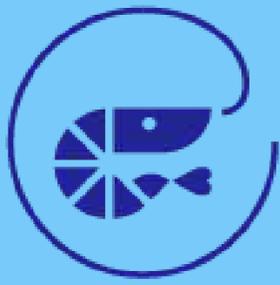
EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO. Hay 3 empresas de turismo activo en el municipio de Vinaròs.

Fuente: Turisme Comunitat Valenciana (2021)

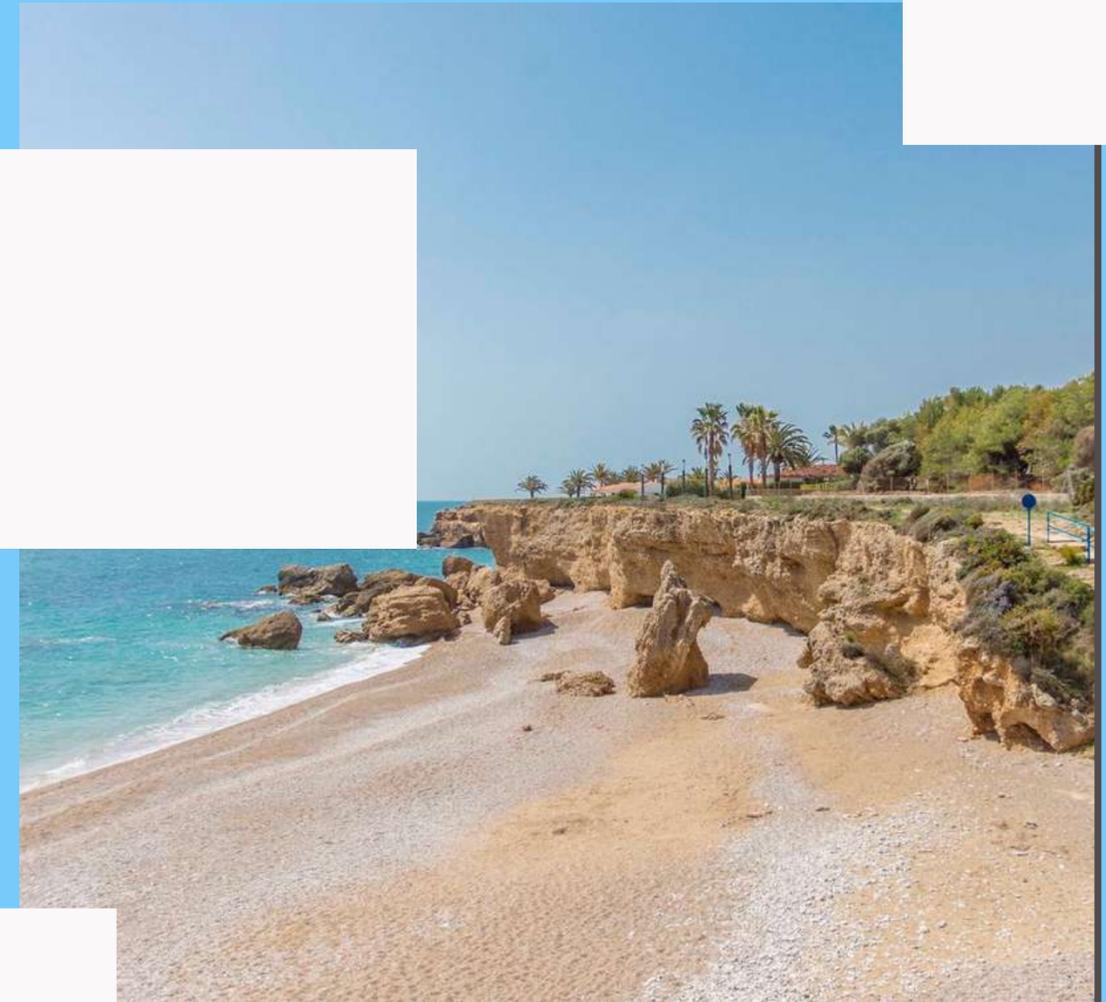
Además de los alojamientos reglados, se debe de tener en cuenta las 2º residencias, ya que Vinaròs tiene un número elevado de visitantes que pernoctan en sus 2º residencias. Los datos de los que contamos corresponden al informe del año 2011 presentado por el INE que identifica 5.046 viviendas.

Vinaròs está adherido al sistema SICTED desde el año 2018 y cuenta con 17 empresas distinguidas.





B. Recursos Turísticos Vinaròs - Playas



Cala El Pinar



Playa de Fora del Forat

Esta playa de arena gruesa y dorada, rodeada de palmeras, a la que se accede desde el caso urbano a través de un paseo del mismo nombre, dispone de todo tipo de comodidades y servicios para disfrutar de una jornada completa al sol. En verano cuenta con servicios de paddle surf, kayak y un chiringuito. Está situada junto al extremo norte de la playa del Fortí.



Playa del Fortí

Es la playa de mayor atracción turística de Vinaròs. Ubicada junto al casco histórico de la ciudad, posee la bandera azul y está compuesta de fina arena. El paseo marítimo, recientemente remodelado, se sitúa en paralelo y da acceso a la misma. Está adaptada para personas con movilidad reducida. En verano dispone de servicio de chiringuito.



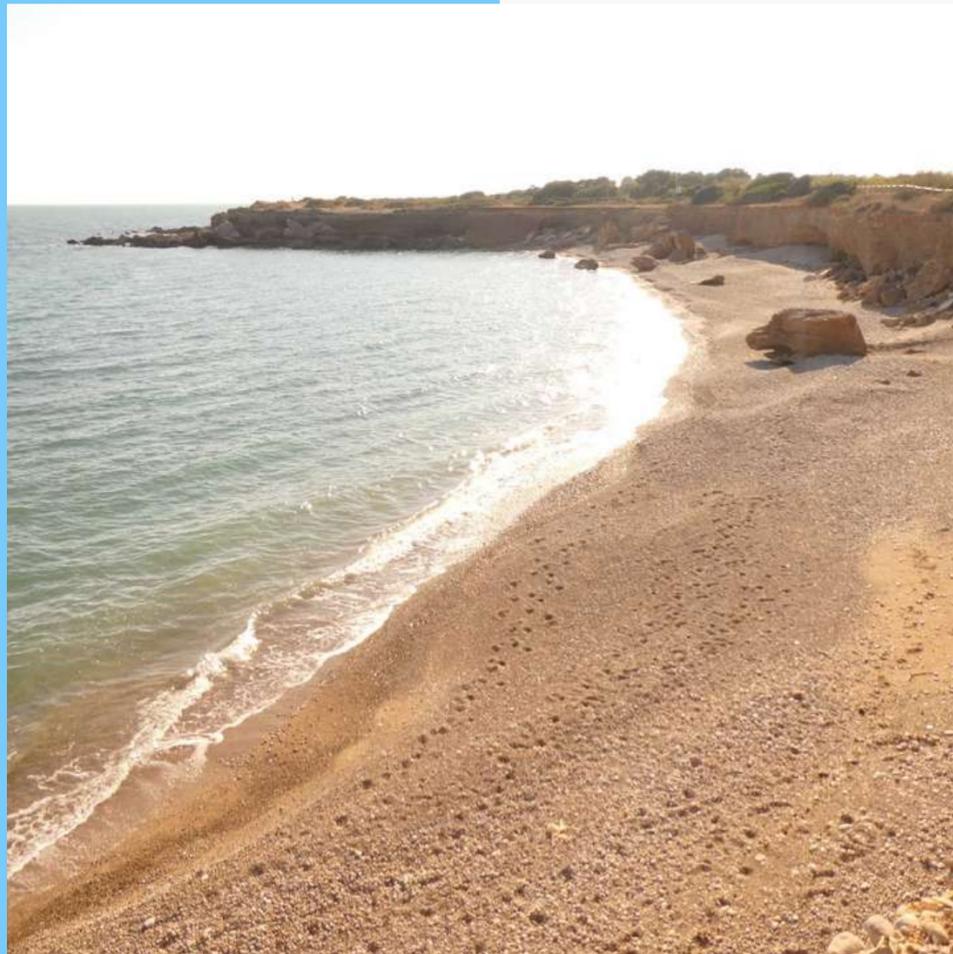
Playa del Clot

Playa de fina arena con gran afluencia turística. Es ideal para familias con niños, dada su baja profundidad. Ubicada junto al casco urbano de la ciudad, junto al puerto y junto a la plaza de toros. Desde este punto da inicio la zona turística sur y el recorrido por el paseo de Ribera de la costa sur. Es una playa accesible.



Playa nudista del Rio de la Sénia

Esta extensa playa virgen, poco concurrida y situada en una zona aislada del resto del litoral, representa un lugar de descanso y sosiego donde la práctica del nudismo es habitual.



Cala de la Sunyera

Es una playa virgen que cuenta con parada de autobús cercana. Una playa tranquila que representa un lugar de descanso para sus visitantes.



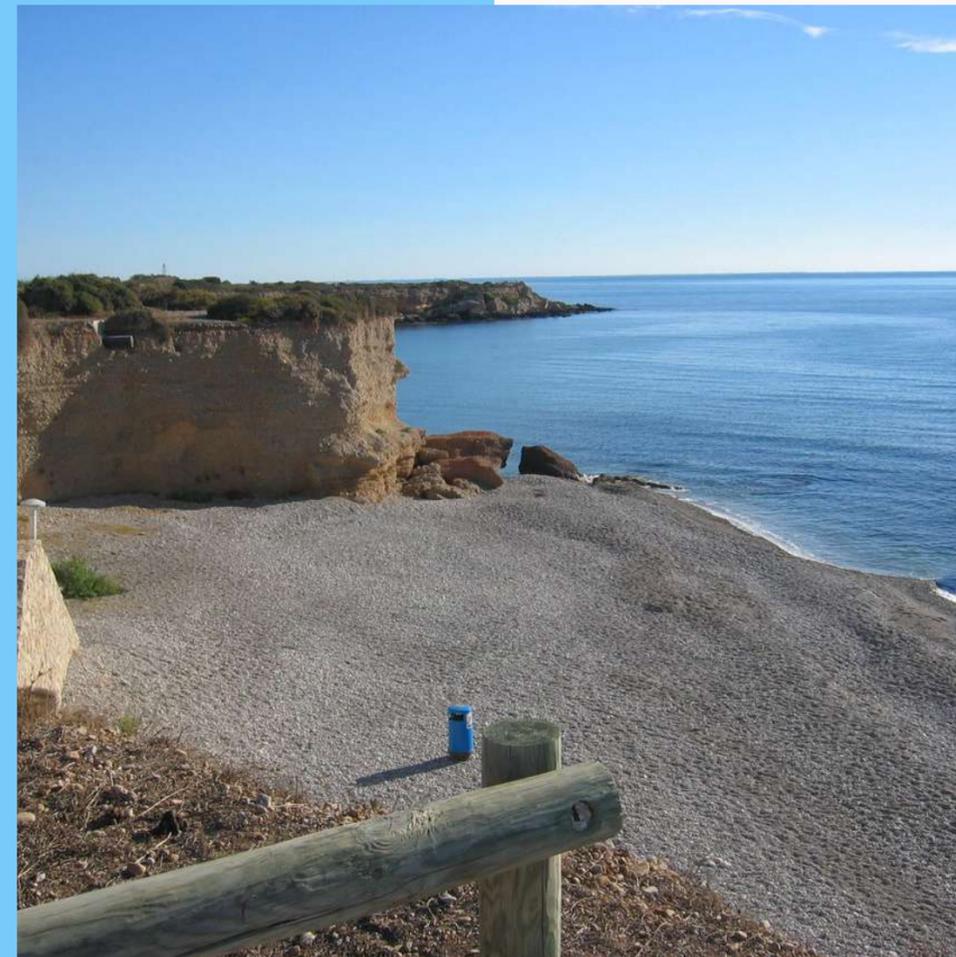
Cala de Sòl de Riu

Es una playa virgen con parada de autobús cercana. Es una cala aislada con una longitud de alrededor de 80 metros.



Playa de les Deveses

Es una extensa cala situada en la zona turística norte de Vinaròs, justo en el límite con el paraje natural del Jardí de Sòl de Riu. Está compuesta por arena y cantos rodados. El acceso es muy sencillo e incluso dispone de parada de autobús.



Cala de les Timbes

Es una pequeña cala situada en la zona turística norte de Vinaròs. De fácil acceso, es muy recomendable para tomar un tranquilo baño e incluso practicar el submarinismo. Está conformada por grava y arena gruesa.



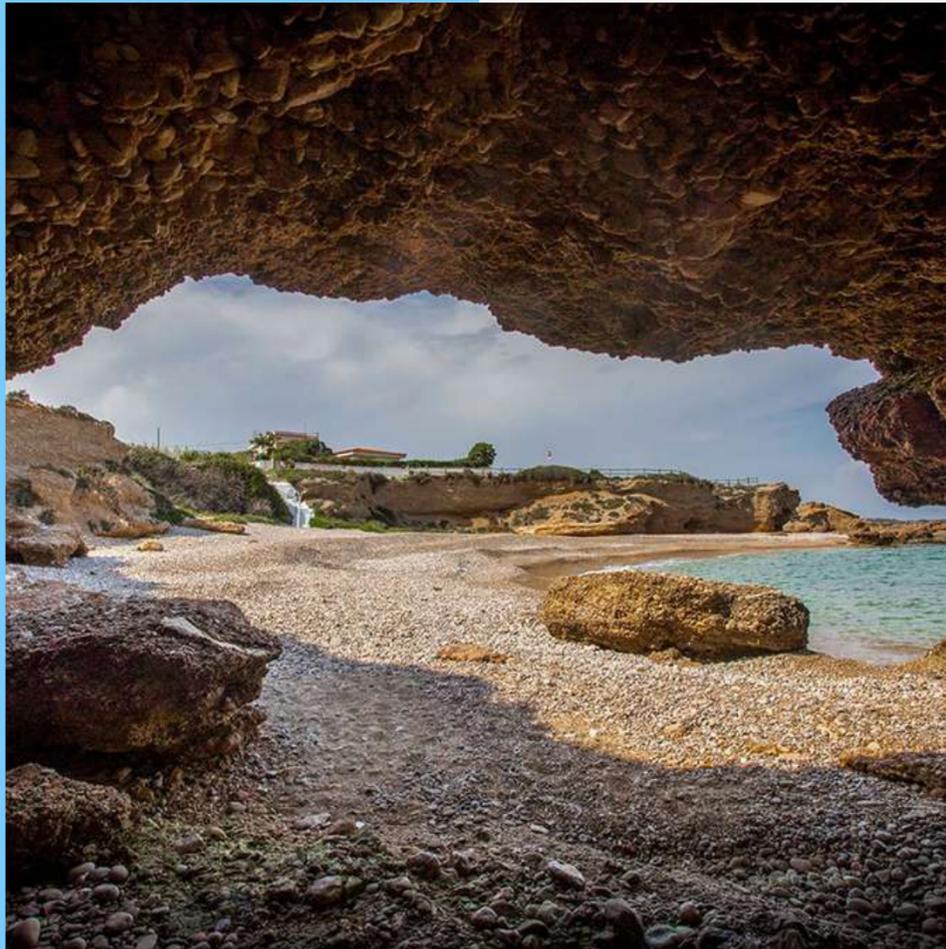
Cala de les Llanetes

La cala de les Llanetes es una extensa cala situada en la zona turística norte de Vinaròs. Destaca por la belleza de sus acantilados. Está conformada por grava y cantos. Ideal para el descanso y el submarinismo. Esta cala es apta para perros



Cala de la Roca Plana

Situada en la zona turística norte. Esta pequeña cala está compuesta por grava y arena gruesa en su superficie seca, pero cuando te introduces en el mar el fondo está compuesto por fina arena. Ideal para un baño relajante y también para el submarinismo.



Cala de la Foradada

Situada en la zona turística norte, es una cala que está rodeada por una zona residencial. Destaca estéticamente por la forma de sus acantilados. Ideal para practicar submarinismo y bañarse. Su arena es gruesa, cuenta con parada de autobús.



Playa de les Cales

Situada en la zona turística norte, esta playa está rodeada por una zona residencial. El agua, de color turquesa, la arena gruesa y las piedras y la vegetación que la rodea la hacen especialmente atractiva. Es además, un lugar privilegiado para la pesca.



Cala del Pastor

Es una cala de reducidas dimensiones situada en la zona turística norte. Su superficie está compuesta por gruesa arena dorada y grava, y sus aguas muestran un aspecto muy limpio. Los aficionados al buceo encontrarán en ella un escenario muy atractivo.



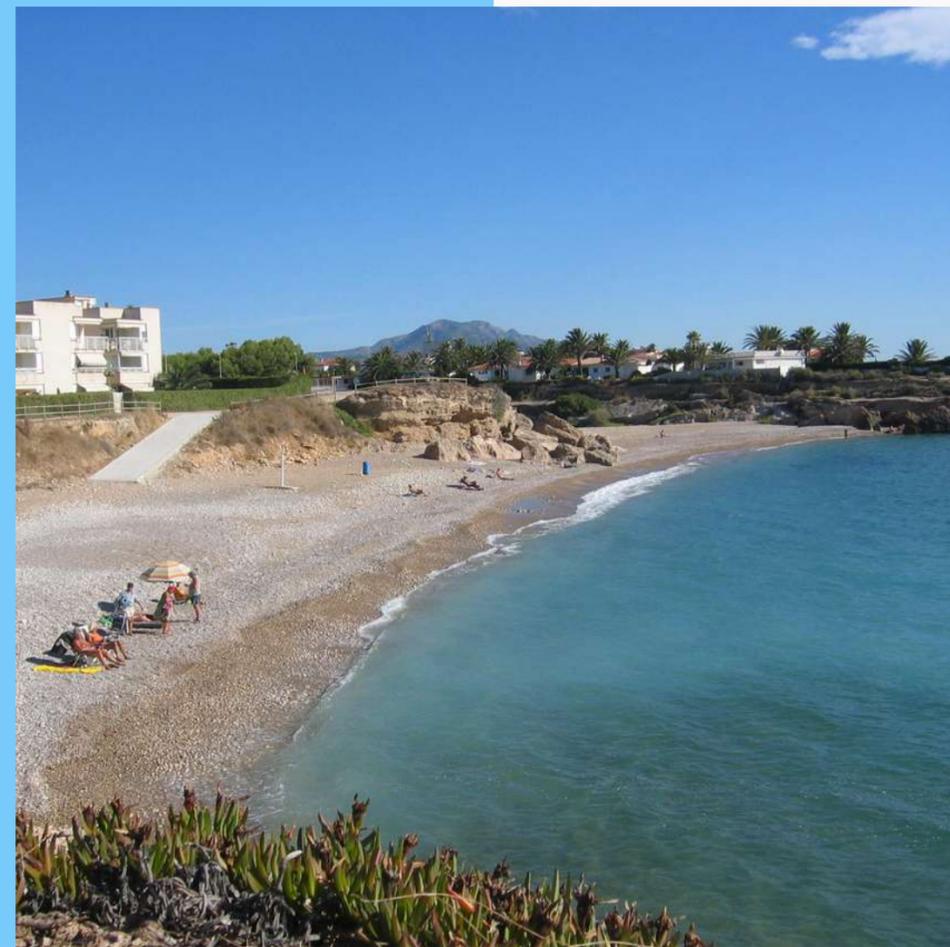
Playa del Triador

Situada en la zona turística norte, esta playa está rodeada por una zona residencial. Esta conformada por arena gruesa y cantos rodados. Es una playa muy tranquila e ideal para el submarinismo.



Cala del Pinar

Ubicada en la zona turística norte, su nombre aporta la descripción de un entorno marcado por una bonita zona de pino mediterráneo. En esta cala de grava y roca, la limpieza de su agua permite disfrutar de los ricos fondos marinos que alberga bajo la superficie.



Playa de la Barbiguera

Es una extensa cala que en parte coincide con la desembocadura del barranco con el mismo nombre, ubicada en la zona turística norte. Está compuesta por arena y cantos rodados. Muy tranquila e ideal para el submarinismo.



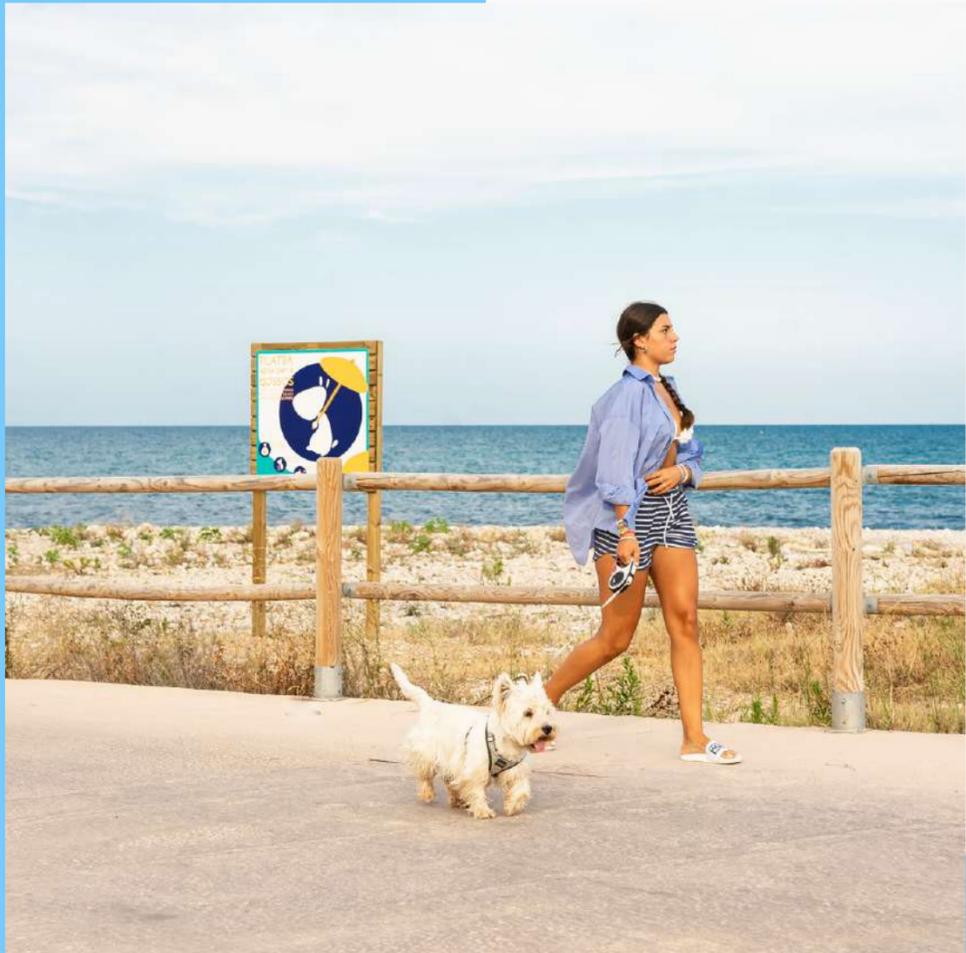
Playa del Saldonar

Para los amantes de las playas en las que el sol es sólo parte del atractivo, esta cala ofrece una superficie de grava y canto rodado, y un agua de azul turquesa que permite ver un fondo marino plagado de rocas para disfrutar de excelentes inmersiones. Se encuentra ubicada en la zona turística norte de Vinaròs muy cercana a la playa del mismo nombre.



Cala dels Cossis

La cala dels Cossis se encuentra situada en la zona turística norte de Vinaròs, muy próxima al casco urbano. Es una pequeña cala ideal para el descanso y para tomar un baño tranquilo. Básicamente está compuesta por grava y cantos.



Playa Boca del Riu

Playa apta para perros, ubicada junto al río Cervol.



Cala dels Pinets

Situada en la zona turística sur de Vinaròs, esta es una pequeña y tranquila cala de grava, rodeada de accidentes naturales que, pese a su carácter de semiurbana, le imprimen un aspecto muy rústico.



Cala del Fondo de Bola

Situada en la zona turística sur de Vinaròs, la superficie de esta cala semiurbana es de piedras, sobre las que rompe el escaso oleaje. El agua mantiene un color azul verdoso cristalino. Además, está rodeada de pequeñas edificaciones que marcan su entorno.



Cala de les Roques

Situada en la costa sur de Vinaròs. Es una cala de reducidas dimensiones ubicada junto al paseo de Ribera de la costa sur. Está compuesta por grava y cantos rodados.



Playa de les Salines

Esta pequeña cala de grava tiene en la limpieza del agua una de sus mayores cualidades y es un marco ideal para practicar submarinismo. La carretera que comunica la zona turística sur con el casco urbano se encuentra junto a ella y posee una parada de autobús que facilita el acceso desde el núcleo urbano.



Cala del Puntal 1 y 2

Es una de las más emblemáticas y bellas de la zona turística sur de Vinaròs. La vegetación que la rodea, sobre todo palmeras, la hacen muy atractiva. Básicamente está compuesta de grava y cantos rodados.

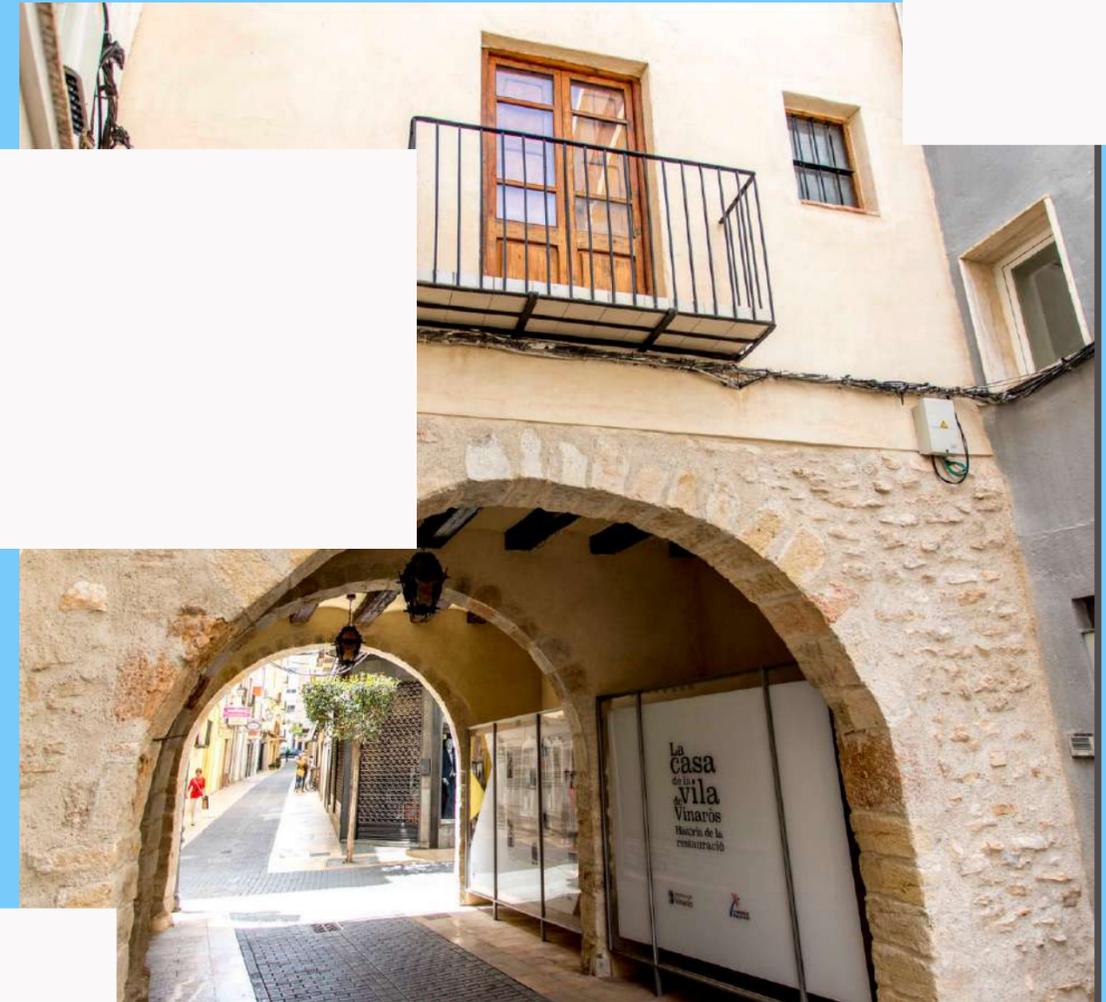


Playa d'Aiguadoliva

Situada en el extremo sur del término municipal de Vinaròs, se encuentra en la desembocadura del barranco con el mismo nombre y limitando con Benicarló. Está compuesta por arena, grava y cantos rodados. Además, cabe destacar que es una playa apta para perros.



B. Recursos Turísticos Vinaròs - Monumentos

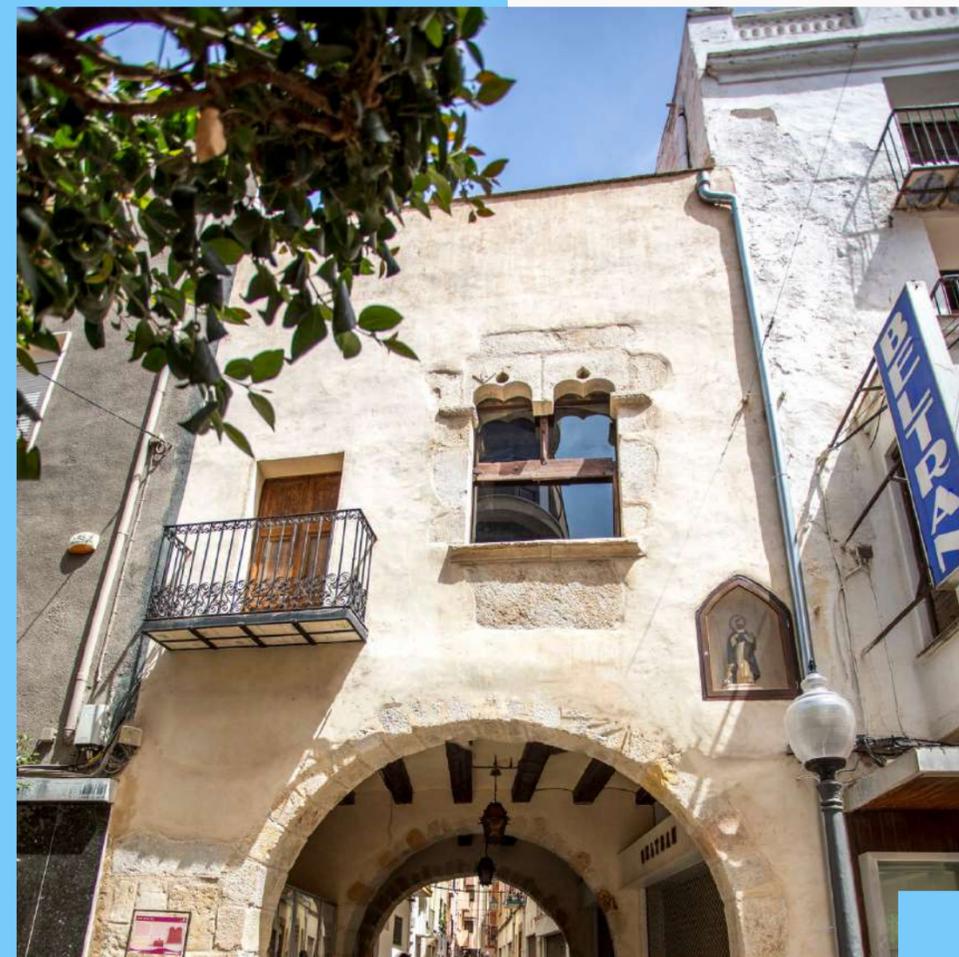


Casa de la Vila

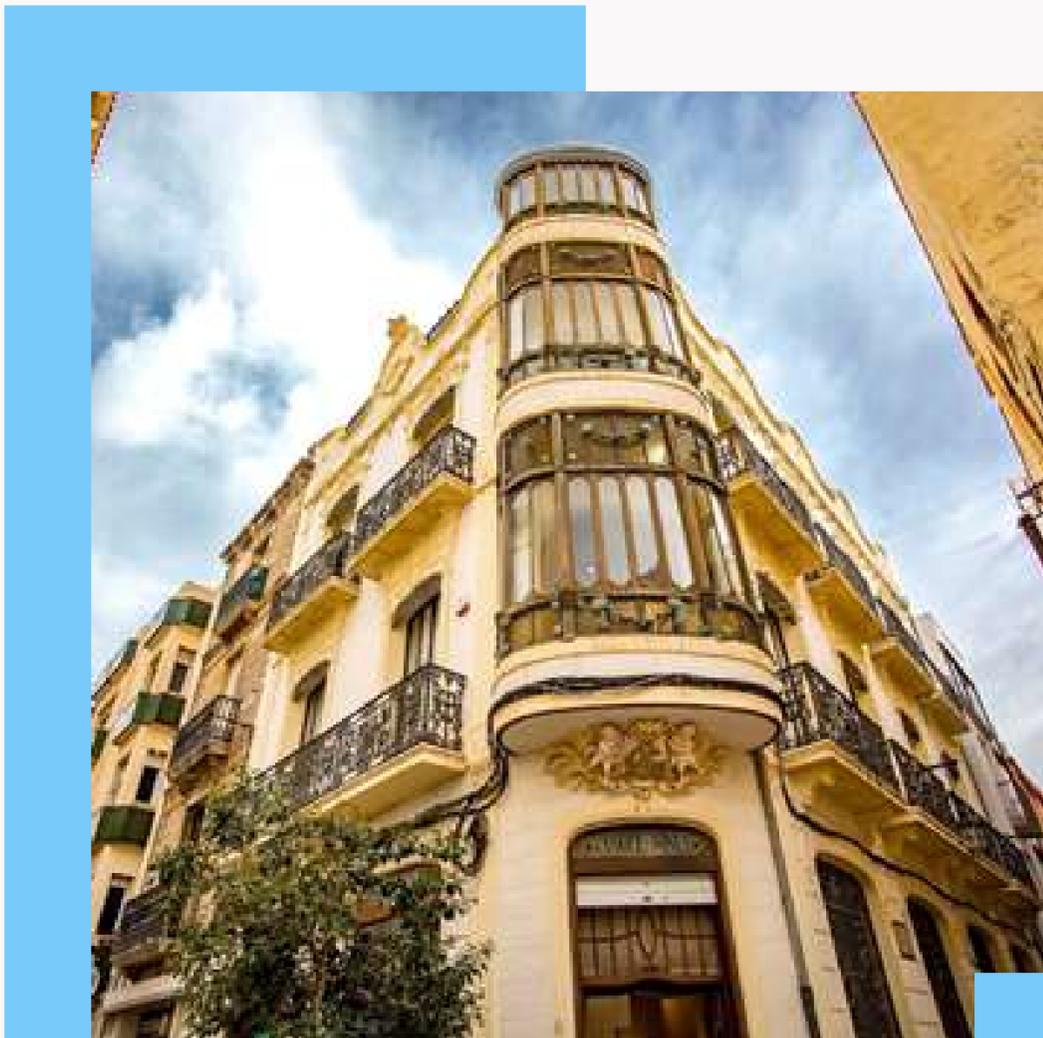


Casa de la Vila

El municipio de Vinaròs tiene un importante patrimonio histórico y cultural. Cuenta con diversos estilos artísticos que poseen varios siglos de antigüedad.



Es un edificio gótico del s. XV que fue restaurado en el año 2017. Durante el proceso de restauración se descubrieron en el interior del edificio unas pinturas al fresco de un notable valor histórico, ya que probablemente nos encontramos ante una de las representaciones heráldicas más antiguas del escudo de Vinaròs.



Casa Giner

Construido en 1914 y situado en la calle Mayor, este edificio modernista valenciano presenta una fachada elegante, exuberante y colorista que lo convierte en uno de los mejores reflejos de la idiosincrasia burguesa y liberal del Vinaròs del primer cuarto del siglo XX. El elemento que más llama la atención es su mirador en esquina elíptica que da a la plaza Parroquial.



Casa Membrillera

Es una casa renacentista del siglo XVIII. Conocida popularmente como “casa de los Membrillera” o “de les Coroneles”, presenta una planta baja de entrada, planta noble y una barandilla con cinco ventanas con arco de medio punto. Se debe destacar: el dintel de la fachada con la fecha 1652 y el escudo heráldico que se localiza sobre la puerta de la entrada. En el interior de la casa se ha pretendido plasmar parte de la actividad económica del pueblo a través de la historia con exposiciones permanentes sobre la agricultura, el comercio, la industria o la pesca.



Casa Sendra



Es una casa modernista del Siglo XX, situada en la Plaza Jovellar. Presenta un color blanco roto combinado con el ocre del artesonado y consta de planta baja y tres alturas. La decoración de su fachada se articula mediante azulejos dispuestos en hileras verticales, acompañados de aplacados, molduras en forma de claves musicales, plafones heráldicos sobre dinteles y balcones, y barandillas con motivos de ramilletes florales. Todo ello adecentado con la cuidada ornamentación vegetal de la fachada para dar como resultado una edificación de sobresaliente belleza.

Ermita de San Gregorio



La ermita de San Gregorio es de estilo barroco del Siglo XVIII. Está localizado a un kilómetro de la ciudad, fue obra del fraile arquitecto vinarocense Pere Gonell. La ermita es de planta central y el cuerpo del templo es una cruz griega. El retablo mayor, realizado por J.B. Nicolás, cuenta con la representación de san Antonio Abad coronando el conjunto, así como con las de san Abdón y san Senen en los laterales y san Gregorio en la hornacina central.

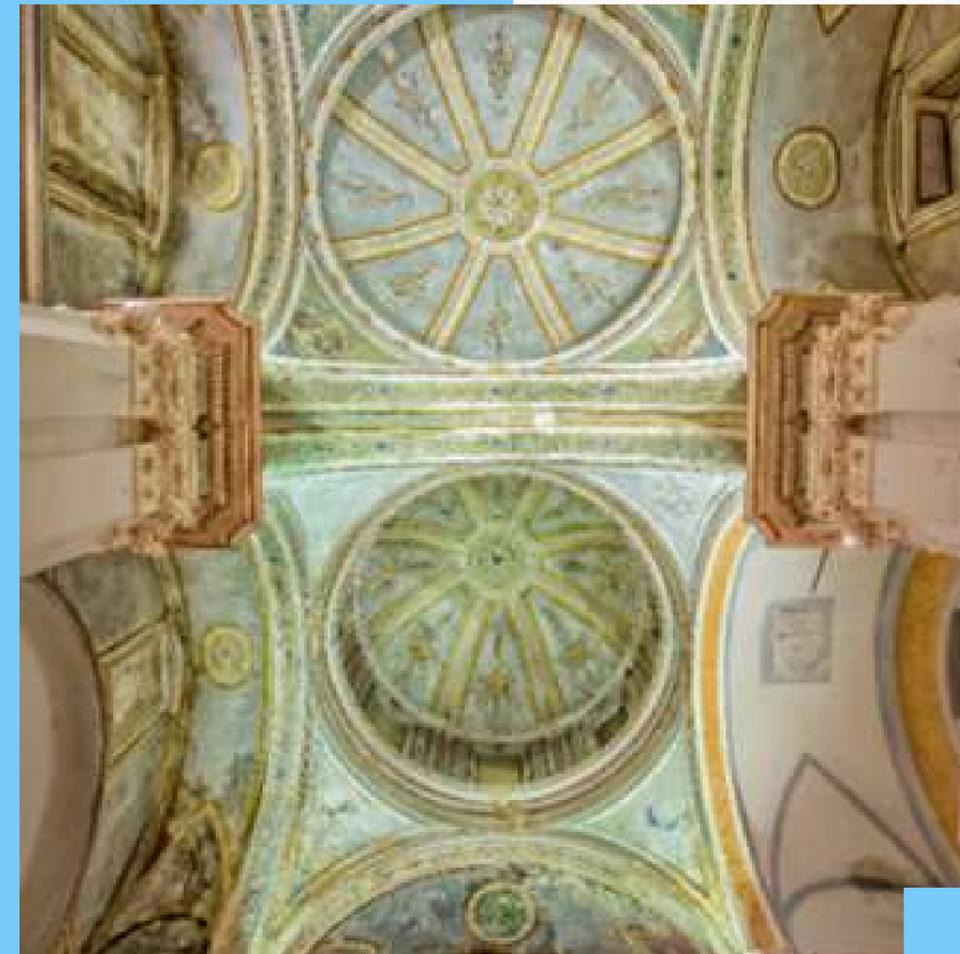


Iglesia Fortaleza Arciprestal de la Asunción



Está considerado un Monumento histórico nacional. Es una iglesia gótica datada entre 1582 y 1667. El conjunto de la iglesia presenta un planteamiento funcional exterior de carácter militar, ya que Vinaròs carecía de castillo o fortaleza que protegiese la ciudad. De hecho, el edificio desempeñó funciones defensivas durante la expulsión de los moriscos, durante el reinado de Felipe IV, como protección ante los piratas y corsarios turcos, durante las guerras Carlistas y durante el último cuarto del siglo XIX.

La capilla de Santa Victoria



Es una capilla de estilo Barroco del S. XVIII. Es una capilla anexa a la iglesia del Convento de San Telmo. Los planos de la capilla son obra del arquitecto vinarocense fray P.Gonell.

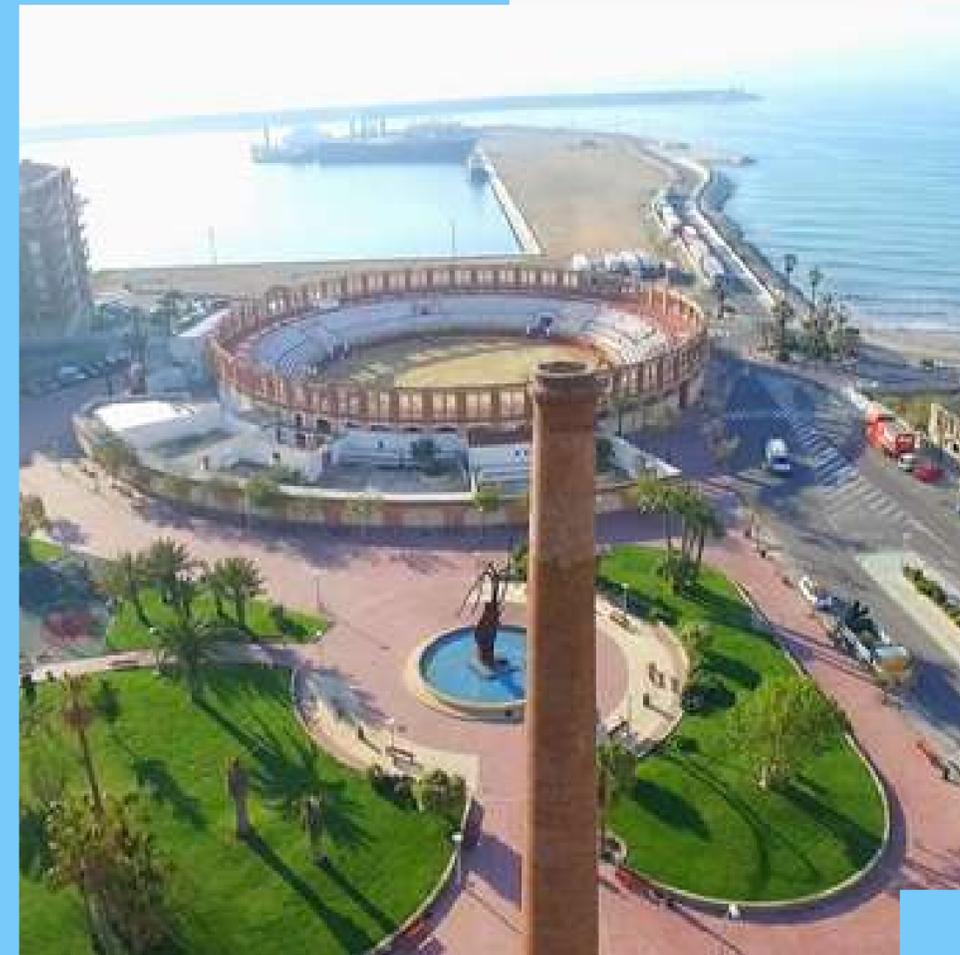


Mercado Municipal



Es un mercado de arquitectura ecléctica del siglo XX, concretamente construido en 1928. Es un claro punto de encuentro entre locales y turistas donde suelen comprar productos gastronómicos típicos de Vinaròs como es el caso del langostino. El Mercado, de planta basilical, presenta las características propias de la arquitectura de comienzo del siglo XX. Su estructura está formada por vigas de celosía de hierro sobre ligeras y elegantes columnas de fundición con capiteles decorados con motivos vegetales geométricos. Todo ello conforma un espacio amplio y luminoso, testigo de un formidable ambiente y de una intensa actividad comercial durante todo el año. Además, dispone de un lugar de encuentro para que los clientes puedan disfrutar de las tapas que ofrecen los bares del mercado, así como la degustación in situ de langostinos frescos.

Plaza de toros



Es una plaza de toros de forma redonda, edificada con piedra, hierro, cal y canto. Es la plaza de toros más cercana al mar de toda la península.



Poblado Ibérico del Puig de la Misericordia



Es un asentamiento ibérico donde se combina una función residencial con una estructura fortificada. Las excavaciones en el yacimiento muestran que su desarrollo cronocultural está constituido por tres fases distintas de ocupación: una correspondiente a la Edad del Hierro y otras dos a la Época Ibérica. Está catalogado como Bien de Interés Cultural como complementación a la declaración de Bien de Interés Cultural de la Torre de los Moros que recoge todo el Puig de la Misericordia.

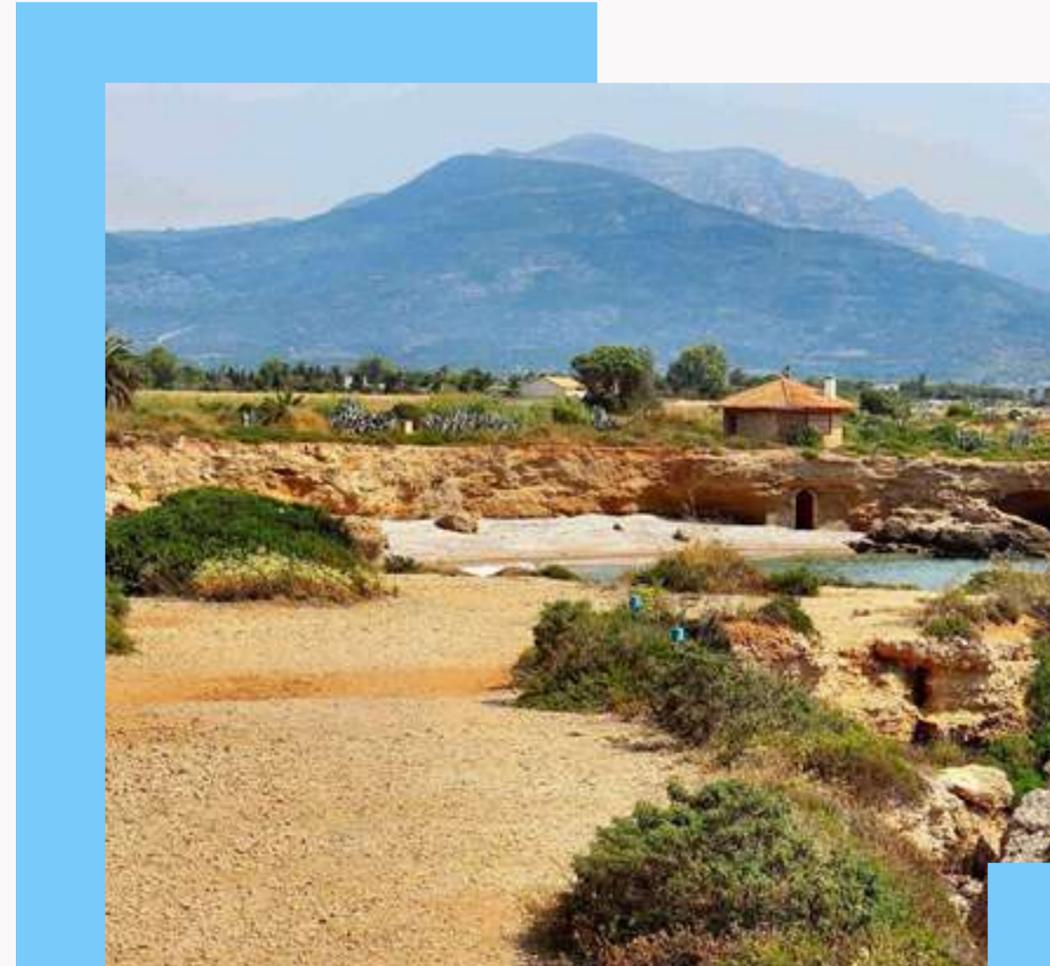
Santuario de la Misericordia



Iglesia del siglo XV-XVIII. Está situada en la cumbre de Puig de la Misericordia, a 6 km de la población. Está dedicada a la Virgen de la Misericordia y San Sebastián, patronos de la ciudad. Este conjunto está calificado como Bien de Relevancia Local con la categoría de Monumentos de Interés Local.



Paraje Natural de Sòl de Riu



Este paraje se sitúa en el extremo norte de Vinaròs, lindando con Cataluña, y es una de las pocas zonas donde se puede contemplar la costa virgen y salvaje que hoy todavía resiste al desarrollo urbanístico.

Se trata de una zona costera, de aproximadamente un kilómetro de extensión, repleta de vegetación autóctona, acantilados agrestes y calas de gran belleza, ideal para disfrutar de un paseo en familia y adentrarse en la naturaleza, alejada de la ciudad.



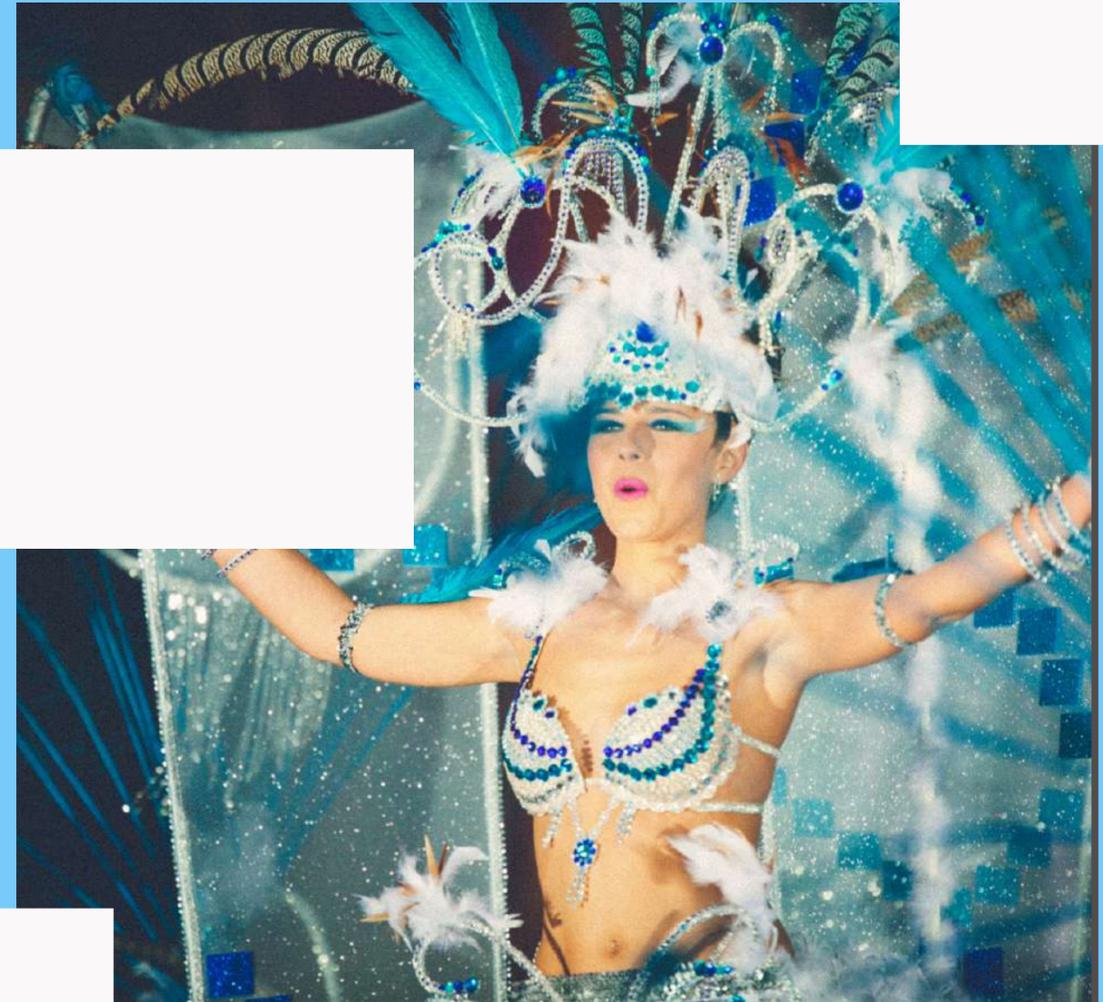
Paraje Natural de la Sierra del Puig

Como indica la web de Turismo de Vinaròs, la Sierra del Puig es un cerro de 165 metros de altura sobre el nivel del mar donde se alza el santuario de la Mare de Déu de la Misericòrdia, también conocido como ermita de Sant Sebastià. Fue declarado Paraje Natural Municipal en 2016, con el objetivo de asegurar su protección y conservación. En él se encuentra el yacimiento del poblado íbero del Puig de la Misericordia y se desarrolla la ruta por el sendero local de la Redona de l'Ermita.

El Ayuntamiento de Vinaròs promociona el uso recreativo de este paraje a través del senderismo, rutas didácticas e interpretativas y distintas actividades de turismo activo que garantizan el ocio y disfrute responsable de todos/as sus visitantes.



B. Recursos Turístics Vinaròs - Festividades



Carnaval de Vinaròs



El municipio cuenta con distintas festividades destacables que deben ser consideradas un argumento de promoción. Se debe destacar el Carnaval y la Semana Santa, ambas declaradas de Interés Turístico Autonómico. Otras celebraciones del municipio son: Sant Antoni Abad, Sant Sebastià, Fira i Festes de Sant Joan i Sant Pere, la Mare de Déu del Carme, la Carta la pobla y las fiestas de Navidad.

Carnaval

Declarada de Interés Turístico Autonómico. Los Carnavales se celebran en el municipio desde el siglo XIV. A pesar de que en la época franquista fue prohibido, se recuperó en 1983, siendo en 2007 declarado como Fiesta de Interés Turístico de la Comunidad Valenciana. Es considerada la fiesta más viva del año ya que el municipio se convierte en el centro de diversión, colores, música, desfiles (donde hay más de 30 comparsas que desfilan por las calles de Vinaròs), en total, más de 5.000 comparseros. Plumas, colores, lentejuelas y mucho brillo, así son los disfraces que inundan las calles durante los actos del Carnaval. La duración del Carnaval tiene una duración de 2 semanas.



Semana Santa

Declarada de Interés Turístico Autonómico en 2014. Se inicia la Semana Santa con la tradicional Trobada de Bombos i Tambors en el que participan bandas de diversas ciudades de la provincia de Castellón, Tarragona y Teruel. Las procesiones al anochecer y actos religiosos se centran en los días de jueves y viernes santo. Pasos e imágenes religiosas de gran valor artístico salen de iglesias y capillas. La primera de las procesiones es el Miércoles santo a las cinco de la madrugada, conocida como la Processó de la Matinada: un acto litúrgico, recuperado hace unos años, que se remonta a una tradición secular. Jueves y Viernes santo al atardecer, las calles del centro histórico de Vinaròs se abarrotan para contemplar las solemnes procesiones de las cofradías y sus pasos. La última de las procesiones es la Procesión del Encuentro el domingo de Pascua. Durante estas celebraciones también hay programados conciertos y exposiciones, que convierten estas fiestas religiosas también en actos culturales y festivos.

Sant Antoni Abad

Se celebra el 17 de enero. En la víspera se encienden hogueras en distintas plazas de la ciudad. Al día siguiente se celebra la festividad del Santo en el Santuario de la Misericordia, en la que se llevan a cabo distintos actos, así como una comida popular para agasajar a los agricultores.

Fira i Festes de Sant Joan i Sant Pere

Es una celebración que se realiza con la llegada del verano donde agrupa a niños y mayores. Son de carácter popular, se disfruta de la música al aire libre, fuegos artificiales, y un gran recinto ferial para toda la familia. Fiesta declarada de Interés Turístico Provincial.

Sant Sebastià

El día 20 de enero se rinde homenaje al patrón de la ciudad. Esta festividad es vivida por los vinarocenses con mucha intensidad debido a la fe que se le profesa al santo. Durante la jornada se realiza una romería hasta el Santuario, a 6 km. de la población, sobre la montaña de El Puig. En este día se puede disfrutar de actuaciones folclóricas, una misa y una paella popular.

Mare de Déu del Carme

Durante la temporada estival se suceden diferentes celebraciones, como la tradicional procesión marinera que tiene lugar el 16 de julio, día en el que los marineros honran a su patrona, la Virgen del Carmen. Todas las barcas de la flota pesquera se engalanan para la ocasión. Posteriormente se celebra una degustación popular de sardinas.





Fiesta del Langostino

Su primera edición fecha de 1963. Llegado el mes de agosto se celebra la Fiesta del Langostino, con degustaciones de langostinos junto al paseo marítimo. Este evento gastronómico es uno de los de mayor tradición en la Comunitat Valenciana ya que viene celebrándose de manera ininterrumpida desde el año 1963, lo cual denota la importancia que Vinaròs siempre le ha dado al turismo y a uno de sus productos gastronómicos más emblemáticos y de mayor calidad, el langostino de Vinaròs. La fiesta de 1965 supuso un antes y un después, tanto para el evento como para la población en general, puesto que tuvo como invitado de honor al famoso pintor Salvador Dalí, cuya visita situó a Vinaròs en el mapa turístico de España y dio a conocer su producto gastronómico más destacado: el langostino.

Hoy en día la tradicional Festa del Llagostí se ha convertido en el Gastrofestival del Llagostí que por primera vez se ha celebrado en el mes de mayo de 2022. Con la nueva fecha se pretende ayudar a desestacionalizar la oferta del destino y a renovar la anterior fiesta.



Carta Pobla

Como prelude al otoño, durante el mes de septiembre, se conmemora el Otorgamiento de la Carta Puebla a la Ciudad de Vinaròs, concretamente en el 29 de septiembre. Se organizan múltiples actividades culturales como conciertos, exposiciones, teatro, visitas guiadas, bailes folclóricos, todo ello para conocer el patrimonio de Vinaròs.



Fiestas de Navidad

En la entrada de época invernal, Vinaròs engalana sus principales calles y organiza actividades como talleres infantiles, teatro, el Belén viviente o la Cabalgata de Reyes para disfrutar de la época navideña. El municipio realiza el encendido de luces navideñas acompañado de bailes, cantos corales infantiles. Se ofrecen multitud de actividades tanto para mayores como pequeños.



GASTRONOMÍA EN VINARÒS

La gastronomía de Vinaròs está basada en diversos platos tradicionales como arroces, pescados y mariscos, además de la repostería gracias a su amplio abanico de dulces tradicionales como pastissets de boniato, cabello de ángel o los llepostins, pastas de té con forma de langostino a la esencia de naranja y almendra.

El municipio está considerado como una ciudad sabor a mar gracias a su tradición marinera, riqueza de hortalizas autóctonas que brindan a Vinaròs en un conjunto de sabores y aromas caracterizadas por el mediterráneo.

Se debe dar una alta importancia al langostino de Vinaròs reconocido en todo el mundo por su sabor, textura y calidad, es la estrella de las cocinas del municipio. Sus propiedades se deben al suave clima del que goza Vinaròs durante todo el año y a la baja salinidad de las aguas del litoral vinarocense, enriquecidas por los sedimentos del río Ebro. Además, se pesca de manera tradicional y de forma sostenible empleando métodos respetuosos con el medio ambiente que garantizan el equilibrio ecológico de las reservas marinas. Todo ello lo ha convertido en un producto de alta calidad y muy valorado en la alta gastronomía española.

No obstante, el municipio dispone de otros platos tradicionales aparte del langostino: suquets de pescado, llandetes de salmonete con patatas, anchoas o sardinas en escabeche, pulpo sulsit, sepias a la brutesca, caballa xapada o las incontables recetas de arroces, como el de galeras, arroz a banda, arrossejat o el arroz con espardeñes son algunos de los más populares. Por último, la riqueza de verduras y hortalizas da lugar a delicias como las berenjenas rellenas, las empanadillas y cocas de tomate y pimiento o las patatas al caliu.

En Vinaròs, se celebran numerosas jornadas de programación de índole gastronómica como:

Jornadas de la cocina del Langostino de Vinaròs

Se han celebrado 15 ediciones hasta la fecha. Esto ha favorecido el desarrollo de tanto el reconocimiento nacional como el internacional sobre el posicionamiento de Vinaròs como destino gastronómico de primera orden.

Gastrofestival del Llagostí

Es uno de los actos festivos de mayor tradición y antigüedad en Vinaròs. Hoy en día la tradicional Festa del Llagostí se ha convertido en el Gastrofestival del Llagostí que por primera vez se ha celebrado en el mes de mayo de 2022. Con la nueva fecha se pretende ayudar a desestacionalizar la oferta del destino y a renovar la anterior fiesta.

Concurso Nacional de Cocina aplicada al langostino

Es uno de los concursos gastronómicos más importantes en el panorama gastronómico nacional. En el 2022 el ganador del concurso ha obtenido el Langostino de oro y 1500 €, el segundo el langostino de plata con una dotación de 1000 € y el tercer premio el langostino de bronce y 500 €.



Langostinos de Vinaròs

El langostino de Vinaròs es el producto estrella de la gastronomía de Vinaròs y todo un emblema de la ciudad. Es un langostino descrito por el destino como elegante por su forma, de sabor exquisito; único y sorprendente, por la cantidad de sensaciones que despierta su degustación. El langostino de Vinaròs es un producto de calidad, plenamente afianzado en la alta gastronomía española.

Se puede probar en muchos restaurantes y mercados de toda España, pero sobre todo en restaurantes del municipio y en el propio Mercado Municipal. También puede degustarse en las Jornadas de Cocina del Langostino (mayo), en el Gastrofestival del Langostino o en el Concurso Nacional de Cocina Aplicada al Langostino de Vinaròs.

Galeras de Vinaròs

La galera ha ido adquiriendo progresivamente una gran relevancia gastronómica, pasando de ser un producto de descarte o utilizado únicamente para caldos o fondos, a convertirse en el producto central de unas jornadas gastronómicas en las que participan un buen número de restaurantes para elaborar multitud de recetas tradicionales y una amplia variedad de platos creativos con ella como protagonista. Su exquisito sabor ha hecho que cada vez sea más popular consumirla como un marisco convencional, a la plancha o hervida, compensando sobradamente la dificultad que entraña desprenderse de su piel acorazada.



Aceite de oliva milenario

El aceite de oliva, producto indispensable de la dieta mediterránea y utilizado con muchos fines desde la antigüedad, es cultivado en toda la cuenca del Mediterráneo desde tiempos inmemoriales, pero todavía más en el territorio del Sénia, enclave en el que se ubica Vinaròs, la cual es la zona con mayor concentración de olivos milenarios de todo el mundo. El aceite de los olivos milenarios es considerado un tesoro líquido de color dorado y sabor agradable, equilibrado en todas sus cualidades. Un aceite de oliva virgen extra único en el mundo de variedades autóctonas como la Farga, la Morruda, la Sevillenca o la Arbequina.

Boquerones y Anchoas en Conserva

Históricamente el de Vinaròs ha sido uno de los puertos españoles con mayor número de capturas de pescado azul, especialmente de boquerones y sardinas. Debido a ello, la ciudad alberga una larga tradición de industrias conserveras que perduran en la actualidad. Los boquerones y/o anchoas en conserva son unos de los productos más consumidos en España.

Cocas

Es uno de los productos más singulares de Vinaròs. Son conocidos en otros lugares del territorio valenciano como coques o cocas. En Vinaròs se pueden encontrar en panaderías tradicionales de forma muy variada: atún con tomate, con sardinas o con alcachofas. También se pueden encontrar de forma dulce, realizados con manzanas agridulces, muy típicas de esta zona del mediterráneo.





RUTAS TURÍSTICAS

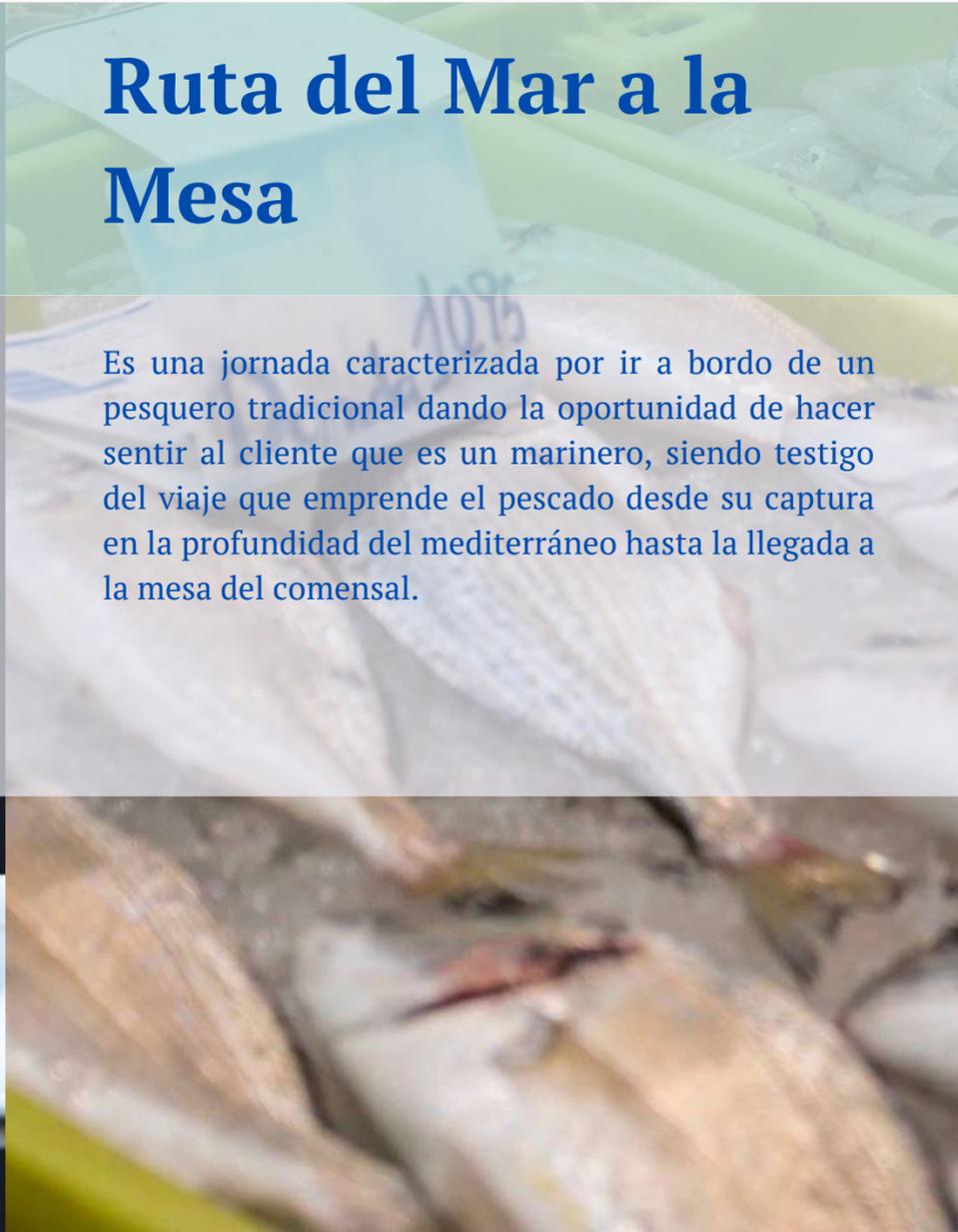
Rutas Saborea Vinaròs

El municipio está dentro de Saborea España, la marca de referencia del turismo gastronómico español. Es una plataforma con vocación internacional compuesta por las principales entidades gastronómicas nacionales. Vinaròs posee algunas rutas gastronómicas:



Ruta del Mar a la Mesa

Es una jornada caracterizada por ir a bordo de un pesquero tradicional dando la oportunidad de hacer sentir al cliente que es un marinero, siendo testigo del viaje que emprende el pescado desde su captura en la profundidad del mediterráneo hasta la llegada a la mesa del comensal.



Ruta Sabores Milenarios

Es una ruta que se realiza en parajes naturales donde el cliente puede experimentar una experiencia de oleoturismo (turismo enfocado a la producción del aceite con el objetivo de divulgar las principales características y procesos de la elaboración del aceite de oliva). El cliente tiene la oportunidad de hacer una ruta entre olivos del municipio.





Ruta Volviendo a las raíces

Esta ruta está caracterizada por el acompañamiento de dos productores expertos locales. Consiste en la participación de la recolecta y cultivo de: setas negras, setas de origen asiático, verduras ecológicas, además de otros productos locales.

Ruta Conservando Tradiciones

Es una ruta que permite conocer más el entorno natural donde se encuentra el pescado azul, así como el proceso de elaboración de las conservas, además de poder degustarlas en algunos de los platos en los restaurantes que forman parte de Saborea Vinaròs.

Ruta Artesanos del sabor

Vinaròs define su gastronomía como tradición y cultura, con ayuda de las condiciones climáticas y geográficas del territorio donde se asienta, la localidad constituyó una gran potencia económica, siendo el comercio exterior una de sus principales riquezas. Con esta ruta se tiene la oportunidad de conocer viñedos, además de realizar degustaciones de vino acompañado de quesos artesanos.



PESCATURISME EN VINARÒS

Vinaròs es uno de los destinos pioneros de la Comunitat Valenciana en desarrollar el pescaturisme, es decir, una actividad que permite conocer de primera mano el trabajo del pescador durante una jornada de pesca tradicional.

La localidad ofrece la oportunidad de tener una experiencia de Pescaturisme embarcando al cliente en el amanecer, ofreciéndole la oportunidad de pescar con artes artesanales y degustar el mar de una forma vivencial.





MERCADO MUNICIPAL DE VINARÒS

El municipio cuenta con un mercado Municipal que fue construido en 1928. Es un mercado de planta basilical, presenta las características propias de la arquitectura de comienzo del siglo XX. Su estructura está formada por vigas de celosía de hierro sobre ligeras y elegantes columnas de fundición con capiteles decorados con motivos vegetales geométricos. Todo ello conforma un espacio amplio y luminoso, testigo de un formidable ambiente y de una intensa actividad comercial durante todo el año.

Además, dispone de un lugar de encuentro para que el cliente pueda saborear tranquilamente las tapas que ofrecen los bares del mercado, habilitado para el visitante, donde se puede degustar in situ una ración de langostinos frescos.



Tabla de jerarquización de recursos turísticos de Vinaròs

Orden	Tipo de recurso turístico	Nombre del Recurso Turístico	Categoría	Observaciones
1	1 - Manifestaciones festivas con la declaración de Interés Turístico	Carnaval de Vinaròs	1º orden	Fiestas de interés turístico autonómico de la Comunitat Valenciana
2	1 - Manifestaciones festivas con la declaración de Interés Turístico	Semana Santa de Vinaròs	1º orden	Fiestas de interés turístico autonómico de la Comunitat Valenciana
3	1 - Manifestaciones festivas con la declaración de Interés Turístico	Otras fiestas (San Juan y San Pedro, San Sebastian...)	1º orden	Fiestas de interés turístico autonómico de la Comunitat Valenciana
4	2 - Playas	26 Calas y playas	1º orden	Relación de playas del Ministerio para la transición ecológica de la Comunitat Valenciana
5	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Auditorio y Convento de San Telmo		Bien de relevancia local
6	3 - Recintos de congresos y de ferias	Comercios del Centro Comercial Urbano		Actividades Comerciales
7	3 - Recintos de congresos y de ferias	Grandes superficies comerciales		Actividades Comerciales
8	3 - Recintos de congresos y de ferias	Eventos comerciales		Actividades Comerciales
9	4 - Eventos deportivos con proyección nacional e internacional	Puerto deportivo y Club Nautico		Deportes náuticos
10	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Lonja de pescadores		Espacio gastronómico
11	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Puerto pesquero		Espacio gastronómico
12	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	"El Llagostí de Vinaròs"	1º orden	Producto Gastronómico
13	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Gastrofestival del Llagostí (antigua "Festa del Llagostí")	1º orden	Ferias Gastronómicas de la Comunitat Valenciana
14	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Jornadas de cocina del Llagostí	1º orden	Ferias Gastronómicas de la Comunitat Valenciana

Fuente: Catálogo de recursos territoriales turísticos valencianos - Universidad de Valencia 2020.

Leyenda: 1 (natural y/o paisajístico), 2 (histórico, monumental o artístico), 3 (gastronomía, artesanía), 4 (cultura, fiestas y acontecimientos), 5 (servicios, infraestructuras y equipamientos)



15	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Concurso Nacional de Cocina aplicada al Langostino	1º orden	Ferias Gastronómicas de la Comunitat Valenciana
16	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	"Suquet de Peix"	1º orden	Platos típicos de la Comunitat Valenciana
17	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	"All i pebre" de lonja y langostinos	1º orden	Platos típicos de la Comunitat Valenciana
18	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Arroz "de galeres"	1º orden	Platos típicos de la Comunitat Valenciana
19	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Arroz a banda	1º orden	Platos típicos de la Comunitat Valenciana
20	6 - Gastronomía propia de la Comunitat Valenciana	Arroz "arrossejat"	1º orden	Platos típicos de la Comunitat Valenciana
21	7 - Paisajes agrarios e industriales	Huerta de Vinaròs	1º orden	Áreas agrícolas litorales PATIVEL
22	7 - Paisajes agrarios e industriales	Almendros	1º orden	Paisajes agrarios de la Comunitat Valenciana
23	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Edificios Modernistas (Sendra, Giner...)		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
24	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Iglesia Parroquial de la Asunción de Mariça	1º orden	Bienes de Interés Cultural (BIC) de la Comunitat Valenciana
25	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Murallas de Vinaròs	1º orden	Bienes de Interés Cultural (BIC) de la Comunitat Valenciana
26	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	"Torre dels Moros"	1º orden	Bienes de Interés Cultural (BIC) de la Comunitat Valenciana
27	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Torre de Sol del Riu	1º orden	Bienes de Interés Cultural (BIC) de la Comunitat Valenciana
28	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Poblado Íbero "Puig de la Misericòrdia"	1º orden	Bienes de Interés Cultural (BIC) de la Comunitat Valenciana
29	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	(actual Auditorio Municipal Wenceslao Ayguals de Izco)		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
30	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Antiguo Convento de San Francisco		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
31	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Barranco d'"Aigua Oliva"		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana

Fuente: Catálogo de recursos territoriales turísticos valencianos - Universidad de Valencia 2020.

Leyenda: 1 (natural y/o paisajístico), 2 (histórico, monumental o artístico), 3 (gastronomía, artesanía), 4 (cultura, fiestas y acontecimientos), 5 (servicios, infraestructuras y equipamientos)



32	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Barranco de la Barbiguera	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
33	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Casa de los Membrillera	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
34	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Casa Mas de Mon	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
35	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Chimeneas Fabriles	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
36	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Desembocadura del río Sénia	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
37	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Ermita de San Gregorio	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
38	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Espacio de Protección Arqueológica "El Corral de la Closa d'Alejo"	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
39	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Espacio de Protección Arqueológica "El Roquer"	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
40	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Espacio de Protección Arqueológica "La Closa"	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
41	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Espacio de Protección Arqueológica del "Núcleo Histórico"	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
42	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Espacio de Protección Arqueológica "Punta de les Salines"	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
43	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Espacio de Protección Arqueológica "Torreta dels Moros"	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
44	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Mercado Municipal de Vinaròs	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
45	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Molino de Noguera	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
46	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Monasterio de las Clarisas de la Divina Providencia	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
47	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Palacio de Ayguais	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
48	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Plaza de Toros	Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana

Fuente: Catálogo de recursos territoriales turísticos valencianos - Universidad de Valencia 2020.

Leyenda: 1 (natural y/o paisajístico), 2 (histórico, monumental o artístico), 3 (gastronomía, artesanía), 4 (cultura, fiestas y acontecimientos), 5 (servicios, infraestructuras y equipamientos)



49	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Poblado íbero "Perengil"		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
50	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Puerto de Vinaròs		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
51	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Retablo Cerámico de la "Mare de Déu" del Pilar		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
52	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Retablo Cerámico de la "Mare de Déu" del Remedio		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
53	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Retablo Cerámico de San Sebastian		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
54	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Retablo Cerámico de San Valente		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
55	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Retablo Cerámico de Santa Monica		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
56	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Retablo Cerámico de Santa Victoria		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
57	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Santuario de la Virgen de la Misericordia y Ermita de San Sebastian		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
58	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Torres Ballester		Bienes de Relevancia Local (BRL) de la Comunitat Valenciana
59	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Puig Misericòrdia		Yacimientos arqueológicos íberos visitables de la Comunitat Valenciana
60	10 - Bienes del Patrimonio Cultural Valencià	Perengil		Yacimientos arqueológicos íberos visitables de la Comunitat Valenciana
61	12 - Senderos Oficiales y Vías Pecuarias de la Comunitat Valenciana	Jardín de Sol del Riu y sendero		Senderos Locales
62	12 - Senderos Oficiales y Vías Pecuarias de la Comunitat Valenciana	Barranco de "Aiguadoliva" y sendero		Senderos Locales
63	12 - Senderos Oficiales y Vías Pecuarias de la Comunitat Valenciana	Paraje del Puig de la Misericordia y sendero		Senderos Locales
64	12 - Senderos Oficiales y Vías Pecuarias de la Comunitat Valenciana	Sendero GR-92		Senderos Locales
65	11 - Espacios naturales y territoriales protegidos	Desembocadura del río Sénia	1º orden	Zonas Húmedas de la Comunitat Valenciana

Fuente: Catálogo de recursos territoriales turísticos valencianos - Universidad de Valencia 2020.

Leyenda: 1 (natural y/o paisajístico), 2 (histórico, monumental o artístico), 3 (gastronomía, artesanía), 4 (cultura, fiestas y acontecimientos), 5 (servicios, infraestructuras y equipamientos)



4.7 ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

Debido a la tradición pesquera de Vinaròs, el langostino continúa siendo capturado diariamente de forma artesanal y llega directamente a los mercados. Esto permite al municipio crear una oferta turística basada en la gastronomía, con un amplio e interesante recetario combinando ingredientes marinos con verduras y hortalizas de su propia huerta.

Arroces, guisos, pescados y mariscos de calidad, atraen a turistas y visitantes de todo el mundo a probar sus deliciosas propuestas gastronómicas. Incluso reconocidos chefs como Martín Berasategui o Carme Ruscalleda, ambos con estrellas Michelin, han apostado por el langostino de Vinaròs para incorporarlo en alguno de sus platos.

La popularidad alcanza incluso hasta la creación del importante Concurso Nacional de Cocina Aplicada al Langostino, con una gran repercusión desde el año 1964, con el objetivo de incrementar el prestigio de los productos de la ciudad, a nivel mundial. Además, Vinaròs realiza el Gastrofestival del llagostí, Jornadas de cocina de la Galera, Tapa Tour del llagostí de Vinaròs, Jornadas de cocina de Rancho Marinera, Jornadas de cocina del Arroz y Día Mundial de las tapas. Toda esta oferta a lo largo de todo el año es una llamada al visitante y al residente de conocer y disfrutar de los productos y las tradiciones cocineras de Vinaròs.



A nivel de producto de Fiestas, Vinaròs cuenta con El Carnaval, que está declarado como Fiesta de Interés Turístico Autonómico, siendo la primera fiesta valenciana que recibió esta distinción en el año 2007, además de la Semana Santa y la Fira i Festes de Sant Joan i Sant Pere, reconocidas también como Fiestas de Interés Turístico Provincial. A ello acompaña otras fiestas y eventos que se desarrollan a lo largo del año como son, la Mare de Déu del Carmen, la Carta Pobla, Festes de Nadal, etc. Estos diferentes eventos y la visión que de ellos se tiene, son motores y atractivos turísticos de gran importancia para el destino.

El Sol y Playa como producto estrella de la costa mediterránea, también tiene una fuerte repercusión en Vinaròs, que hoy en día tiene una gran oferta de diversidad de tipologías de playas y calas con diferentes servicios. Estas playas y calas con aguas transparentes, tranquilas y atractivas, es uno de los principales encantos para el turismo familiar, tan asentado en Vinaròs. Este turismo familiar acentúa la estacionalidad del destino y va muy vinculado con el incremento de los apartamentos turísticos y de las 2º residencias que se está produciendo en Vinaròs en los últimos años.

Vinaròs es capital de la comarca del Baix Maestrat, esto le ha supuesto ser un motor comercial. Históricamente su base ha sido el pequeño comercio local, pero en los últimos años se ha asentado el centro comercial y grandes superficies a las afueras del municipio. Pese a ello, el pasear por sus calles del centro histórico y llenas de pequeños comercios es un placer que el visitante agradece e incrementa su satisfacción del destino, por lo que no se tiene que perder de vista el atractivo que este comercio supone para el visitante.

Analizando el turismo desde la perspectiva de la oferta cultural y patrimonial que ofrece Vinaròs, el municipio tiene una amplia oferta que va desde el Poblado Íbero del Puig de la Misericordia del siglo 2 a.c., a la Iglesia Fortaleza Arciprestal de la Asunción del siglo XVI, llegando al Mercado Municipal del siglo XX. Esta oferta complementa perfectamente los otros atractivos del destino y hace del viaje a Vinaròs una percepción completa y redonda en dónde el turista puede disfrutar de una gran variedad de atractivos.

Hoy en día Vinaròs cuenta con otros productos turísticos emergentes y con altas capacidades que, con un buen desarrollo y trabajo por parte de la administración local y el empresariado, puede poner en auge como es el Cicloturismo, el náutico o el turismo Senior.

A mitad de camino se encuentra en turismo de naturaleza y de senderismo, pues Vinaròs cuenta con grandes recursos como puede ser el Barranc d'Aiguadoliva o el Paratge Natural Municipal de la Serra del Puig, que en si mismo son emplazamientos muy visitas y valoras, pero que el salto desde la perspectiva turística que podrían tener sería muy alto si se trabajara más la homologación de senderos, la señalización e información y el acondicionamiento de caminos y rutas.





A continuación, se representa la matriz de los productos turísticos de Vinaròs, donde podemos observar aquellos productos maduros y asentado y aquellos que necesitan un refuerzo y un desarrollo.





4.8 ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD

Durante 2020 se ha recabado información acerca de las acciones que se están llevando a cabo en Vinaròs, tanto aquellas planificadas o previstas y sobre otras que no se han planteado por el momento, para conocer la sostenibilidad del sector turístico del destino. El trabajo se ha realizado en base a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Las acciones se han ponderado con referencia a cada uno de los objetivos ODS, teniendo en cuenta la capacidad de Vinaròs para su puesta en marcha.

Para los datos de análisis del estudio, se ha utilizado una metodología combinada basada en el estudio de los 17 ODS y de las 100 recomendaciones de Turisme Comunitat Valenciana además de aquellas acciones que desde el municipio se hayan indicado fuera de las anteriores. Para ello se ha confeccionado un documento de trabajo con el detalle de cada una de las 100 recomendaciones y los ODS relacionados con cada acción.

Según el grado de implantación y ejecución de las acciones se ha otorgado diferentes valores:

Estado de la acción	Valor
Completamente implantada	100%
En ejecución	50%
Programada y no ejecutada	25%
No ejecutada ni programada	0%

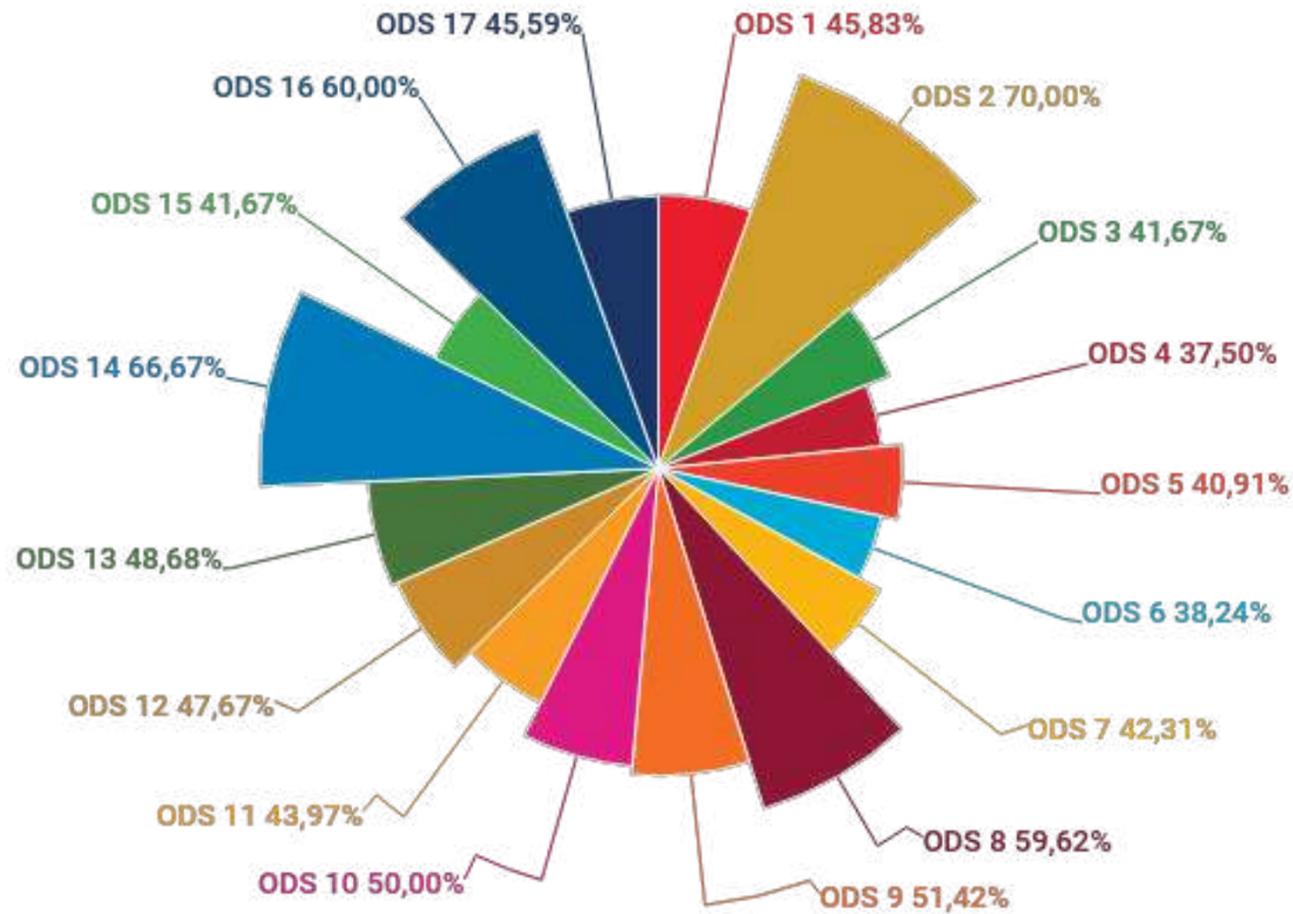
A continuación, muestra el gráfico donde aparece cada uno de los ODS con su valor promedio en % que ha obtenido sobre el total de acciones para cada uno de ellos. Para cada una de las acciones se ha asignado una puntuación explicado en el apartado de Metodología, en base a esa puntuación se ha obtenido el valor de contribución del destino a cada ODS en porcentaje. La gráfica muestra estos resultados.

Los ODS en los que el destino ha trabajado con mayor intensidad corresponden con los ODS 2, ODS 8, ODS 13, ODS 14 y ODS 16 los que corresponden con la protección, bienestar de las personas, con la protección de los entornos marinos y con la paz, justicia e instituciones sólidas. Los ODS en donde se puede realizar muchas aportaciones futuras corresponden a los ODS 3, ODS 4 y ODS 6, vinculados con la salud y bienestar y con la puesta en marcha de políticas eficaces en la gestión del agua y el saneamiento.





Se adjunta tabla con resultados comparando con el valor promedio para cada ODS obtenido del análisis de los 27 destinos SICTED de la Comunitat Valenciana.



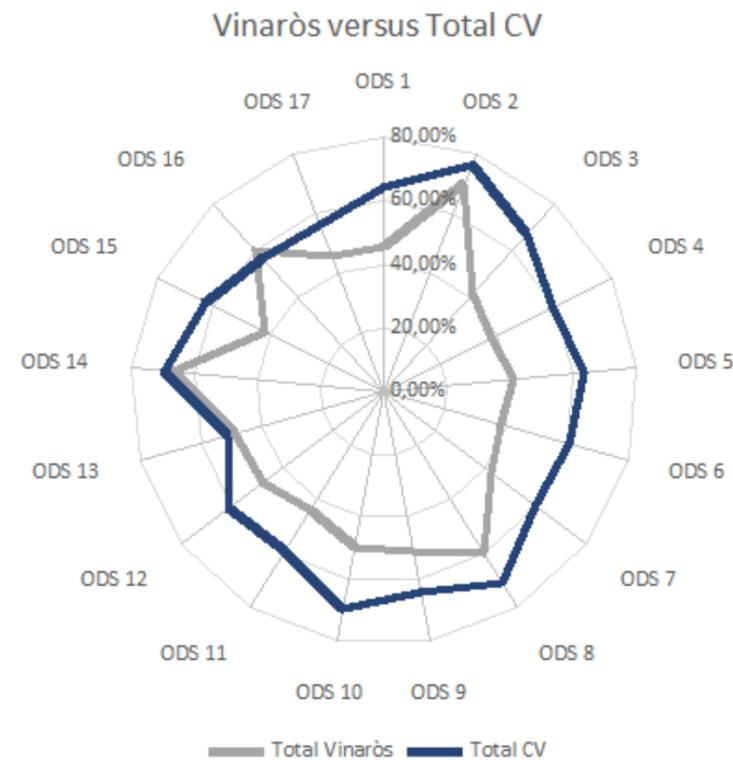
ODS	Nº de acciones	Grado contribución Vinaròs	Grado de contribución Vinaròs versus CV	Grado de contribución CV
ODS 1	12	45,83%		64,29%
ODS 2	10	70,00%		76,53%
ODS 3	6	41,67%		66,87%
ODS 4	20	37,50%		59,61%
ODS 5	11	40,91%		63,52%
ODS 6	17	38,24%		60,95%
ODS 7	13	42,31%		59,55%
ODS 8	26	59,62%		70,68%
ODS 9	53	51,42%		64,47%
ODS 10	24	50,00%		69,37%
ODS 11	29	43,97%		59,27%
ODS 12	43	47,67%		60,81%
ODS 13	19	48,68%		51,17%
ODS 14	9	66,67%		70,21%
ODS 15	12	41,67%		62,82%
ODS 16	15	60,00%		56,59%
ODS 17	34	45,59%		56,10%



Leyenda escala de colores

Superior del 10% de media
Entre el 10% inferior y 10% superior de la media
Entre el 25% y 10% inferior de la media
Un 25% inferior a la media

Gráfico en dónde se compara el valor promedio de cada ODS con respecto al valor agregado de los destinos que han participado en el estudio.

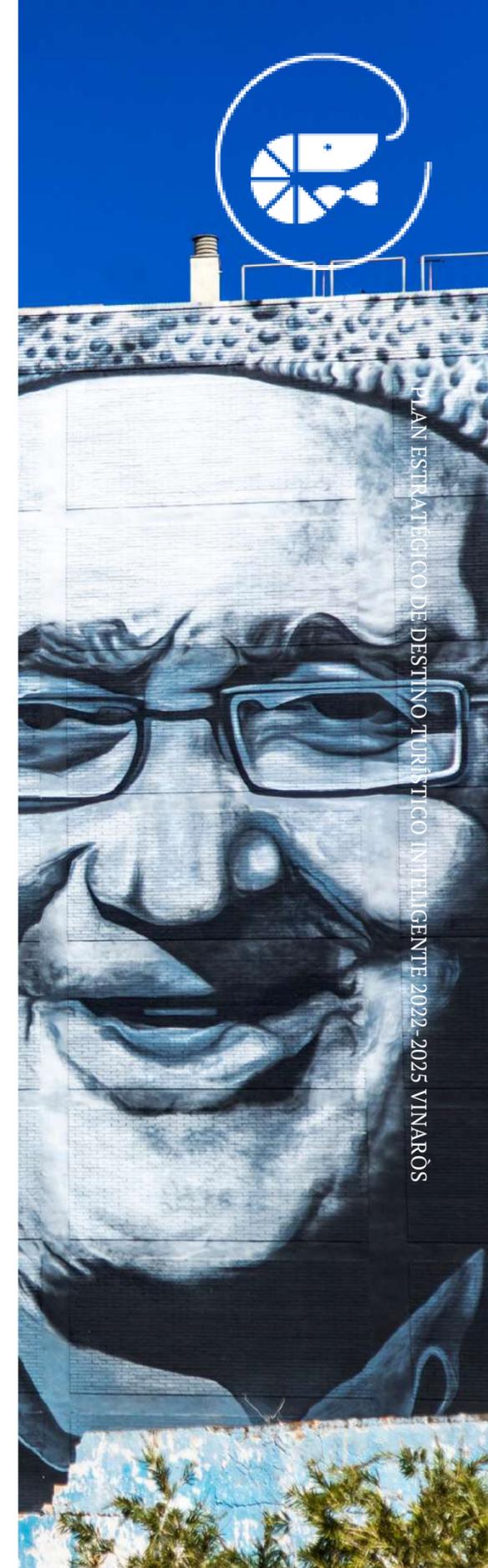


En cuanto al análisis de Vinaròs con respecto al conjunto de los 27 destinos SICTED incluidos dentro del estudio hay que comentar que los ODS en los que Vinaròs contribuye más en la Comunitat Valenciana son ODS 2 Hambre cero, ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico, ODS 13 Acción por el clima, ODS 14 Vida submarina y el ODS 16 Paz, justicia e instituciones sólidas, estando este último por encima del valor promedio de la Comunitat Valenciana. A destacar el esfuerzo de Vinaròs por la transparencia de las administraciones, la participación ciudadana y los canales de comunicación con las diferentes partes que tienen relaciones con Vinaròs desde residentes hasta otras administraciones.

Los ODS es una herramienta de mejora continua que permite avanzar y evolucionar al destino hacia la sostenibilidad. Para dar apoyo a esta mejora, listaremos las posibles acciones que Vinaròs puede ir acometiendo en ese camino hacia el desarrollo sostenible desde la perspectiva social, económica y medio ambiental. Se listarán nombrando los ODS sobre los que se relacionan:

ODS 1, ODS 5 y ODS 10

- Promocionar fiestas inclusivas y acciones especiales para que residentes y turistas puedan participar de los eventos locales en igualdad de condiciones.
- Poner en marcha, en colaboración con los agentes sociales, campañas informativas dirigidas a los trabajadores del sector turístico sobre derechos laborales, detección de prácticas abusivas y recursos a disposición del trabajador.
- En colaboración con los agentes sociales, las asociaciones empresariales y la Consellería competente en trabajo, organizar campañas de sensibilización dirigidas al empresariado turístico centradas en identificar y atajar prácticas que atentan contra la igualdad, diversidad e inclusión por cualquier motivo y contra el acoso en el sector turismo.
- Formular, en colaboración con el servicio con competencias en formación y empleo de la Generalitat, programas de reinserción laboral, formación, orientación y asesoramiento que promuevan la inclusión de personas en situación de vulnerabilidad, mujeres, jóvenes y personas con diversidad funcional en la actividad turística.
- Impulsar el desarrollo e implantación de planes de accesibilidad universal en negocios, espacios y recursos turísticos.
- Desarrollar programas de emprendimiento femenino en turismo, especialmente en el medio rural, donde existe una alta tasa de paro entre las mujeres. Los programas pueden centrarse en proporcionar formación y asesoramiento en la gestión de alojamientos rurales, formación en hospitalidad, nuevas tecnologías, digitalización de pymes turísticas, etc.





ODS 2, ODS 6, ODS 7, ODS 12 y ODS 14

- Realizar campañas en colaboración con el sector turístico para concienciar a los turistas sobre la necesidad de realizar un consumo responsable de agua y energía en hoteles y restaurantes y reducir el desperdicio de alimentos.
- Llegar a acuerdos con denominaciones de origen y asociaciones empresariales para el desarrollo de productos de turismo gastronómico, con acciones como talleres entre operadores turísticos, comercios y productores, guías para visitantes, inserción de puntos de venta de productos locales en establecimientos turísticos, actividades vivenciales, etc.

ODS 3, ODS 9 y ODS 17

- Desarrollar y promocionar itinerarios turísticos en zonas de menor saturación turística con el objetivo de aliviar la excesiva concentración de visitantes en puntos concretos del destino.
- Monitorizar y vigilar la oferta ilegal de alojamientos turísticos, especialmente en zonas urbanas, para prevenir posibles conflictos con los residentes.

ODS 4, ODS 12, ODS 13 y ODS 17

- Alentar a las empresas a incorporar sus avances en materia de sostenibilidad en sus memorias anuales y promover la entrega de premios a empresas turísticas por la puesta en marcha de iniciativas sostenibles, experiencias basadas en valores locales, etc.

- Impulsar la adhesión de Vinaròs al Pacto Valenciano para el Desarrollo Sostenible y animar a las asociaciones empresariales que declaren su compromiso con el mismo.
- Impulsar la adhesión de Vinaròs a La Alianza de Ciudades por el Desarrollo Sostenible, que contempla campañas de información y sensibilización sobre los 17 ODS en los municipios junto a la Federación Valenciana de Municipios y Provincias, y la Red Española de Ciudades por el Clima.
- Realizar una serie de jornadas de sensibilización, en colaboración con las asociaciones sectoriales, dirigidas a las empresas turísticas y servicios públicos turísticos para dar a conocer cómo construir un destino turístico sostenible, comunicando la agenda ODS del destino para lograr su adhesión.
- Impulsar acciones a favor del turismo sostenible en el marco de trabajo de las redes de municipios a favor de la sostenibilidad impulsadas por diferentes instituciones a nivel provincial, autonómico y estatal.
- Llevar a cabo la divulgación de la agenda de acción local a favor de los ODS con entes supramunicipales, especialmente mancomunidades, para generar sinergias con otros municipios colindantes y realizar presentaciones para darla a conocer al equipo gestor del destino y al conjunto de áreas del Ayuntamiento.





ODS 4, ODS 8, ODS 9 y ODS 10

- Fomentar contratos de prácticas remuneradas en las empresas del destino de estudiantes de la Red CdT, centros de formación profesional e instituciones de enseñanza superior.
- En colaboración con el servicio con competencias en formación y empleo de la Generalitat e instituciones de enseñanza, organizar cursos en habilidades turísticas e idiomas para jóvenes y parados.
- En colaboración con las asociaciones del sector y Turisme Comunitat Valenciana, organizar un ciclo formativo dirigido a empresarios turísticos para la mejora de la competitividad de los negocios dirigidos a los empresarios del sector.

ODS 6, ODS 7, ODS 9, ODS 11, ODS 12 y ODS 13

- Organizar talleres dirigidos al Ayuntamiento y al sector para impulsar la medición de la huella de carbono del destino y establecer metas para su reducción, en colaboración con el Centro de Educación Ambiental de la Comunitat Valenciana (CEACV) y Turisme Comunitat Valenciana.
- Gestionar la solicitud de ayudas y subvenciones al sector en coordinación con la Consellería con competencias en cambio climático, que gestiona los fondos FEDER dedicados a la lucha contra el cambio climático.
- En colaboración con las asociaciones del sector de la hostelería y la Consellería con competencias en medio ambiente y cambio climático, implantar acciones coordinadas para reducir los desperdicios de alimentos.
- Realizar jornadas de sensibilización y divulgación de recomendaciones y buenas prácticas dirigidas a empresas de hostelería, en colaboración con las asociaciones sectoriales, para promover el uso eficiente del agua, reducción del consumo energético, gestión de residuos, y economía circular.

ODS 6, ODS 11, ODS 14 y ODS 15

- Realizar jornadas de sensibilización a las empresas que desarrollan sus actividades en entornos naturales y difundir buenas prácticas entre el sector privado y la ciudadanía para aminorar el impacto de la actividad turística en los ecosistemas naturales como montañas, mares, ríos y pantanos.
- Llegar a acuerdos con asociaciones, federaciones, Consellería competente en medio ambiente, medio rural y natural, y otras organizaciones para la conservación y el mantenimiento de las rutas de senderismo y su interpretación. Las acciones pueden incluir la producción de soportes informativos físicos y descargables para el viajero o campañas de concienciación sobre el uso responsable del medio natural en la práctica de deportes al aire libre y de montaña.
- En destinos con áreas naturales protegidas y zonas de protección de aves (LIC, ZEPA o PN), elaborar guías de avistamiento de aves y dotar de observatorios en lugares estratégicos en coordinación con la consellería competente en medio ambiente, sumando el destino al Plan Estratégico de Turismo Ornitológico.

ODS 8, ODS 9, ODS 11 y ODS 14

- Presentar proyectos innovadores a los Premis Turisme Comunitat Valenciana, especialmente en cualquiera de sus categorías: formación, investigación, promoción, sostenibilidad, RSC y turismo inclusivo.
- Obtener la certificación Biosphere para destinos turísticos. El primer destino de la Comunitat Valenciana que está trabajando en la obtención del reconocimiento es Xàbia



ODS 9, ODS 11, ODS 15, ODS 16 y ODS 17

- Elaborar planes de gestión del patrimonio, valorando su capacidad de carga y usos potenciales, aplicando si procede los planes directores de producto turístico impulsados por Turisme Comunitat Valenciana (Arte Rupestre, Cultura Ibera, Territorio de Frontera, Patrimonio Industrial, etc.). Los gestores locales cuentan, además, con herramientas como las recomendaciones para elaborar planes de gestión del patrimonio municipal que publica la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).
- Desarrollar una cesta de indicadores que permita cuantificar la contribución del turismo en el municipio a los ODS.

ODS 11, ODS 12, ODS 15 y ODS 16

- Presentar candidaturas a reconocimientos internacionales del destino basados en atributos propios singulares, como ha conseguido Denia con la declaración de Ciudad Creativa de la Gastronomía por la UNESCO.
- Impulsar la certificación que promueve la Marca Parcs Naturals de la Comunitat Valenciana en los municipios turísticos en los que haya empresas especializadas en turismo de naturaleza que operen en Parques Naturales.
- Realizar acciones de formación y sensibilización para la incorporación de los valores paisajísticos en la conceptualización de destinos y desarrollo de producto turístico en el territorio, tomando como referencia la iniciativa Paisajes Turísticos Valencianos.

ODS 12 y ODS 17

- Implicar a las grandes empresas en eventos culturales y deportivos y proyectos turísticos del municipio a través de sus programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para acciones de patrocinio, cobranding, etc.
- Realizar convenios y acuerdos con Turisme Comunitat Valenciana, conselleríes competentes y diputaciones provinciales para poner en marcha iniciativas a favor del desarrollo turístico sostenible, de acuerdo con el espíritu y la letra de la Ley de Turismo, Ocio y Hospitalidad.





4.9 ANÁLISIS DE TRANSVERSALIDAD CON OTROS PLANES MUNICIPALES

La apuesta por la sostenibilidad se integra en otras políticas destinadas a mejorar la calidad de vida de los residentes de Vinaròs, ya sea generando un entorno urbano más agradable ya sea potenciando la actividad económica del municipio y en consecuencia mejorando sus condiciones socioeconómicas. Se han considerado los siguientes planes:

- Estrategia EDUSI.
- Plan Estratégico de Ciudad.
- Plan de Movilidad Urbana Sostenible.
- Plan especial del Casco Histórico.



4.10 ANÁLISIS DAFO DE VINARÒS

Para la realización del DAFO se ha utilizado como fuente el Plan de Innovación Digital Vinaròs Smart que se realizó en el 2019, además se ha tenido en cuenta el análisis contemplado en los puntos anteriores del presente documento.

FORTALEZAS

- *Clima.*
- *Gastronomía.*
- *Entorno paisajístico: naturaleza, diversidad de playas y entornos de montaña.*
- *Influencia comarcal del Baix Maestrat.*
- *Capital de Comarca.*
- *Vinalab como centro de fomento del emprendimiento y de la innovación.*
- *Dotación de infraestructuras.*
- *Atractivo turístico y de vida.*
- *EDUSI.*
- *Concentración Comercial.*
- *Planes como: Plan Estratégico de la Ciudad de Vinaròs. Plan de Innovación Digital Vinaròs Smart 2019-2023, Agenda Urbana de Vinaròs y Planes en proceso de desarrollo.*
- *Página web turística atractiva y trabajada*
- *Resultados de Autodiagnóstico óptimos: cumplen con alrededor del 70% de todos los indicadores de INVATTUR.*

DEBILIDADES

- *Envejecimiento de la población.*
- *Estacionalidad turística.*
- *Economía poco diversificada, fuerte dependencia del turismo.*
- *Emigración de gente joven, pérdida de talento.*
- *Insuficiencia de zonas verdes.*
- *Dependencia energética del exterior.*
- *Bajo uso de energías renovables.*
- *Mejorar el servicio de transporte urbano público contemplando la accesibilidad.*
- *Falta un mejor análisis de la presión humana del territorio.*
- *Falta de colaboración público-privada en el Plan de Marketing.*
- *Falta de Sistema de indicadores de Sostenibilidad.*
- *Falta de Sistema de control y depuración y reutilización de agua y Sistema de control y plan de recogida de basuras.*
- *Falta de variedad y cantidad adecuada de alojamientos turísticos de tipo hoteles y campings.*
- *Falta de capacitación en TICs en el sector turístico.*
- *Infraestructuras públicas no dimensionadas frente a DANA.*



4.10 ANÁLISIS DAFO DE VINARÒS

Para la realización del DAFO se ha utilizado como fuente el Plan de Innovación Digital Vinaròs Smart que se realizó en el 2019, además se ha tenido en cuenta el análisis contemplado en los puntos anteriores del presente documento.

OPORTUNIDADES

- *Entorno (rutas, senderos, parajes naturales) son una oportunidad ante un nuevo turista post pandemia.*
- *Aumento del turismo nacional post COVID.*
- *Agricultura como puesta en valor de economía circular.*
- *Estimular una economía más diversificada.*
- *TIC para facilitar la optimización de recursos.*
- *Reconversión de antiguas carreteras en bulevares y de los caminos agrícolas en caminos paseables.*
- *Afianzar el liderazgo como polo comercial.*
- *Reurbanización más verde, pavimentos drenantes, optimizar la iluminación.*
- *Conexión blanda por la costa que recupere el paisaje autóctono.*
- *Creación nuevas rutas del aeropuerto de Castelló.*
- *La Administración como catalizador de transformación de la gestión interna y los procesos de interacción de la ciudadanía.*
- *Fomento de la movilidad sostenible enlazado con el PRMUS.*
- *Creación de espacios para autocaravanas.*
- *Plan de Sostenibilidad Turística.*
- *Turismo de proximidad.*

AMENAZAS

- *Pandemia COVID-19.*
- *Nuevas tendencias turísticas: evitar lugares masificados.*
- *Auge del turismo rural.*
- *Descenso del turismo internacional en España.*
- *Riesgo de abandono de recursos históricos.*
- *Degradación de barrios populares de segunda línea de mar.*
- *Riesgo de crecimiento no planificado por la posible revitalización de la burbuja urbanística.*
- *Abandono del ámbito agrícola periurbano.*
- *Cambio climático.*
- *Abandono de barrancos y ramblas: riesgo de incendios e inundaciones.*
- *Multiculturalidad: situaciones de conflicto.*
- *Envejecimiento de la población.*
- *Aparición de nuevas formas de pobreza: pobreza energética, subida masiva de la luz.*
- *Proceso de desaparición de sectores industriales tradicionales.*

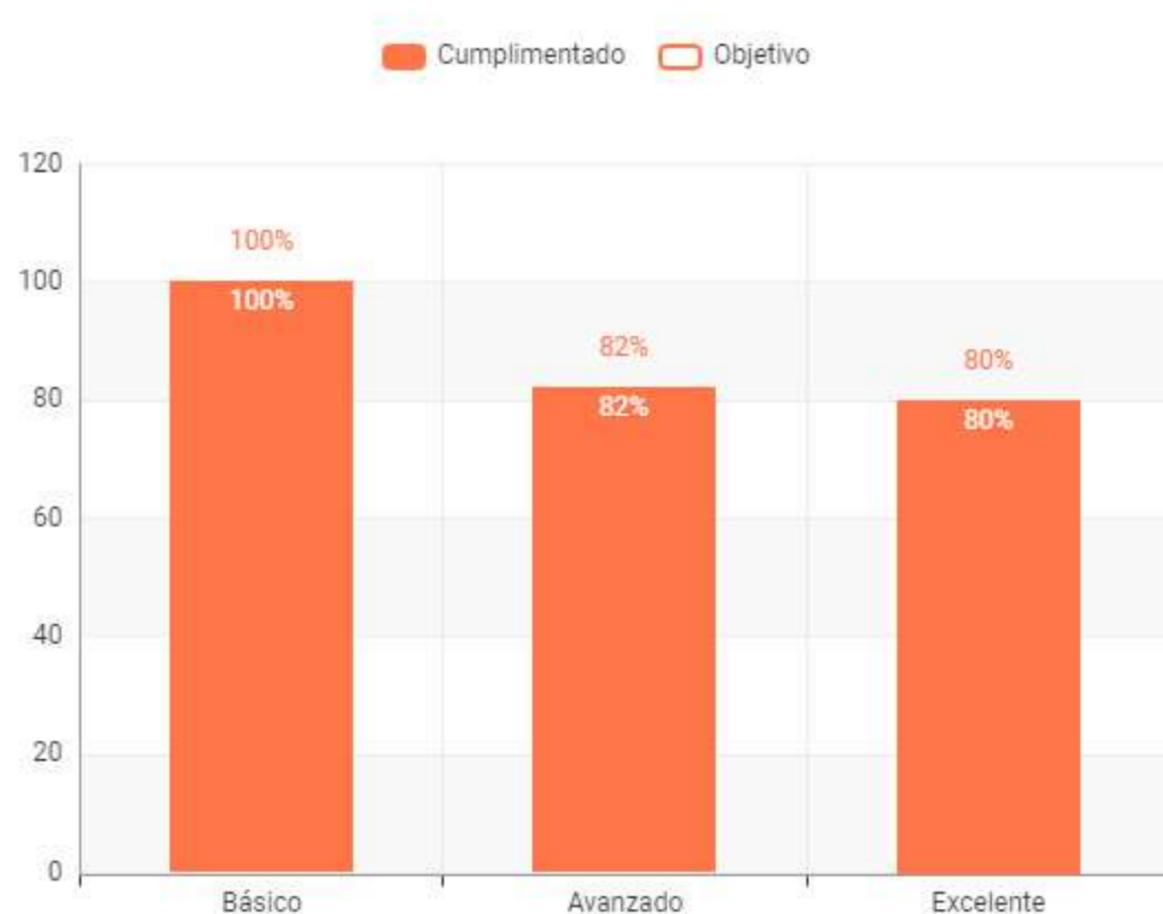


5. AUTODIAGNÓSTICO DE VINARÒS COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE



GOBERNANZA

Cumplimiento de indicadores por niveles



El municipio de Vinaròs cumple con un total del 90% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de gobernanza.

- Indicadores básicos: 100%
- Avanzado: 82%
- Excelente: 80%

El aspecto de la Gobernanza es clave y seguramente el más importante del modelo DTI-CV y en el que el destino debe realizar un gran esfuerzo ya que es por donde se elaboran tomas de decisiones relativas a lo que acontece al destino y donde forman parte la colaboración público-privada. Es importante que Vinaròs tenga aprobado un Plan Estratégico (GOB02.1) con participación pública y colaboración con el sector privado (GOB02.2). Es vital para que otros ámbitos de trabajo puedan trabajar de forma organizada, coordinada y con objetivos claros y comunes. Hay algunos indicadores con Valor SÍ que deben de justificarse con algún tipo de documento para su revisión: Gob01 y Gob4.3.





Tras el estudio de los indicadores de Gobernanza de Vinaròs se obtienen los siguientes resultados:

Indicadores de Gobernanza que Vinaròs SÍ cumple:

- Gob01: Vinaròs dispone de un técnico responsable de departamento, un técnico auxiliar y dos informadores turísticos. Sería necesario un informe o algún documento que justifique el indicador y se pueda comparar.
- Gob02: El municipio dispone de un plan Estratégico aprobado en un período inferior a 5 años. Concretamente hay un plan estratégico de turismo y marketing vigente (2017-2021), se está redactando uno nuevo en la actualidad. Además, el plan que se está redactando actualmente pretende realizar la gestión turística de forma coordinada con participación pública y colaboración del sector privado. Asimismo, se informa que el plan se analiza anualmente y hoy en día se está analizando en su totalidad previamente a la realización del nuevo, sin embargo, faltaría justificar el sistema o la herramienta a utilizar. El Plan Estratégico de 2017-2021 está disponible en la web lo que genera un incremento de la transparencia con la ciudadanía. Vinaròs está redactando el plan estratégico actual relacionado con el modelo DTI-CV denominado “Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente 2022-2025”.
- Gob02.5: Las acciones del Plan de acción anual estaban priorizadas en el tiempo en el marco de la estrategia de destino.
- Gob3: Desde Vinaròs se asegura que no existe de manera formal pero sí de manera informal una Comisión Técnica Interdepartamental ya que para el proyecto EDUSI, los técnicos municipales se reúnen con frecuencia para la implantación del mismo.
- Gob04: En la web del ayuntamiento de Vinaròs se contemplan los presupuestos y concretamente los de turismo.
- Gob4.2: El Plan Estratégico y de Marketing Turístico está publicado en la web, es una buena manera de generar transparencia con el sector y la ciudadanía en materia de estrategia turística.
- Gob4.3: Desde Vinaròs se afirma tener un presupuesto asociado al desarrollo del POT y del DTI, sin embargo, es necesario algún documento con el que se pueda justificar el indicador.
- Gob05: Vinaròs tiene un Consell Local de Turisme conformado por grupos de interés vinculados a la gestión turística municipal. Este Consell cumpliría con el requisito del indicador del modelo DTI-CV en el que se pide la existencia de un ente mixto de gestión de destino. La colaboración público-privada es clave en el diseño y la ejecución de la estrategia turística. Como recomendación, sería conveniente un foro online o newsletter que fomente la participación de los agentes, visitantes y ciudadanía en la gestión turística local.

- Gob05.2: Se tienen desarrolladas iniciativas de cooperación público-privada que supongan aportación de fondos privados (colaboración en la financiación de famtrips, presstrips, ferias, etc.). En las jornadas gastronómicas los cocineros aportan menús en especie mediante su participación.
- Gob.06: El municipio cuenta con un portal de transparencia publicado en la web.
- Gob07: Vinaròs está adherido al SICTED desde 2019.
- Gob08: Existen campañas de sensibilización para concienciar a la sociedad sobre el valor del patrimonio local y así aumentar las implicaciones del turismo y la importancia de la hospitalidad.
- Gob09: El municipio desarrolló la Campaña Amar Vinaròs fue medida en cuanto a su impacto, fue una campaña realizada en 2020 y 2021.
- Gob10: Existe un Plan Estratégico de Smart City de Vinaròs. También están integrados los proyectos turísticos en el Plan DTI como el de Smart City. En el eje 2 del Plan estratégico de Smart City está orientado al turismo: “Una economía más diversa e innovadora que atraiga el talento y genere riqueza”.
- Gob11: Existe coordinación y gestión del desarrollo del DTI.
- Gob11.2: Hay un responsable de la coordinación y gestión del desarrollo DTI ya que existe un técnico responsable de DTI (Turismo) y otro de Smart City (Informática).

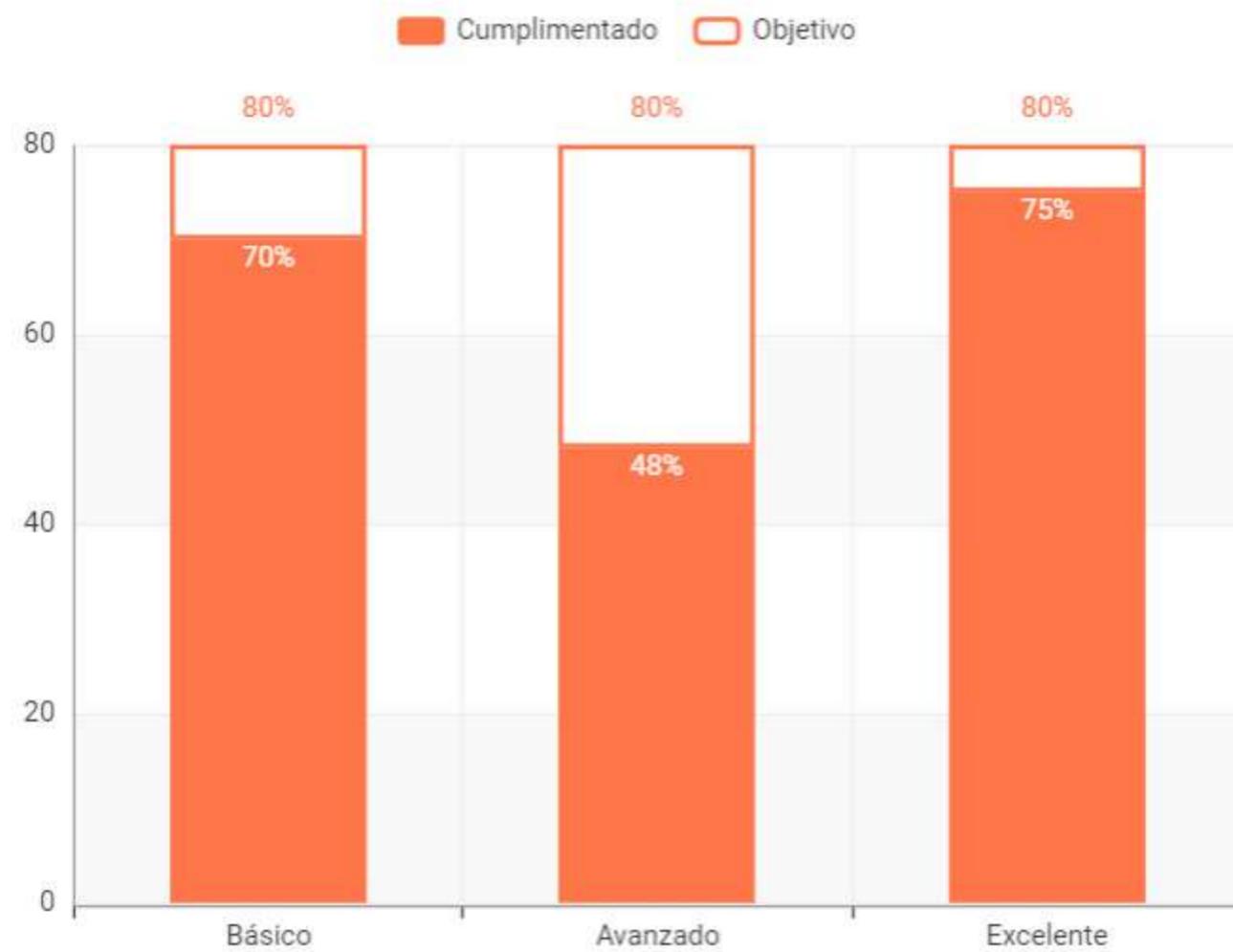
Indicadores de Gobernanza que Vinaròs NO cumple:

- Gob09: Es recomendable tener 2 acciones de promoción de destino con un retorno analizado.





SOSTENIBILIDAD



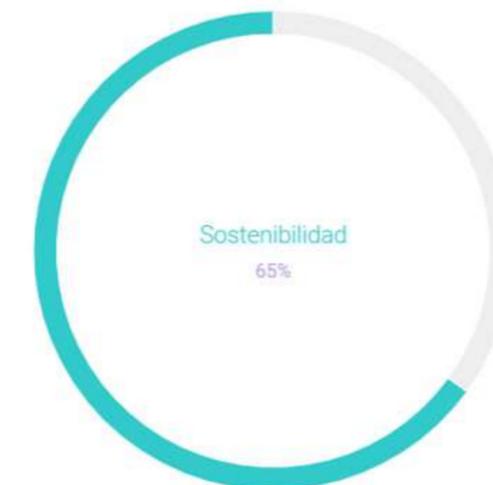
El municipio de Vinaròs cumple con un total del 65% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de sostenibilidad.

Indicadores básicos: 70%

Avanzado: 48%

Excelente: 75%

La sostenibilidad es un eje fundamental del modelo. Vinaròs debe integrar este eje en los aspectos sociales, económicos y ambientales ya que la sostenibilidad es un aspecto transversal. Aquí se observan los resultados del ámbito de sostenibilidad en el municipio de Vinaròs:





Estos son los indicadores de Sostenibilidad que Vinaròs SÍ cumple:

- Sos01: Desde el municipio se afirma tener adaptación a la Estrategia Territorial Valenciana (ETV). En su web se accede al Planeamiento urbanístico municipal donde se puede acceder al Plan General de Ordenación Urbana (PGOU).
- Sos02: Desde la web de Vinaròs se puede acceder a un sistema de gestión medioambiental ISO 14001 en playas y calas de Vinaròs. El municipio tiene implantado un sistema de gestión medioambiental en las playas y calas, que cumple con los requisitos de la norma UNE EN ISO 14001.
- Sos03: Vinaròs cuenta con la redacción del Plan de Regeneración Urbana y Movilidad Sostenible (PRUMS).
- Sos04: Hay una evolución positiva del volumen de residuos recogidos de vidrio, envases, papel, residuos verdes, etc. Se prevé sensorización en el nuevo contrato de Recogida de residuos (inicio previsto en octubre 2023). Kg anuales recogidos: 2019: Envases: 421.890 kg; Papel-cartón: 628.880 Kg; Vidrio: 519.974 kg; 2020: Envases: 469.680 kg.
- Sos5.1: Hay una evolución positiva del volumen de agua depurada respecto al año anterior: agosto 2020: 184.132 m³/mes tratados; agosto 2021: 197.765 m³/mes tratados.
- Sos07: Existen campañas de sensibilización como la que se realizó en julio, agosto y septiembre 2021. denominado "Setmana de la mobilitat sostenible del 16 al 22 setembre".
- Sos08: El destino afirma tener alguna estrategia o plan de adaptación al cambio climático. Actualmente está en tramitación la inscripción del Ayuntamiento en el Registro de Huella de Carbono del Ministerio de Transición Ecológica, por lo que Vinaròs cuenta con herramientas de medición de la huella de carbono. En su web se accede a una campaña de concienciación ambiental, es una iniciativa impulsada desde la Concejalía de Transición Ecológica para fomentar entre los vecinos la sostenibilidad, el cuidado, y el respeto hacia el entorno natural.

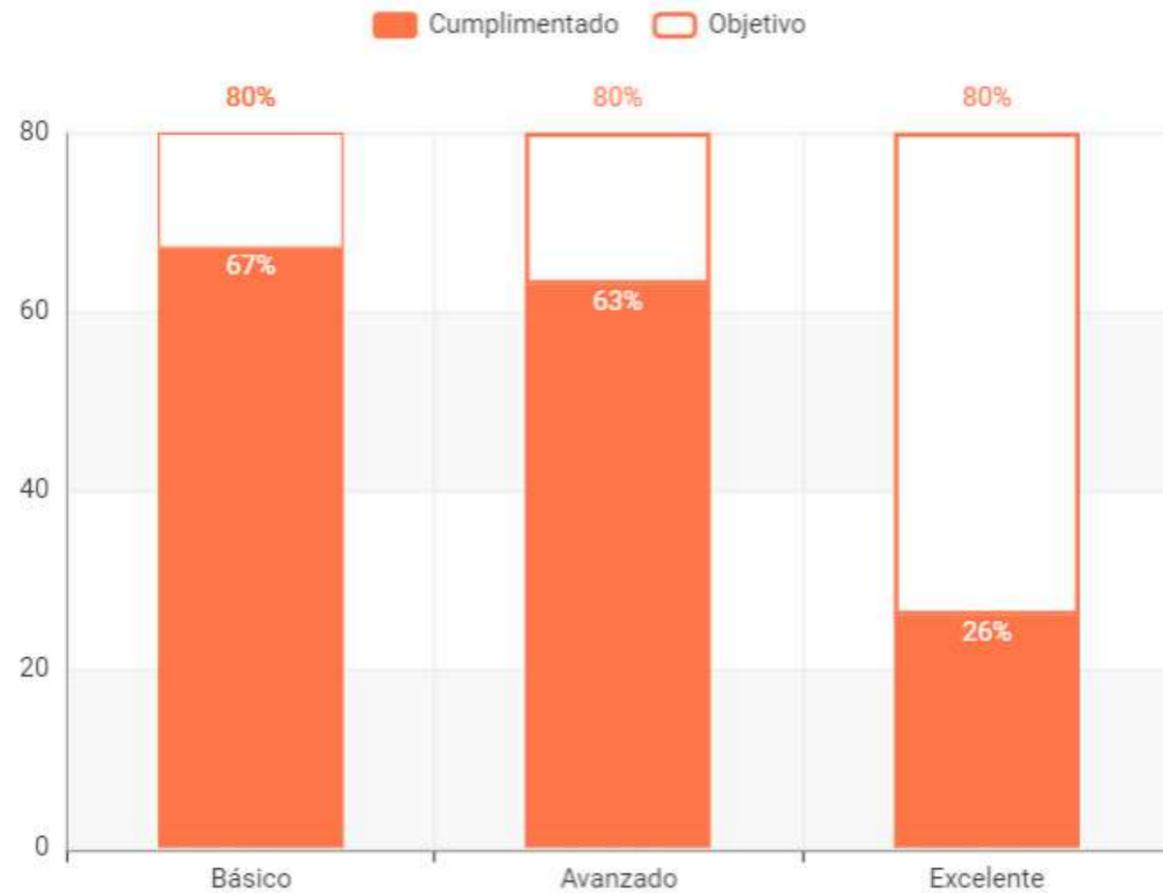
- Sos09: Vinaròs está suscrito al Código Ético del Turismo de la Comunitat Valenciana. El destino realiza acciones de difusión para su conocimiento entre el empresariado y la ciudadanía. En la web de turismo municipal aparece la campaña de difusión que se está haciendo en la anualidad 2022.
- Sos11: Se realizan acciones anuales para concienciar a la demanda turística sobre la importancia de la sostenibilidad en el turismo. El municipio justifica el indicador con una serie de campañas que fueron realizadas entre julio, agosto y septiembre de 2021.
- Sos12: El destino cuenta con instalaciones de punto de recarga eléctrica en el destino. Es una buena forma de favorecer la eficiencia y el ahorro energético. Hay 2 puntos de recarga eléctrica gratuita para parkings públicos de Vinaròs. Sos12.3 El destino también cuenta con un programa de eficiencia energética municipal.
- Sos13: Se tienen servicios de infraestructuras específicas para asegurar la atención sanitaria. El compromiso del destino por asegurar la atención sanitaria es esencial para generar seguridad al turista. Sos13.3, en la web del municipio se ofrece información especializada en COVID. Concretamente en el chatbot Joana.
- Sos14: si existen programas específicos con protocolos de actuación vinculados con la coordinación de autoridades sanitarias ante cualquier situación de posibles pandemias. Concretamente hay un Plan Territorial Municipal frente a Emergencias. En total hay 1,6 policías por 1000 habitantes en Vinaròs.



Indicadores de Sostenibilidad que Vinaròs NO cumple:

- Sos4.2: Se prevé la sensorización de la recogida de basuras en el nuevo contrato de Recogida de Residuos (Inicio previsto en octubre 2023).
- Sos5.3: Es necesario algún sistema de control de depuración y reutilización de aguas residuales.
- Sos6: Sos6.1: Desde el municipio se afirma no tener un sistema de indicadores de sostenibilidad. Desde el municipio no se tiene constancia de ninguna actualización periódica del sistema de indicadores. La medición periódica de la evolución del destino permite observar si se está yendo hacia mayores cotas de sostenibilidad. Además, el destino debe comprometerse con la mejora de la sostenibilidad a través de la apertura de datos.
- Sos8.2: No hay ningún tipo de publicación del Plan sobre el cambio climático publicado en la web.
- Sos10: Es necesario tener un cálculo sobre la presión humana máxima sobre el territorio y su evolución y el cálculo de la población flotante mensual a partir del consumo de agua y generación de residuos. Obtener la información y los datos de la capacidad oferta turística de Vinaròs optimizaría la estrategia turística del destino ya que son datos relevantes y esenciales para implantar acciones sobre el territorio con base turística.
- Sos12.2: Existían contadores inteligentes de Iberdrola, pero no se extraían los datos de los mismos para el análisis.
- Sos13: También se aconseja tener un control sobre el número de visitantes atendidos en destino por los diferentes servicios sanitarios y respecto al Covid es fundamental tener una monitorización y difusión del impacto del Covid en el destino.

ACCESIBILIDAD



El municipio de Vinaròs cumple con un total del 56% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de accesibilidad.

Indicadores básicos: 67%

Avanzado: 63%

Excelente: 26%

Accesibilidad: el modelo DTI-CV plantea un horizonte en el que los destinos sean consumibles por todo el mundo, por lo que se requiere un gran esfuerzo en materia de adaptación de recursos turísticos y de uso de canales de promoción igualmente adaptados bajo pautas de accesibilidad turística. Aquí se muestran los datos de Vinaròs respecto al ámbito de accesibilidad.





Indicadores que SÍ se cumplen:

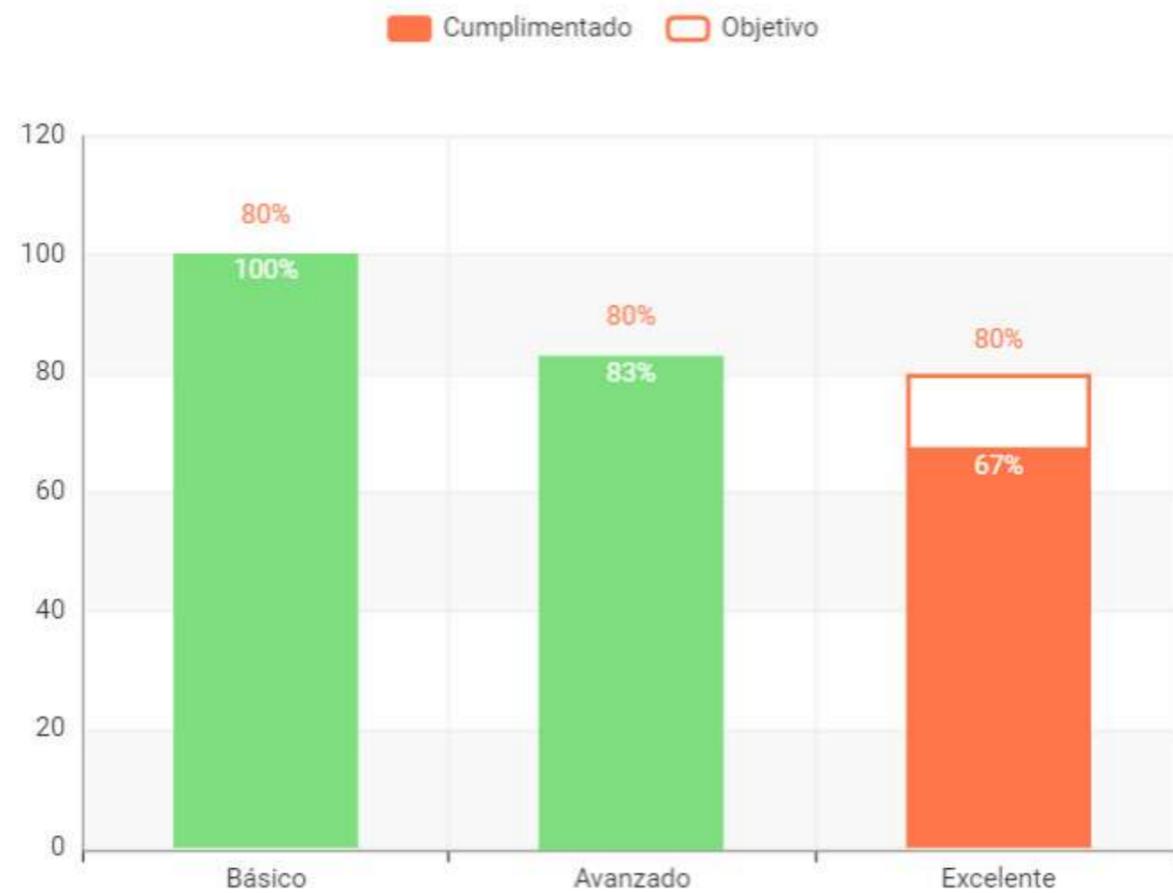
- Acc01: Se cuenta con adaptación a la accesibilidad de recursos y rutas como playa del Fortí y la playa del Clot, además de otras calas y playas del municipio que cuentan con rampas o condiciones que la hacen accesible. En la web se explica que la playa del Fortí y la playa del Clot, situadas junto al centro urbano, son accesibles para personas con movilidad reducida. Otras calas y playas del municipio cuentan con rampas acondicionadas que mejoran su accesibilidad.
- Acc02: Según el municipio se cuenta con una oficina de información turística adaptada en su zona interior. La oficina está distinguida con la Q de calidad y esta norma obliga a que sea accesible. El documento que lo atestigua es la ficha básica informativa de accesibilidad para servicios de oficinas de información turística. El personal de la oficina de información turística cuenta con formación específica en accesibilidad.
- Acc4.4: El destino ha previsto hacer una actualización del Plan de Accesibilidad del municipio, para adaptarlo a la normativa actual y hacer de Vinaròs una ciudad mucho más accesible para los vecinos.
- Acc04: Existe una guía online de accesibilidad turística del municipio y otras zonas de algunos destinos. Se dispone de material promocional adaptado como audioguías en su propia página web. Vinaròs se posiciona con el turismo accesible porque desde su página web se informa que tratan de reforzar su oferta turística con señalización inteligente e inclusiva.
- Acc06: Vinaròs tiene un plan de accesibilidad actualizado con acciones que se llevan a la práctica. También cuenta con un inventario de accesibilidad del destino disponible en su web.
- Acc07: El municipio desarrolla iniciativas de mejora de la accesibilidad a través de herramientas tecnológicas.

Indicadores que NO se cumplen:

- Acc03: Es recomendable tener un portal web turístico accesible, el grado de adaptación de la web del destino a los requisitos del protocolo WCAG 2.0 es necesario para tener correcto el indicador.
- Acc05: Sería recomendable conocer el porcentaje de plazas accesibles de transporte público y así conocer el grado de accesibilidad de transporte público en destino.



INNOVACIÓN

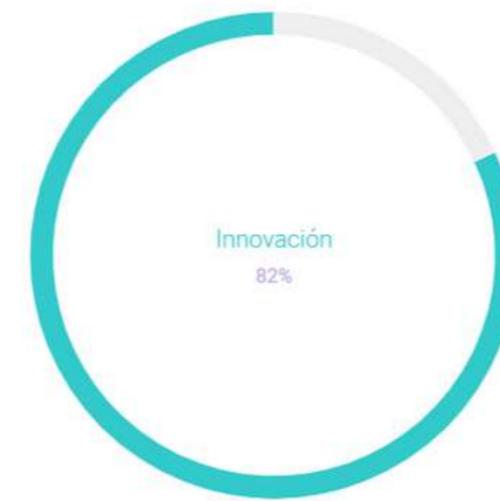


El municipio de Vinaròs cumple con un total del 82% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de Innovación.

Indicadores básicos: 100%

Avanzado: 83%

Excelente: 67%





Los indicadores correspondientes a Innovación que SÍ cumple el destino son los siguientes:

- Inn01: El municipio prevé la realización del concurso Vinaròs Innova. En cuanto a cursos de formación se ha realizado en 2020 el programa Vinaròs Digitalitza't Plus. Sería aconsejable fomentar la innovación turística con premios. L.A 9.4 EDUSI se prevé la realización de un concurso Vinaròs Innova, que reconozca la implantación de procesos innovadores en empresas del territorio. Asimismo, se prevé la realización de un programa integral de acompañamiento y tutorización de proyectos emprendedores.
- Inn1.5: El centro de conocimiento Vinalab dispone de espacio de coworking y despachos para alojamiento de empresas. Se prevé la realización de un programa de incubación y lanzamiento de las empresas y proyectos alojados.
- Inn2.1: Hay distintas empresas turísticas que cuentan con sistemas de gestión de innovación, entre ellos destacar Estudios RH Vinaròs que dispone de la norma UNE Norma UNE 182001:2008. El hotel RH Vinaròs Aura también dispone de Norma UNE 182001:2008. La Tourist Info de Vinaròs cuenta con UNE-ISO 14785:2015.
- Inn3.1: El ayuntamiento firmó en el año 2020 un convenio de colaboración con Distrito Digital (no específico de sector turismo). También se está trabajando desde el departamento de informática en la incorporación del municipio en la Red Impulso. Indicar, además, aunque no es motivo de evaluación en este indicador, que el destino pertenece a la red DTI-CV donde ha alcanzado el nivel máximo y a la red nacional de SEGITTUR. En ambas redes el destino participa en los diferentes foros y proyectos pilotos que se le plantean desde estos dos entes.
- Inn04: en 2020 Vinaròs firmó un convenio con Distrito Digital de la CV. Se prevé que para el ejercicio de 2022-2023 acciones de networking y desayunos empresariales en los que se conecten todos estos actores: empresas, emprendedores, universidades, incubadoras, inversores, es decir, se promoverá la organización de eventos que fomenten la innovación en turismo.

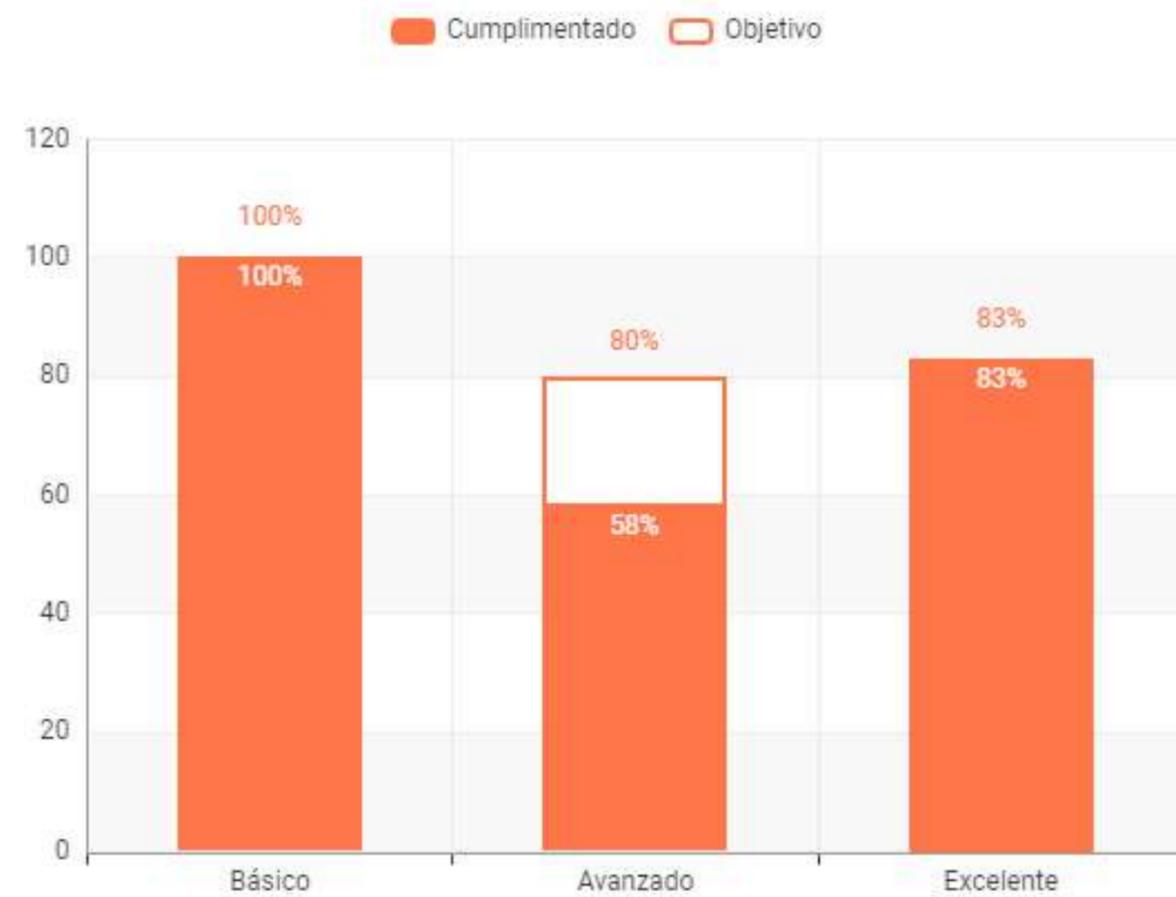
Indicadores que NO se cumplen:

- Inn05: Es necesario conocer el número de empresariado emprendedor en el municipio para poder saber si se cumple con este indicador. Es importante conocer el espíritu emprendedor del destino y la capacidad de crear y mantener empresas a lo largo del tiempo. Ha habido una disminución del número de empresas en los últimos años aunque cabe destacar la afectación de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.



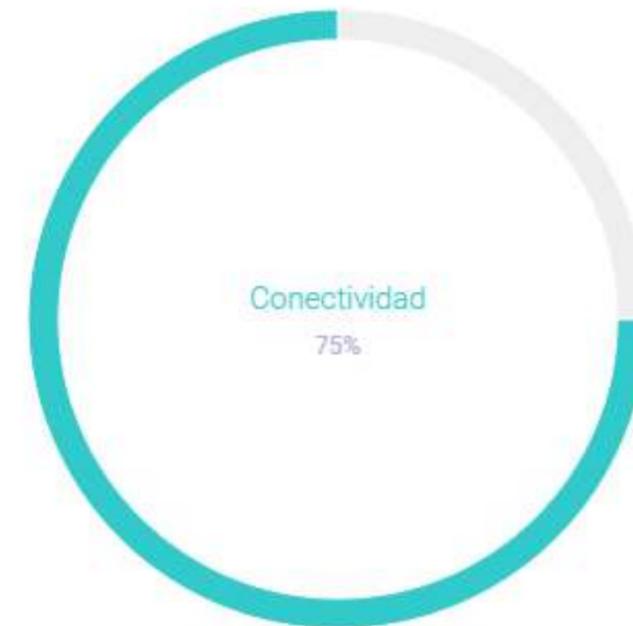
CONECTIVIDAD

Cumplimiento de indicadores por niveles



El municipio de Vinaròs cumple con un total del 75% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de Conectividad.

Indicadores básicos: 100%
Avanzado: 58%
Excelente: 83%





Indicadores de Conectividad que SÍ se cumplen en el municipio:

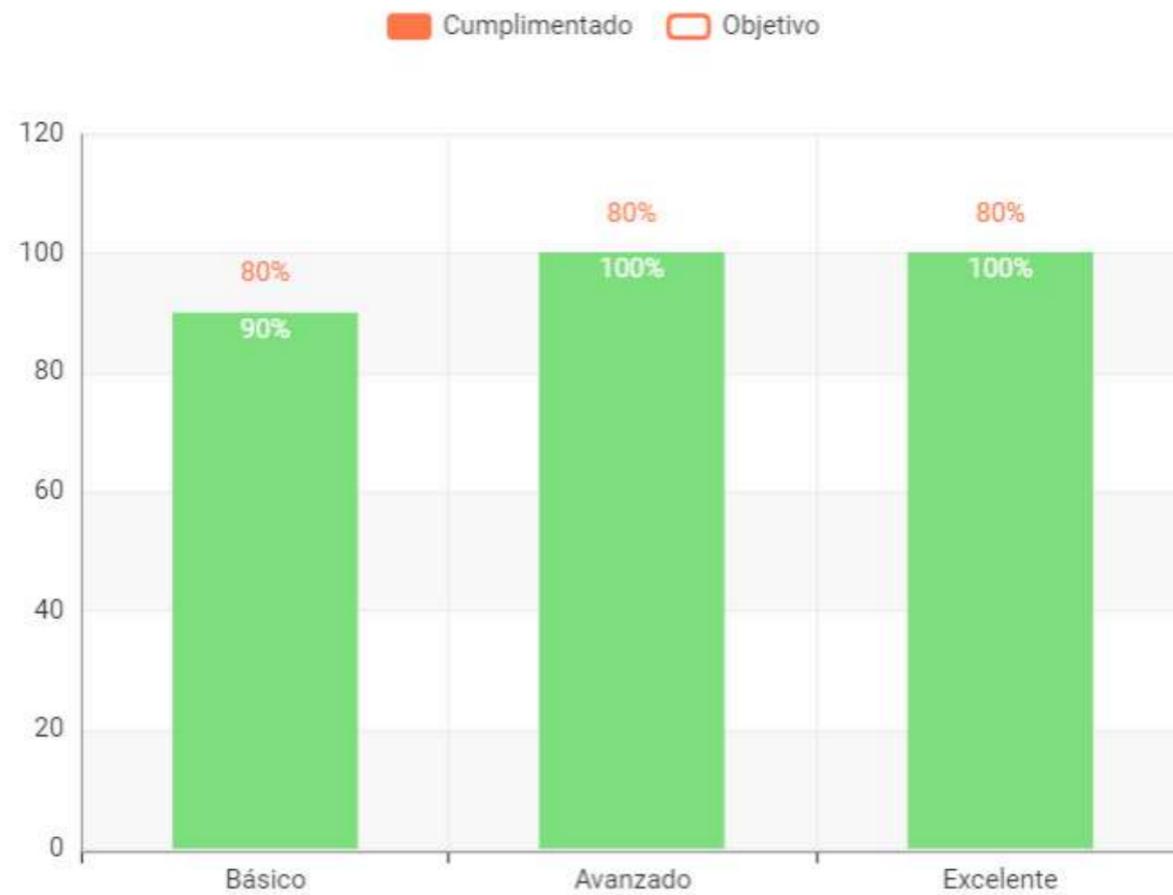
- Co01: El municipio afirma tener una cobertura del 75% 2Mb y de 10MB.
- Co02: Vinaròs posee wifi en la oficina de información turística.
- Co03: La red WIFI4EU está disponible en el paseo marítimo o las plazas de Sant Antoni, Sant Agustí, plaza del ayuntamiento, plaza de la Mera.
- Co04.1: Sería necesario algún documento que justifique que el 95% de los alojamientos dispone de wifi para los clientes.
- Co05.1: Ciertamente el municipio cuenta con estación meteorológica, calidad del aire, calidad del agua, consumo energético alumbrado, contaminación acústica. En plazas y playas se cuenta con esta tecnología.
- Co05.2 y 5.3: El municipio cuenta con Cámaras de tráfico con lectura de matrículas LPR, y sensor de conteo personas Wifi/bluetooth en la oficina de turismo. También existen Cámaras de tráfico con lectura de matrículas LPR y visualización a tiempo real en el videowall de la policía local.
- Co06.3: Disponen de aplicación de conteo de aforo en playas.

Indicadores que NO se cumplen:

- Co04.2: Se desconoce el porcentaje de restaurantes que cuentan con wifi. Cabe destacar que al menos el 70% de empresas de restauración cuentan con conexión a internet gratuita para sus clientes.
- Co06.1: Es aconsejable que el destino apueste por el contact-less para facilitar la reserva y adquisición de productos y servicios turísticos. Asimismo, es necesario que el destino cuente con la posibilidad de monitorizar flujos turísticos en destino (sistemas de información y gestión de los movimientos de peatones y cálculo de flujos turísticos).

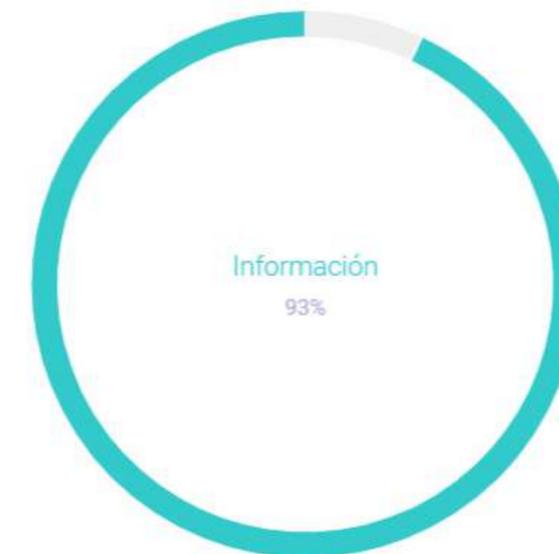


INFORMACIÓN



El municipio de Vinaròs cumple con un total del 93% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de Información.

Indicadores básicos: 90%
Avanzado: 100%
Excelente: 100%





Indicadores de Información que SÍ se cumplen en el municipio:

- Inf01: En la web de turismo existe una zona de descargas de folletos y en 5 idiomas. En la web hay una guía turística en inglés, además se dispone de folletos en idiomas por temáticas (gastronómico, familiar etc...)
- Inf02: El municipio cuenta con punto de información turística 24 horas en las Tourist Info, mediante códigos QR colocados en la entrada de las Tourist Info se puede acceder a todos los contenidos digitales por temáticas. Igualmente existe un chat turístico inserto en la web de turismo (Joana) que atiende 24 horas del día.
- Inf03: En la web turística no disponen de herramientas como WhatsApp o Telegram, en cambio sí disponen de chatbot 24 horas y de todas sus RRSS: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube. Además de email y teléfono, por ello si se da válido el indicador. Disponen de chatbot 24 horas llamada Joana y RRSS: como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.
- Inf04: La web corporativa de turismo se adapta para visionado en distintos dispositivos.
- Inf05: El municipio cuenta con un control mediante cuadro de mando compartido, aunque el servicio se encuentra externalizado.
- Inf06: La oficina de turismo posee el distintivo de certificación Q de manera ininterrumpida desde la anualidad 2008. Se dispone del certificado que lo acredita.
- Inf07: Vinaròs dispone de información geocalizada y de Geoportal, se comunica a través de su web, redes sociales y otros soportes. Es importante el uso de canales online para informar al visitante de la existencia de los principales puntos de acceso Wifi del destino.

- Inf07.2: Hay distintos puntos habilitados donde existe señalización que informa a residentes y visitantes sobre disponibilidad de red wifi pública.
- Inf08.1: Vinaròs tiene señalización turística para realizar recorridos monumentales por el centro histórico que se apoya de códigos QR. Existen pictogramas y otras herramientas.
- Inf08.3: Vinaròs ha reforzado su oferta turística con señalización inteligente e inclusiva.

Indicadores de Información que NO se cumplen en el municipio:

- Inf03.2: No disponen de herramientas sobre videoconferencia. Sería aconsejable el uso de herramientas como Google Meet, Zoom para realizar atención al turista.

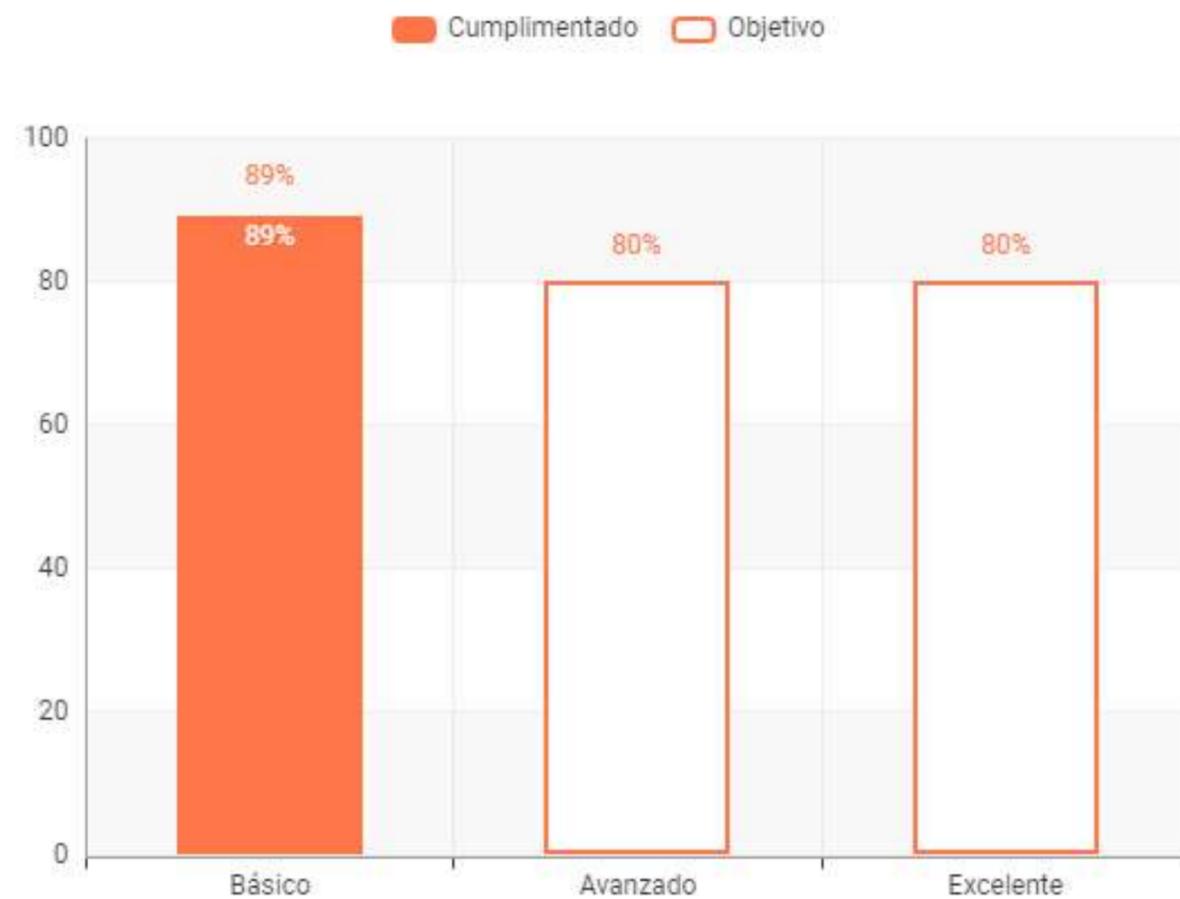


MARKETING ONLINE

El municipio de Vinaròs cumple con un total del 76% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de marketing online.

Indicadores básicos: 89%
Avanzado: 0%
Excelente: 0%

Cumplimiento de indicadores por niveles





Indicadores de Marketing Online que Vinaròs SÍ cumple:

- Mo01: Hay un análisis sobre la evolución de la web y redes sociales del destino con Google Analytics de forma trimestral. También, de manera periódica se realiza un control permanente de la evolución de la web y las redes sociales del destino aunque es necesario que el destino aporte algún documento que justifique el indicador 1.2, el informe debe incluir los resultados de analítica web: nº visitantes web (nuevos y repetidos), momento visita, duración, páginas vistas, tiempo que pasan en la web, país de origen de las entradas, tiempos de carga, conversión en caso de venta de algún producto o servicio. // Análisis básico de medios sociales: Nº likes, seguidores, número de comentarios, cambio en seguidores, actividad en generación de contenido, etc
- Mo02.: Existe un Social Media Plan que actualiza de manera anual el desarrollo de las acciones del destino en medios sociales. El destino debe justificar la existencia de una operativa de gestión de la presencia del destino en medios sociales.
- Mo03: Disponen de web en 5 idiomas, con chatbot de atención inclusiva. Al realizar una búsqueda de “Vinaròs Turismo” se observa que es la primera opción, está bien posicionado. Además, la URL del destino tiene el nombre del destino. La web se actualiza semanalmente con noticias de actualidad y la agenda de actividades. Asimismo, en la web están enlazadas las distintas redes sociales que posee el destino (Facebook, Instagram, WhatsApp y Youtube).
- Mo04.1: Hay acciones de SEM y publicidad a través de Facebook Ads.
- Mo04.3: Vinaròs ha realizado campañas publicitarias. No obstante, el resultado del indicador debe justificarse con informes de las acciones de publicidad en Facebook.
- Mo5.2: El Plan Social Media establece que haya una atención por redes sociales de 24 horas.

- Mo6.1: El municipio cuenta con un Plan de Marketing General para el período 2017-2021.
- Mo6.2, 6.3: El municipio tiene un Plan de Marketing General y se afirma que hay otro Plan con acciones o estrategias online para el destino en consonancia con la estrategia del marketing general.

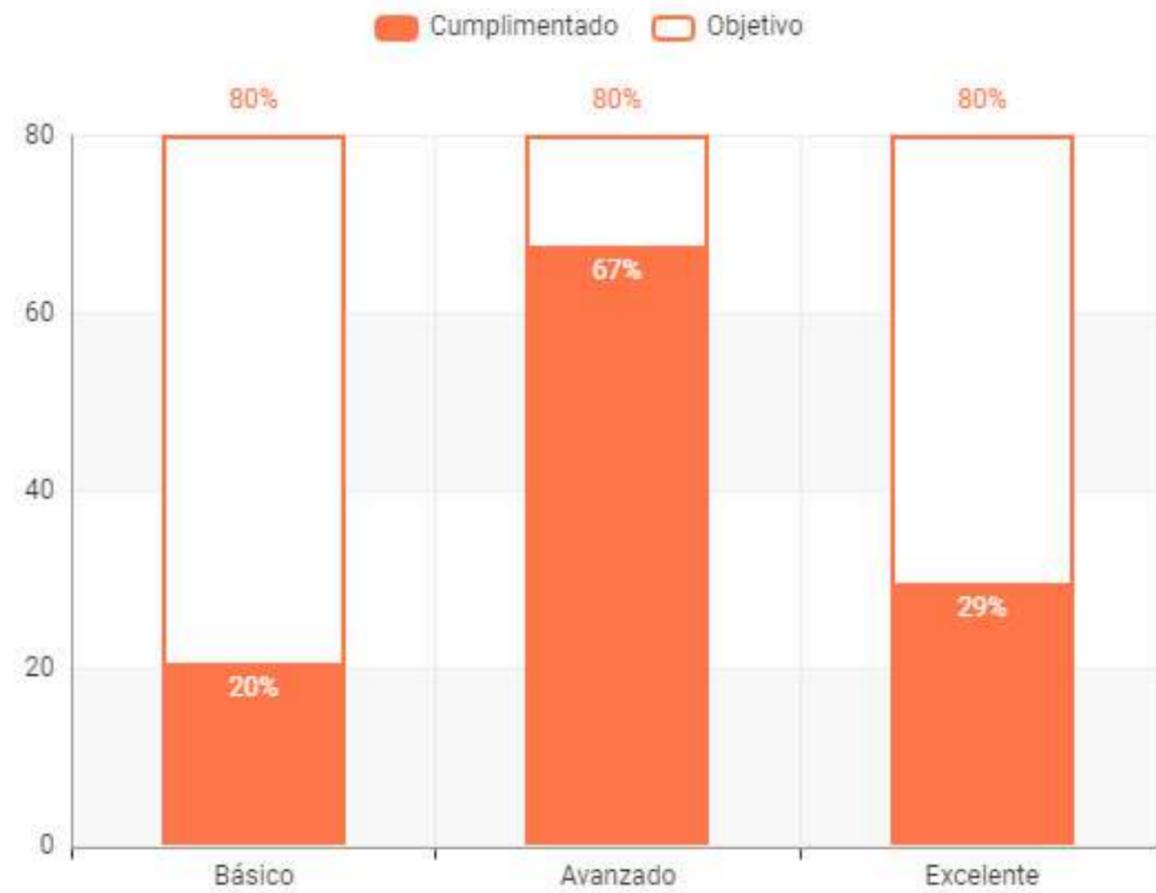
Indicadores de Marketing Online que Vinaròs NO cumple:

- Mo04.2: No hay una medición de la inversión en SEM, es necesario analizar el impacto de la inversión realizada en SEM para obtener análisis del trabajo realizado.
- Mo05.1: No se cuenta con ninguna suscripción del newsletter del destino. Es aconsejable la existencia de un canal que conecte el destino con el visitante para acercar contenidos preferentes.
- 5.4: Existe una herramienta de recomendación de actividades y experiencias del destino. No hay promoción trimestral por mail. Un lanzamiento de mailing o newsletter con alguna oferta, descuento, promoción o novedad captaría más la atención del residente y turista de Vinaròs.
- Mo6.4: No hay colaboración con empresas en el desarrollo de las acciones del Plan de Marketing.
- Mo07.1: No hay herramientas de medición de reputación online del destino, sería adecuado para ver el avance del destino y la imagen que se tiene a nivel online.

INTELIGENCIA

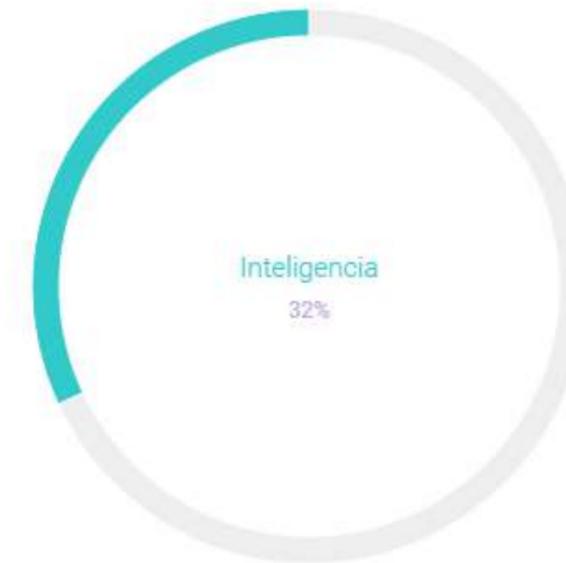


Cumplimiento de indicadores por niveles



El municipio de Vinaròs cumple con un total del 32% de todos los indicadores correspondientes al ámbito de marketing online.

Indicadores básicos: 20%
Avanzado: 67%
Excelente: 29%





Indicadores de Inteligencia que Vinaròs SÍ cumple:

- Int5.1 y 5.2: El ayuntamiento de Vinaròs tiene contratada empresa que dinamiza las redes sociales.
- Int8.1: Se encuentran recursos geolocalizados en la web del Geoportal de Vinaròs.
- Int9.1: No se encuentra información de alguna app de destino que permita la obtención de datos relevantes para la gestión turística. El destino debería mejorar en la capacidad de generar información cualitativa sobre el visitante para la toma de decisiones de gestión del destino.
- Int10.1: Vinaròs tiene una estrategia de Ciberseguridad (CPD con certificado ENS Alto. Auditorías de seguridad internas y externas periódicas).
- Int12.1: Disponen de una plataforma IoT con información de sensores a tiempo real (meteorología, calidad agua/aire, ruido, parkings y alumbrado).

Indicadores de Inteligencia que Vinaròs NO cumple:

- Int1.1: No hay encuestación a la demanda turística, más allá de la que se realiza en Tourist Info Vinaròs, siendo esta una información importante para el destino.
- Int2.1 y 2.2: No hay encuestas de ocupación. La existencia de un barómetro empresarial, previsión de actividad etc... es una información que define la situación de la actividad turística en el destino.
- Int3.1: Había un informe anual de visitas y uso de la web turística municipal pero no está disponible el informe en la web turística municipal ni se difundió.
- Int4.1: No existe un sistema para la integración de datos (SID). Tener un sistema de datos es una gran fuente de información que genera conocimiento y facilita la toma de decisiones.
- Int6.1 y 6.2: Vinaròs no tiene un espacio web municipal de datos abiertos en turismo. El compromiso del destino por la apertura de datos como herramienta de transparencia y fomento de la innovación turística es clave.
- Int7.1: No se dispone de inventario dinámico de recursos. Vinaròs debe abordar la realización de dicho inventario.
- 11.2: El destino está trabajando en el uso de tecnologías para la transformación de datos y análisis de la información. Disponen de captación automática de datos del visitante vía Wifi cautiva, Apps, web pero no generan información cualitativa.



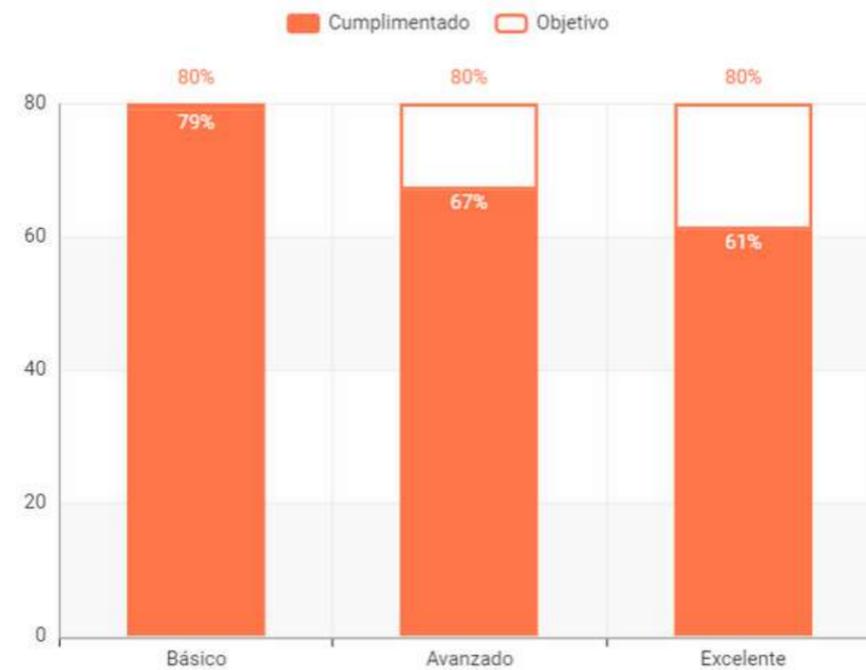
Resultados de los indicadores en el municipio de Vinaròs

Accesibilidad: 56% de indicadores cumplidos
 Conectividad: 75 % de indicadores cumplidos
 Innovación: 82 % de indicadores cumplidos
 Inteligencia: 32 % de indicadores cumplidos
 Gobernanza: 90% de indicadores cumplidos
 Marketing Online: 76% de indicadores cumplidos
 Información: 93% de indicadores cumplidos
 Sostenibilidad: 65% de indicadores cumplidos

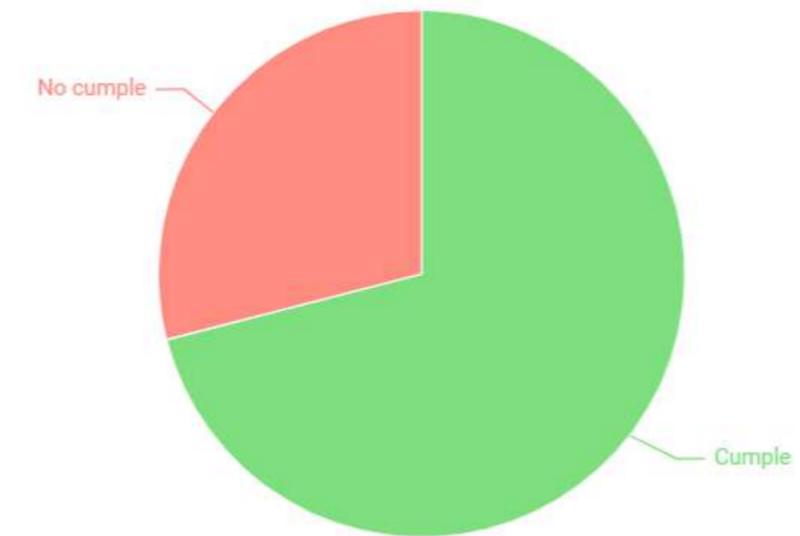


Se cumplen el 71% de los indicadores
 No se cumplen el 29% de los indicadores

Cumplimiento de indicadores por niveles



■ Cumple
■ No cumple



EJE 1. GOBERNANZA

ESTRUCTURAS ORGÁNICAS

1. Creación comisión interdepartamental.
2. Impulso del Consell de Turisme como órgano participativo en la ejecución del plan estratégico.

ESTRUCTURAS DE MEDICIÓN

3. Desarrollo de 3 acciones por año para la promoción turística de Vinaròs.

EJE 3. ACCESIBILIDAD

ACCESIBILIDAD VIRTUAL

11. Adaptación web turística a la norma UNE 139803.
12. Virtualización recursos turísticos.

TRANSPORTE ACCESIBLE

13. Mejora del grado de accesibilidad del transporte público.

PLANIFICACIÓN

14. Accesibilidad recursos turísticos (turismo accesible).

EJE 2. SOSTENIBILIDAD

MEJORA AMBIENTAL

4. Implantación sistema de control y plan de recogida de residuos.
5. Implantación sistema de monitorización y uso del agua.
6. Implantación sistema de indicadores de sostenibilidad.
7. Redacción Plan para mitigar el cambio climático.

MEJORA MOVILIDAD

8. Implantación sistemas de control y cálculo presión humana en el territorio.
9. Fomento de la movilidad sostenible.

SEGURIDAD CIUDADANA

10. Implantación sistemas de monitorización y gestión impacto COVID.

EJE 4. INNOVACIÓN

EMPRENDIMIENTO

15. Creación certámenes de premios a iniciativas de emprendimiento del sector turístico.
16. Programa de difusión ayudas y subvenciones sector turístico para empresas y emprendedores.

EJES ESTRATÉGICOS

EJE 5. CONECTIVIDAD

SISTEMAS DE CONECTIVIDAD

17. Implantación sistemas de sensorización en el territorio: espacios naturales y recursos turísticos.
18. Mejora de la conectividad en el destino, implantación zonas WIFI gratuitas en recursos turísticos.

EJE 6. INFORMACIÓN

SISTEMAS DE INFORMACIÓN

19. Redacción guía de recursos turísticos accesibles.
20. Digitalización servicios de atención turística.

EJE 7. INTELIGENCIA

INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE DATOS

21. Desarrollo e implementación sistemas de inteligencia turística.
22. Generación de plataforma de macrodatos en abierto.
23. Creación de inventario dinámico de recursos turísticos.

EJE 8. MARKETING ONLINE

ANÁLISIS Y MEDICIÓN WEB

24. Puesta en marcha y monitorización de acciones SEM.
25. Implantación herramienta para monitorizar la reputación online de Vinaròs.

PROMOCIÓN

26. Desarrollo e implantación de un sistema de CRM turístico.
27. Desarrollo plan de Marketing participativo.

EJE 9. PRODUCTOS TURÍSTICOS

TRADICIONALES

28. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo familiar.
29. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo sol y playa.
30. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo gastronómico.

DIFERENCIADORES

31. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo cultural y patrimonial.
32. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo de ocio y fiestas.
33. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo natural.

EMERGENTES

34. Desplegar un plan de desarrollo del segmento cicloturismo.
35. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo de compras.
36. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo náutico.
37. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo senior.
38. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo.



6.2 ACCIONES

01. Creación comisión interdepartamental

Justificación de la actuación

Tal y como ha salido reflejado en el autodiagnóstico de Vinaròs, se debe abordar la creación de una comisión interdepartamental compuesta por los principales departamentos del ayuntamiento que permita trabajar a la organización en proyectos transversales de manera coordinada.

En la implantación del modelo DTI-CV se incide en la importancia de tener una visión global de los proyectos puestos en marcha por el destino que, en la mayoría de las ocasiones, implica la participación de diferentes departamentos de la administración local.

En el actual escenario post-COVID, con la aparición de líneas de subvención, a través de fondos europeos, que buscan la puesta en marcha de actuaciones que vertebran el territorio, se hace imprescindible la participación de todos los departamentos del ayuntamiento para una correcta ejecución de los hitos marcados en las memorias de estos fondos Next Generation.

Objetivos de la actuación

a) Creación de la comisión interdepartamental que se encargue de la puesta en marcha de una oficina técnica de gestión de proyectos tanto en el ámbito turístico (principalmente DTI y PSTD) y proyectos transversales (Fondos europeos).

b) La coordinación entre las áreas de gobierno dentro de la administración local de Vinaròs.

Todas las áreas que con competencias directas e indirectas en turismo, representadas por sus técnicos responsables. Las áreas que a priori deberían formar parte son: Turismo, Urbanismo, Medio Ambiente, Nuevas Tecnologías / Informática, Promoción económica / ADL y, dependiendo del destino, Patrimonio / Cultura y/o Playas.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022

● Indicadores propuestos

- N.º de asistentes
- N.º de hitos conseguidos
- N.º de proyectos ejecutados
- N.º de reuniones
- N.º de propuestas
- N.º de acuerdos firmados

ODS vinculados



manual de accesibilidad de Invattur:

https://invattur.es/uploads/entorno_37/ficheros/626926046c9a16811256.pdf

6.2 ACCIONES

02. Impulso del Consell de Turisme como órgano participativo en la ejecución del plan estratégico de turismo

Justificación de la actuación

La estrategia turística debe ir dirigida con una estrecha colaboración entre agentes públicos y privados. La reciente creación del Consell de Turisme ofrece la oportunidad de encomendar tareas de seguimiento y mejora de las acciones definidas en el plan estratégico.

En el ámbito de las políticas públicas, es imprescindible fomentar la participación de todos los agentes que intervienen en el destino para definir acciones conjuntas que mejoren no sólo la experiencia del visitante, sino también la calidad de vida de los residentes y se adecuan a un entorno cambiante como el actual.

Objetivos de la actuación

- a) La coordinación entre los diferentes agentes del destino (administraciones, tejido empresarial, residentes y visitantes).
- b) Participación de agentes públicos y privados del destino de Vinaròs a través del ente mixto.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022

● Indicadores propuestos

- N.º de reuniones
- N.º de propuestas
- N.º de acuerdos firmados
- N.º de asistentes

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

03. Desarrollo de 3 acciones por año para la promoción turística de Vinaròs

Justificación de la actuación

Un destino turístico inteligente debe al menos medir como mínimo 3 acciones de promoción. Deben ser medidas en cuanto a su retorno de visualizaciones, feedback con los residentes y turistas, opiniones, es decir, es adecuado y óptimo tener datos de las campañas y así comprobar si las acciones de promoción están siendo las correctas para el destino o en cambio hay que realizar modificaciones. Esto resulta muy beneficioso para implantar estrategias de promoción de cara al futuro.

Objetivos de la actuación

- Conocer las opiniones de turistas y residentes sobre las campañas de promoción.
- Que el destino conozca si las acciones de promoción están siendo acordes en cuanto a impacto (visualizaciones, opiniones, likes en redes sociales).
- Analizar si se deben seguir las estrategias de promoción o en cambio se deben de cambiar o realizar algunos ajustes para el futuro.
- Comprobar si las campañas de promoción están acordes al posicionamiento buscado que se pretende tener del municipio.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: medio

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de visualizaciones por RRSS sobre las distintas campañas.
- N.º de me gustas en las distintas RRSS.
- Encuestas de satisfacción.

ODS vinculados



- N.º de acciones de promoción en un año.
- N.º de plataformas donde se promocionan dichas acciones.

6.2 ACCIONES

04. Implantación sistema de control y plan de recogida de residuos

Justificación de la actuación

Vinaròs debe recoger datos y trabajar estos indicadores para convertir su municipio en un destino turístico sostenible. La gestión de residuos permite tener información para realizar y a su vez tener un control sobre residuos generados, mejora de tratamiento de residuos, eficiencia en la recogida.

Objetivos de la actuación

- Mejorar el tratamiento de residuos y mejorar la eficiencia de la recogida.
- Calcular la población flotante a partir de la gestión de residuos.

● Principales interesados Área de turismo, Alcaldía, Medio Ambiente.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio/ alto

● Plazo temporal: 2023 a 2024

● Indicadores propuestos

- Tn de residuos segregados gestionados mensualmente.
- Nº de sensores instalados

● Buenas prácticas <https://smartcity.valencia.es/proyecto-piloto-smart-city-contenedores-inteligentes-vidrio-envases-valencia/>
<https://tomorrow.city/a/caso-de-exito-los-contenedores-inteligentes-de-seul>

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

05. Implantación sistema de monitorización y uso de agua

Justificación de la actuación

Se debe trabajar sobre la eficiencia en el suministro y el incremento en la depuración y reutilización de aguas.

Objetivos de la actuación

- Reducir el porcentaje de pérdidas en red respecto al año anterior.
- Calcular la población flotante a partir del agua consumida.
- Aumentar el volumen de agua depurada respecto al año anterior.
- Aumentar el volumen de agua reutilizada.
- Mejora de las condiciones de la red de abastecimiento de agua potable mediante el reemplazo de ciertas secciones por fases.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio/ alto

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Porcentaje de litros de agua reducidos de forma trimestral comparándolos con el año anterior

● Buenas prácticas

https://www.mutua.es/blog/educacion/consumo-de-agua-gandia_post/
<https://www.hidraqua.es/-/laura-gascon-cullera-ha-reducido-su-consumo-de-agua-en-un-40-gracias-a-la-digitalizacion-pese-a-que-la-afluencia-turistica-se-ha-incrementado->

ODS vinculados



- Litros de agua de la población flotante sobre agua consumida de forma trimestral
- Litros de agua depurada/ litros de agua reutilizada de manera trimestral
- Consumo de agua por meses

6.2 ACCIONES

06. Implantación sistema de indicadores de sostenibilidad

Justificación de la actuación

Se debe implantar un sistema de indicadores de sostenibilidad con actualización periódica para tener información esencial para tener una visión sostenible de planificación estratégica y operativa en el destino. El destino debe dirigirse hacia cotas de sostenibilidad cada vez mayores.

Objetivos de la actuación

- Medir de forma periódica la evolución de Vinaròs hacia mayores cotas de sostenibilidad.
- Cumplimiento indicadores sostenibilidad modelo DTI INVATTUR.
- Cumplimiento 100 recomendaciones ODS, según lo indicado en el punto 4.7.

● Principales interesados Área de Turismo, Alcaldía, Medio Ambiente

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio/ bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º Indicadores
- Encuesta de satisfacción

● Buenas prácticas

https://www.mutua.es/blog/educacion/consumo-de-agua-gandia_post/
<https://www.hidraqua.es/-/laura-gascon-cullera-ha-reducido-su-consumo-de-agua-en-un-40-gracias-a-la-digitalizacion-pese-a-que-la-afluencia-turistica-se-ha-incrementado->

ODS vinculados



- Modelo de indicadores DTI INVATTUR
- 100 recomendaciones ODS TCV

6.2 ACCIONES

07. Redacción Plan para mitigar el cambio climático

Justificación de la actuación

Trabajar en base a la Agenda 2030 y en concreto en un plan que vincule al municipio de Vinaròs con el fin de favorecer el medio ambiente y mitigar el cambio climático.

Objetivos de la actuación

- a) Conservar la biodiversidad y el entorno paisajístico hacia capas más sostenibles
- b) Trabajar las recomendaciones ODS para prevenir el cambio climático
- c) Adaptar el municipio al cambio climático, desarrollo de infraestructuras verdes, plan estratégico con participación público-privada y acciones concretas en plazos determinados.
- d) Promocionar dicho plan en la web del municipio con el objetivo de tener opiniones de usuarios y de nuevas acciones para mitigar el cambio climático.
- e) Publicación del plan en web corporativ

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de miembros participantes en el plan
- N.º de acciones
- N.º de indicadores definidos

- N.º de reuniones
- N.º de acuerdos firmados
- N.º de publicaciones en web

● Buenas prácticas

<https://es.slideshare.net/invattur/manual-adaptacin-destinos-turisticos-al-cambio-climtico>

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

08. Implantación sistemas de control y cálculo de la presión humana en el territorio

Justificación de la actuación

Con esta acción se pretende realizar una mejora de la movilidad. Es interesante conocer la presión humana máxima sobre el territorio y su evolución. Obtener la información y los datos de la capacidad oferta turística de Vinaròs optimizaría la estrategia turística del destino ya que son datos relevantes y esenciales para implantar acciones sobre el territorio con base turística. El Índice de la presión humana estima la carga demográfica real que soporta un territorio en un período determinado. El conocimiento de la carga de demográfica real ayuda a una correcta planificación y gestión de aquellos recursos dedicados a satisfacer las necesidades sociales de su población.

Objetivos de la actuación

- Conocer la presión humana máxima de Vinaròs para realizar una correcta planificación y gestión del destino
- Conocer la capacidad oferta turística y adaptarla en función de la presión humana del territorio
- Obtener el cálculo de la presión humana máxima sumando la capacidad de la oferta residencial y turística en todas las modalidades de alojamiento

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo

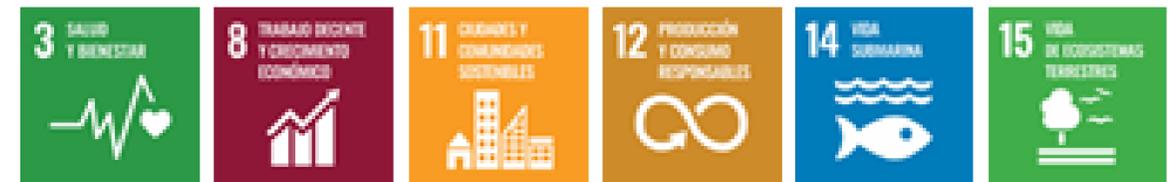
● Plazo temporal: 2022 a 2025

- N.º de personas en el mes de mayor afluencia de visitantes
- N.º de habitaciones hoteleras en todo el territorio de Vinaròs.
- N.º de hoteles y apartamentos turísticos

● Indicadores propuestos

● Fórmulas y webs de referencia para obtención del dato

ODS vinculados



<https://www.euskadi.eus/eusko-jaurjaritza/berrikuntza-publikoa-administrazioaren-hobekuntza/-/2019/indicadores-de-presion-turistica-recoger-y-preparar-los-datos/>
Fórmula indicadores Invattur:

- Para la estimación de la población flotante mensual se extrapola el valor medio de consumo de agua y generación de residuos según los estudios de los distintos operadores
- Para el cálculo de la presión humana se suman las plazas de alojamiento y % ocupación para estimar el volumen de visitantes

6.2 ACCIONES

09. Fomento movilidad sostenible

Justificación de la actuación

Una movilidad sostenible del municipio permite dar beneficios tanto a los visitantes como a los residentes del destino, a su vez se incrementa la calidad del medioambiente urbano, se mejora las condiciones de la accesibilidad. Se mejora en un aspecto muy amplio la calidad de vida de los ciudadanos y del propio medioambiente.

Objetivos de la actuación

- a) Equilibrar los medios de transporte que concurren en el municipio dotándolo de ventajas para los ciudadanos como disminución de atascos, congestión, ruidos, contaminación atmosférica, accidentes, disminución del consumo de energías no renovables.
- b) Disminuir tiempo de los viajes, atascos, congestión y ruido.
- c) Reducir la contaminación de los CO2 a la atmósfera.
- d) Incrementar el número de plazas de aparcamientos
- e) Puesta en marcha PMUS

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

- N.º de infraestructuras de movilidad sostenible
- N.º de propuestas
- Cantidad de emisiones producidas de forma anual

● Indicadores propuestos

● Buenas prácticas

<https://www.hidraqua.es/-/benidorm-y-finestrat-promueven-la-movilidad-sostenible-a-trav%C3%A9s-de-ciclogreen-la-plataforma-premiada-durante-el-reto-dinapsis-open-challenge>

ODS vinculados



- Encuestas de satisfacción
- Kms. de carriles bici y vías verdes

6.2 ACCIONES

10. Implantación sistemas de monitorización y gestión impacto COVID

Justificación de la actuación

Aplicar de forma efectiva seguridad ciudadana en todo el municipio ofreciendo continúa información sobre el avance de la pandemia dentro del territorio. Es imprescindible que el destino aborde políticas de integración de nuevas herramientas, estrategias y parámetros de gestión que le permitan adaptarse rápidamente a este escenario tan cambiante.

Objetivos de la actuación

- a) Monitorizar de forma diaria casos positivos COVID en el municipio.
- b) Establecer estrategias y políticas de precaución en función de la cantidad de hospitalizaciones por casos COVID.
- c) Creación sección específica en la web de turismo sobre “Destino seguro”
- d) Difundir los casos COVID, hospitalizaciones e información relevante diaria sobre la pandemia en la web para que cualquier usuario pueda acceder de forma sencilla sobre los datos de la pandemia en el municipio.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

- N.º de casos diarios COVID
- Incidencia acumulada por 100.000 habitantes
- Creación espacio web “Destino Seguro”

● Indicadores propuestos

ODS vinculados



- N.º de hospitalizaciones por casos COVID
- Visualizaciones y descargas de la información de la pandemia a través de la web

● Buenas prácticas

http://www.costablanca.org/Esp/Costa_Blanca_ahora/informacion_covid19

6.2 ACCIONES

11. Adaptación web turística a la norma UNE 139803

Justificación de la actuación

La accesibilidad web tiene como objetivo lograr que las páginas web sean utilizables por el máximo número de personas, independientemente de sus conocimientos o capacidades personales en independencia de las características técnicas del equipo utilizado para acceder a la web. La web turística de Vinaròs debe ser universal, que pueda acceder cualquier persona independientemente de su discapacidad u otro problema.

Objetivos de la actuación

- Acercar la web turística de Vinaròs a personas con discapacidad
- Hacer que la vida de personas con discapacidad sea más sencilla en términos de navegación web.
- Hacer más sencillo la navegación web a usuarios como: personas de edad avanzada, usuarios afectados por circunstancias del entorno como baja iluminación, ambientes ruidosos, espacio reducido, usuarios con insuficiencia de medios que acceder a los servicios de Internet mediante equipos y conexiones con capacidades limitadas, usuarios que no dominen el idioma, aquellos de habla extranjera o con menor nivel cultural, usuarios inexpertos que presentan inseguridad frente a la utilización de diversos dispositivos electrónicos
- Aumentar el grado de adaptación de la web turística de Vinaròs a los requisitos de la norma UNE 139803

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo/ medio

● Plazo temporal: 2022 a 2023

● Indicadores propuestos

- N.º de usuarios
- Uso funcionalidades accesibilidad
- Descargas de guías accesibles
- Encuestas satisfacción
- N.º de consultas

ODS vinculados



Ejemplo de accesibilidad web
<https://www.alcoyturismo.com/>

6.2 ACCIONES

12.Virtualización recursos turísticos

Justificación de la actuación

En un municipio se valora el grado de accesibilidad a los recursos turísticos. El uso de la tecnología en un Destino Turístico Inteligente determina el grado de madurez del destino a la hora de impulsar la accesibilidad a sus recursos turísticos desde un enfoque más digital.

La implementación de tecnología para hacer más accesibles los recursos turísticos debe ser una de las acciones principales en el ámbito de la accesibilidad.

Dicha tecnología debe compatibilizar el acceso al contenido tanto desde el propio recurso turístico como a través de medios online (web, apps, etc.)

Objetivos de la actuación

- a) Número de recursos turísticos virtualizados/digitalizados (Realidad virtual, realidad aumentada, 360°).
- b) Uso de tecnologías inmersivas.
- c) Promoción y posicionamiento de los recursos turísticos.
- d) Geoposicionamiento de los recursos turísticos
- e) Creación de experiencias virtuales y teatralizadas con apoyo de la tecnología (tours virtuales, scape room, street scape,...)

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes, áreas de Medio Ambiente, Urbanismo, área de Turismo

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio/ alto

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Número de recursos virtualizados /digitalizados
- N.º de usuarios
- Nº de descargas

● Buenas prácticas

<https://lookishtg.com/noticias-turismo-app/tours-virtuales-360-y-videos-360-2021/>
<https://arvision.es/cultuar-un-nuevo-concepto-del-paradigma-del-turismo-mundial>
<https://exity.es>

ODS vinculados



- Encuestas de satisfacción
- Contabilizar N.º de personas con alguna discapacidad

6.2 ACCIONES

13. Mejora del grado de accesibilidad del transporte público a un 50%

Justificación de la actuación

En un municipio se valora el grado de accesibilidad del transporte público. Se debe tener en cuenta la accesibilidad del transporte público existente, de acuerdo con la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con discapacidad y su protocolo facultativo (ratificada por España en abril de 2008). Vinaròs debe contar con servicio de bus urbano y taxi adaptados para personas con discapacidad. Con el fin de cumplir el objetivo en los indicadores de Invattur, es necesario que al menos uno de los 2 servicios esté adaptado.

Objetivos de la actuación

- Aumentar el número de transporte urbano de Vinaròs para que sea más accesible, con un porcentaje superior a un 50%.
- Disponer de un número mínimo de taxis adaptados.
- Implantar un taller de turismo accesible en escuelas, ayuntamientos y empresas de transporte de Vinaròs para concienciar a la población.
- Disponer de un número de autobuses adaptados.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes, áreas de Medio Ambiente, Urbanismo, área de Turismo

● Nivel de prioridad: alto

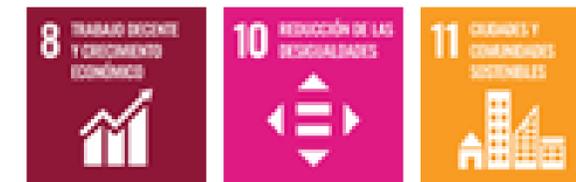
● Presupuesto: medio/ alto

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Número de buses adaptados a la accesibilidad
- N.º de taxis adaptados a la accesibilidad
- Encuestas de satisfacción
- Porcentaje de plazas accesibles
- Contabilizar N.º de personas con alguna discapacidad

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

14. Accesibilidad recursos turísticos (turismo accesible)

Justificación de la actuación

Adaptar a la accesibilidad los recursos o rutas turísticas más visitadas del destino para beneficiar a personas con movilidad reducida.

Objetivos de la actuación

- Adaptar los recursos turísticos o rutas más visitadas a un grado accesible.
- Realizar un inventario sobre la accesibilidad de los recursos turísticos de Vinaròs.
- Redactar un Plan de turismo accesible de Vinaròs, con el objetivo de la mejora de equipamientos y accesibilidad del destino.
- Diseño de rutas e itinerarios accesibles por la ciudad hacia recursos turísticos.
- Solicitud de subvenciones para la mejora de accesibilidad de los recursos turísticos.

● Principales interesados

Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2023

● Indicadores propuestos

- N.º de recursos o rutas turísticas accesibles
- N.º de propuestas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de recursos turísticos inventariados
- N.º de visitantes

ODS vinculados



https://benidorm.org/sites/default/files/documentos/plan_de_accesibilidad_turistica_de_benidorm.pdf

6.2 ACCIONES

15. Creación de certámenes de premios a iniciativas de emprendimiento del sector turístico

Justificación de la actuación

Vinaròs debe de reconocer el esfuerzo del sector turístico. en materia de emprendimiento. Es aconsejable implementar reconocimientos a los esfuerzos de aquellos emprendedores que están trabajando para mejorar el sector turístico. Los premios pueden ser diversos

Objetivos de la actuación

- Implementar reconocimientos a aquellas empresas con iniciativas para la mejora del sector turístico.
- Implementar reconocimiento a aquellos emprendedores con iniciativas para la mejora del sector turístico.
- Aumentar las iniciativas del sector turístico para la creación de nuevas ideas o empresas que aporten valor al destino.
- Creación de un certamen de premios anual para premiar a las mejores ideas de emprendedores en materia de sector turístico.
- Presentar proyectos innovadores a los Premis Turisme Comunitat Valenciana, especialmente en cualquiera de sus categorías: formación, investigación, promoción, sostenibilidad, RSC y turismo inclusivo.

● Principales interesados Ayuntamiento, alcaldía, empresariado, departamento de desarrollo local y turismo.

● Nivel de prioridad: medio

● Presupuesto: bajo/ medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de emprendedores premiados
- N.º de emprendedores participantes
- N.º de premios
- N.º de asistentes al certamen de premios

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

16. Programa de difusión ayudas y subvenciones sector turístico para empresas y emprendedores

Justificación de la actuación

Las subvenciones tienen como finalidad contribuir y apostar por el emprendimiento y por el desarrollo de modelos de negocio que ofrezcan una mejora de la competitividad y rentabilidad del sector turístico en el municipio de Vinaròs.

Objetivos de la actuación

- Facilitar el desarrollo de modelos de negocio innovadores en materia turística
- Estimulación de nuevas ideas para la mejora del sector en el municipio
- Apostar y apoyar a proyectos de emprendedores con dificultades económicas.
- Aumentar la participación del ayuntamiento en proyectos sobre innovación en turismo.

● Principales interesados

Ayuntamiento, emprendedores,
empresas, agencia de desarrollo local
y turismo.

● Nivel de prioridad: alto

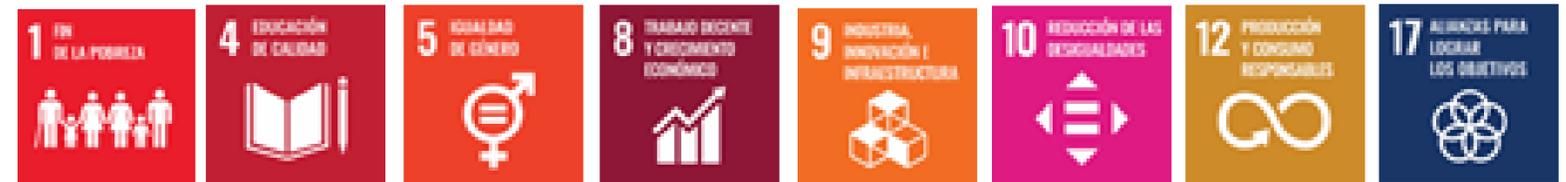
● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Cantidad de € para los emprendedores y empresas
- N.º de concursos de ideas sobre innovación turística
- N.º de cursos de formación en relación con el turismo
- N.º de empresas certificadas con sistemas de gestión de innovación.

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

17. Instalación de sensores inteligentes (control de aforo, control de flujos)

Justificación de la actuación

Vinaròs debe continuar trabajando en la implantación de sensores y tecnología con el fin de obtener una mejor gestión sobre los movimientos de peatones y cálculos de flujos turísticos. A su vez, la sensorización del territorio permitirá gestionar de manera más eficaz sus espacios naturales y los recursos turísticos de Vinaròs.

Objetivos de la actuación

- a) Gestionar grandes concentraciones de personas, eventos, fiestas y zonas turísticas muy conocidas.
- b) Evitar masificaciones
- c) Monitorizar flujos turísticos en Vinaròs.
- d) Puesta en marcha espacios naturales inteligentes
- e) Incremento actuaciones según manual Invattur en los ámbitos de playas inteligentes y espacios naturales inteligentes

● Principales interesados Áreas de Turismo, Informática y Nuevas Tecnologías.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: bajo/ medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Número de visitantes/usuarios
- N.º de intervenciones
- N.º de sensores

ODS vinculados



- Encuestas de satisfacción
- Número de zonas o recursos turísticos de Vinaròs con instalación de sensores inteligentes

6.2 ACCIONES

18. Mejora de la conectividad en el destino, implantación zonas WIFI gratuitas en recursos turísticos

Justificación de la actuación

Un destino inteligente es un destino conectado. La oferta pública y privada debe facilitar una conexión gratuita y de calidad a sus visitantes. Los establecimientos turísticos, y en especial, los de restauración, deben disponer de servicios wifi para los clientes con el objetivo de mejorar la satisfacción de los clientes.

A su vez, el propio destino debe apostar por el incremento de zonas WIFI en sus principales recursos turísticos.

Objetivos de la actuación

- Aumentar el número de restaurantes con servicios wifi del municipio de Vinaròs.
- Conocer el porcentaje de restaurantes y bares que disponen de wifi con el objetivo de alcanzar un 70% mínimo de restaurantes y bares con wifi.
- Medir la disponibilidad que tienen las empresas turísticas del municipio que ofrezcan conexión wifi gratuita.
- Creación de un listado de bares y restaurantes del municipio que tengan servicio de wifi.
- Analizar si anualmente la restauración de Vinaròs va contando cada vez más con wifi, para cumplimiento indicadores modelo DTI-CV.
- Inventario zonas WIFI gratuitas recursos turísticos
- Implantación plataforma gestión datos públicos en zonas WIFI

● Principales interesados Informática, Nuevas Tecnologías.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio/ bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de restaurantes con conexión wifi
- Porcentaje de restaurantes con wifi

● Buenas prácticas <https://www.visitbenidorm.es/ver/5757/zonas-wifi-benidorm.html>
<https://www.esmadrid.com/wifi-madrid>

ODS vinculados



- N.º de zonas wifi públicas
- Nº de usuarios
- Perfil usuarios

6.2 ACCIONES

19. Redacción guía de recursos turísticos accesibles

Justificación de la actuación

Como se ha indicado anteriormente, la accesibilidad es uno de los ámbitos clave a la hora de posicionar al municipio como un destino turístico inteligente. A las políticas de mejora de la accesibilidad, tanto física como virtual, se han de añadir campañas de difusión e información a través de guías y/o catálogos de recursos turísticos y su grado de accesibilidad, que permitirán los visitantes planificar de manera óptima la visita al destino.

Objetivos de la actuación

- Redacción guías recursos turísticos accesibles.
- Puesta en valor recursos turísticos.
- Mejora de la experiencia del visitante.
- Publicación del listado de recursos accesibles en la web turística.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, usuarios, turistas, residentes.

● Nivel de prioridad: bajo

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de recursos
- N.º de descargas de la guía

● Buenas prácticas <https://www.visitvalencia.com/valencia-accesible>

ODS vinculados



- Participación pública
- Encuesta de satisfacción

6.2 ACCIONES

20. Digitalización de servicios de atención turística

Justificación de la actuación

El destino debe adaptar su atención permanente a nuevas vías de contacto visitante- destino. Servicios como la atención vía WhastApp son imprescindibles para adaptarse a las necesidades de la demanda turística.

Objetivos de la actuación

- Disponer de una diversa atención turística permanente.
- Tener nuevas herramientas de comunicación para mejorar el servicio al usuario, residente, turista
- Implantación de servicio WhastApp de información y atención turística
- Implantación de asistentes virtuales (texto y voz)
- Implantar modelo de atención turística a través de Teams, Zoom o herramientas similares.
- Implantar sistemas de video asistencia con visitas 360º a los recursos turísticos

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, usuarios, turistas, residentes.

● Nivel de prioridad: bajo

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de consultas
- N.º de publicaciones

● Buenas prácticas <https://lariojaturismo.com/WhatsApp>
<https://videoatencion360.esmadrid.com/>

ODS vinculados



- Participación pública
- Encuesta de satisfacción

6.2 ACCIONES

21. Desarrollo e implementación sistemas de inteligencia turística

Justificación de la actuación

Es conveniente para Vinaròs un sistema de información que genere información relevante y datos que a su vez faciliten la toma de decisiones.

Objetivos de la actuación

- Generar información cuantitativa para la toma de decisiones de gestión del destino.
- Generar información cualitativa para la toma de decisiones de gestión del destino.
- Aumentar el tratamiento de datos y así generar información y conocimiento en torno a la actividad turística con el objetivo de plantear nuevas estrategias y acciones en un futuro tanto a corto, medio como largo plazo.

● Principales interesados Informática, Nuevas Tecnologías, Empresas, Ayuntamiento, Áreas de Turismo.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio/ alto

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de visitantes en destino
- Procedencia de visitantes
- Visitas a recursos turísticos

- -€ de consumo de los visitantes
- Cálculo de población flotante

ODS vinculados



● Buenas prácticas https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/home/noticia/noticia_1606477056000.html
<https://www.visitvalencia.com/sit>

6.2 ACCIONES

22. Generación de Plataforma de macrodatos en abierto

Justificación de la actuación

Junto con la acción N.º 19 se plantea un sistema de información del destino que genere información relevante que faciliten la toma de decisiones, y la publicación de datos que a su vez permitan a empresas y emprendedores mejorar sus productos o desarrollar nuevos servicios.

Objetivos de la actuación

- Generar información cualitativa para la toma de decisiones de gestión del destino.
- Aumentar el tratamiento de datos y generación de información y conocimiento en torno a la actividad turística
- Publicar datos abiertos de naturaleza turística con una puntuación mínima de 3 estrellas.
- Mejora de los productos y servicios en el destino

- Principales interesados Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes
- Nivel de prioridad: alto
- Presupuesto: medio
- Plazo temporal: 2022 a 2025
- Indicadores propuestos | • Definidos por la propia herramienta
- Buenas prácticas <https://www.visitvalencia.com/sit>

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

23. Creación de inventario dinámico de recursos turísticos

Justificación de la actuación

Disponer de un inventario dinámico de recursos turísticos que monitorice los distintos recursos del destino permite obtener información diversa tal como tipo de recurso, localización, número de turistas anuales que recibe, grado de satisfacción. Toda esta información es de gran utilidad para el destino para generar nuevas estrategias y acciones.

Objetivos de la actuación

- Generar un listado de recursos turísticos de Vinaròs que tenga información relevante tanto para el turista como para el destino: ubicación, número de turistas que recibe anualmente, grado de satisfacción.
- Facilitar la recogida de información con la finalidad de evaluar las potencialidades que posee Vinaròs y así emprender en el futuro proyectos de desarrollo turístico y garantizar la toma de decisiones.
- Elaborar fichas de inventario de recursos turísticos de Vinaròs
- Unir a las empresas turísticas del destino al inventario.

● Principales interesados

Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes,
Informática, nuevas tecnologías.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: alto

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de recursos turísticos monitorizados
- N.º de empresas turísticas en el inventario
- Encuestas de satisfacción

ODS vinculados



- N.º de visitas anuales en cada recurso turístico
- Valoración de los visitantes y residentes de cada recurso turístico

6.2 ACCIONES

24. Puesta en marcha y monitorización de acciones SEM

Justificación de la actuación

Vinaròs debe analizar el retorno de la inversión en SEM, debe analizar su impacto y así comprobar si debe continuar con las estrategias de marketing digital. La organización de las campañas promocionales, anuncios de promoción en buscadores debe ajustarse a unos objetivos mínimos para dar a conocer la marca de Vinaròs, aparición de primeros resultados del municipio en los buscadores.

Objetivos de la actuación

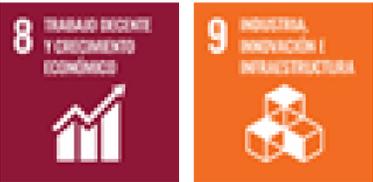
- a) Analizar el impacto/retorno de la inversión en SEM realizada por el destino.
- b) Diferenciarse de otros destinos competidores
- c) Alcanzar a más usuarios
- d) Aumentar el tráfico en la web turística de Vinaròs
- e) Posicionamiento a largo plazo
- f) Promocionar de forma más efectiva la web
- g) Aumentar la visibilidad de Vinaròs

Áreas de Turismo, Informática, Nuevas Tecnologías, Comunicación y prensa, visitantes.

- Principales interesados
- Nivel de prioridad: medio
- Presupuesto: medio/ bajo
- Plazo temporal: 2022 a 2025
- Indicadores propuestos

- Alcance
- N.º de usuarios
- Tráfico web

ODS vinculados



- Aumento de seguidores en RRSS
- Cantidad de visualizaciones
- Rendimiento de la inversión

6.2 ACCIONES

25. Implantación herramienta para monitorizar la reputación online de Vinaròs

Justificación de la actuación

Trabajar y analizar las acciones que se van realizando sobre la marca del destino con el objetivo de conocer la imagen y la calidad percibida y la diferenciación de sus productos, servicios, recursos turísticos, empresas turísticas, web turística, rrss, por parte del visitante y los usuarios hacia Vinaròs. La herramienta debe de recoger las distintas opiniones de los usuarios sobre el municipio de Vinaròs. Para monitorizar la reputación online se debe conocer a los seguidores de las rrss que dispone el destino, se debe analizar lo que opinan. Algunas herramientas para monitorizar la reputación online son las siguientes:

- Meltwalter
- Buzzmonitor
- Go Fish Digital
- Image Raider
- Synthesio
- Social Mention
- Brandwatch
- Mention
- Google Alerts

Objetivos de la actuación

- a) Medir el grado de actividad online de las RRSS de Vinaròs, web turística.
- b) Realizar informes periódicos en detalle sobre las actividades relacionadas con la marca de Vinaròs sobre la web, RRSS.
- c) Definir palabras clave relacionadas con Vinaròs.
- d) Estudiar la percepción de los usuarios que interactúan en las RRSS.
- e) Localizar nuevos clientes potenciales.
- f) Visibilizar a nivel nacional e internacional la ciudad gracias a las acciones de comunicación del destino.
- g) Comunicar de manera genérica las fortalezas de Vinaròs en su imagen de marca.

● Principales interesados

Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Encuestas de satisfacción
- N.º de seguidores en RRSS
- Visualizaciones de la web turística

ODS vinculados



- N.º de menciones de Vinaròs
- N.º de visitantes
- N.º de interacciones

● Buenas prácticas <https://optimizadata.com>

6.2 ACCIONES

26. Desarrollo e implantación de un sistema de CRM turístico

Justificación de la actuación

Si el destino de Vinaròs dispone de una herramienta de CRM tiene más posibilidades de conectar con el visitante, favoreciendo contenidos preferentes. Es una buena manera de estimular la demanda turística. Además, disponer de tecnología y canales que garanticen información permanente al visitante. La promoción trimestral o semestral por mail podría atraer a nuevos turistas.

Objetivos de la actuación

- Personalizar los intereses de los usuarios sobre Vinaròs
- Generar confianza y fidelidad a los turistas/usuarios
- Permitir hacer mediciones y análisis
- Generar visibilidad
- Aumentar visitas en la web turística
- Promocionar Vinaròs de forma personalizada y segmentada
- Ofrecer trimestralmente a los suscriptores alguna oferta, descuento, promoción o novedad por e-mail.

● Principales interesados

Ayuntamiento, empresas, residentes, visitantes, áreas de Turismo, Informática.

● Nivel de prioridad: medio

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- Tasa de apertura
- Tasa de clic
- Tasa de respuesta
- Tasa de retorno/rebote
- Tasa de spam

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

27. Desarrollo Plan de Marketing participativo

Justificación de la actuación

La colaboración público-privada sobre la estrategia que guíe las acciones en materia de marketing del destino en consonancia con la estrategia global y vincularla a la comunicación sobre las RRSS del municipio favorece su posicionamiento.

Objetivos de la actuación

- Hacer partícipes tanto al sector público como al privado sobre acciones del Plan de Marketing
- Coordinar y comunicar las RRSS lo establecido en el Plan de Marketing con participación público-privada
- Establecer reuniones periódicas con empresarios locales para planificar estrategias y acciones conjuntas en el Plan de Marketing.
- Hacer partícipe al sector privado sobre el Plan de Marketing a través de encuestas, reuniones.
- Redacción de un Plan de Marketing Online 2022-2025

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas.

● Nivel de prioridad: medio

● Presupuesto: bajo

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de reuniones trimestrales entre el sector público y el privado
- N.º de empresas participantes en el Plan de Marketing
- N.º de acciones planteadas conjuntamente en el Plan de Marketing
- N.º de acciones planteadas en ámbito online

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

28. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo familiar

Justificación de la actuación

El turismo familiar es un tipo de turismo donde el alojamiento, comidas, actividades de ocio y precios están totalmente adaptados para satisfacer las necesidades y las comodidades de familias con niños. Vinaròs ha sido uno de los primeros destinos de la Comunitat Valenciana en obtener el distintivo Tour & Kids, el Club de Producto de Turismo Familiar de la Comunitat Valenciana, formado por destinos y empresas que tienen como finalidad la promoción y el fomento de un turismo familiar de calidad. Es un producto consolidado en el destino y en el que debe trabajar para mantener el posicionamiento y perfeccionar su oferta.

Objetivos de la actuación

- Perfeccionar y consolidar los segmentos maduros
- Presentar una propuesta de valor atractiva que integre a toda la ciudad y busque la complementariedad de otros productos o servicios turísticos.
- Trabajar en el incremento de plazas de alojamiento
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º de nuevos alojamientos

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

29. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo sol y playa

Justificación de la actuación

El turismo de sol y playa es el principal segmento turístico de la Comunitat Valenciana. Vinaròs ha trabajado durante estos últimos años en la mejora de los servicios y productos turísticos asociados a este segmento. En la actualidad, es un segmento totalmente consolidado en el destino y en el que debe trabajar para mantener su posicionamiento y mejorar la oferta. El elemento diferencial de la oferta de sol y playa de Vinaròs son sus 23 calas diseminadas a lo largo de los 12 km de costa (más allá de las urbanas del Fortí, Fora del Forat y el Clot) y las acciones vinculadas al programa de Playas Inteligentes pueden ayudar a la mejora de estos recursos de primer orden.

Objetivos de la actuación

- Perfeccionar y consolidar los segmentos maduros
- Presentar una propuesta de valor atractiva que integre a toda la ciudad y busque la complementariedad de otros productos o servicios turísticos.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Trabajar y potenciar el incremento de plazas de alojamiento
- Creación de un departamento de gestión municipal especializado en Playas (Concejalía de Playas y Calas) con capacidad económica y personal adecuados para garantizar una adecuada gestión.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º nuevas plazas alojamiento

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

30. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo gastronómico

Justificación de la actuación

El turismo de gastronómico ha sido uno de los segmentos con mayor crecimiento tanto en la Comunitat Valenciana como en el propio destino. Vinaròs desde su anterior plan estratégico, apostó por la mejora y la promoción de la gastronomía como producto turístico. En la actualidad, es un segmento cada vez más consolidado en el destino.

Objetivos de la actuación

- a) Perfeccionar y consolidar los segmentos maduros
- b) Aumentar la atracción del destino para el visitante de alto valor amantes de la gastronomía.
- c) Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- d) Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- f) Trabajar y potenciar a través de SICTED la calidad de los establecimientos de restauración
- g) Fomentar la participación en clubs de producto: Castelló Ruta de Sabor, L'Exquisit Mediterrani, Saborea España.
- h) Incrementar jornadas gastronómicas durante todo el año.
- i) Redacción de un Plan Director de Turismo Gastronómico.
- j) En colaboración con las asociaciones del sector de la hostelería y la Conselleria con competencias en medio ambiente y cambio climático, implantar acciones coordinadas para reducir los desperdicios de alimentos.
- k) Realizar jornadas de sensibilización y divulgación de recomendaciones y buenas prácticas dirigidas a empresas de hostelería, en colaboración con las asociaciones sectoriales, para promover el uso eficiente del agua, reducción del consumo energético, gestión de residuos, y economía circular.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de jornadas gastronómicas
- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º de nuevos restaurantes

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

31. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo cultural y patrimonial

Justificación de la actuación

La puesta en valor del patrimonio intangible, de los valores culturales y las tradiciones es un área de trabajo que el destino debe abordar desde un enfoque de mejora y promoción de su oferta. Las actuaciones de modernización de los recursos y digitalización de su oferta patrimonial y cultural están contempladas en el modelo DTI sobre el que Vinaròs lleva trabajando activamente estos últimos años y que le permitirán mejorar el posicionamiento de este segmento.

Está prevista la apertura de la Colección Museográfica junto a la nueva oficina de Turismo en la planta baja del futuro Centre d'Inspiració Turística Vinaròs-Maestrat (Edifici Cotxera de Batet), Lo que incrementará la oferta de Vinaròs en el segmento de turismo cultural y patrimonial.

Cabe destacar el programa Vinaròs Arts Escèniques, programa donde se realizan distintas actuaciones como teatro, danza y musicales durante los meses de julio hasta setiembre, en el recinto de la plaza de toros, con la finalidad de reactivar el sector cultural después de la crisis del COVID-19.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º de experiencias digitalizadas

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor
- Optimizar y validar la propuesta de valor
- Identificar expectativas del visitante amante de la cultura y el patrimonio.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Digitalizar, geolocalizar y gestionar de manera transversal los recursos patrimoniales y actividades culturales.
- Diseñar una propuesta de valor atractiva que integre toda la ciudad y busque el embellecimiento urbanístico del conjunto, de la mano de la innovación.
- Considerar las propuestas que emanaran del Plan de Protección del Centro Histórico (en redacción) e incorporación de personal especializado en protección y dinamización del patrimonio en la RPT municipal.
- Diseño de itinerarios turísticos aprovechando la ruta de arte urbano
- Estudio para la puesta en valor como recurso turístico del Molí de Noguera.
- Puesta en valor de los principales bunkers de la GCE.
- Continuar profundizando en la acción de creación de visitas guiadas experienciales que integran en su recorrido el patrimonio monumental, natural y gastronómico del destino y de su área de influencia.
- Aumentar la coordinación en la realización de actividades culturales y lúdicas de forma que el empresariado pueda disponer con antelación de la programación cultural para generar ofertas complementarias de acuerdo con la agenda de actividades. Es necesario que la agenda de actividades sea fácilmente accesible para el sector privado y también, para la demanda turística.

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

32. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo de fiestas

Justificación de la actuación

Vinaròs cuenta con dos fiestas declaradas de Interés Turístico Autonómico, el Carnaval y la Semana Santa. El Carnaval se ha posicionado durante los últimos años como uno de los referentes no sólo a nivel autonómico sino también nacional. El destino debe diseñar e implantar políticas de mejora y promoción de la oferta de fiestas. Destacar la Fira i Festes de Sant Joan i Sant Pere (interés turístico provincial), que se celebran en el mes de junio, y suponen un elemento destacado para luchar contra la estacionalidad.

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor
- Optimizar y validar la propuesta de valor
- Identificar expectativas del visitante amante del ocio y fiestas.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Incorporar soluciones tecnológicas que virtualicen las experiencias y permitan disfrutarlas fuera de sus fechas de celebración.
- Creación de una estructura municipal con la figura de un responsable del departamento de fiesta y con reconocimiento de funciones en la RPT municipal.
- Promover por parte del ayuntamiento, la creación de una estructura permanente en la comisión gestora del Carnaval de Vinaròs e incluirla en el Consejo Municipal de Turismo

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º de experiencias digitalizadas

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

33.Desplegar un plan de mejora del segmento turismo natural

Justificación de la actuación

El segmento de turismo natural ha experimentado un gran incremento sobre todo desde la aparición de la pandemia COVID. Los turistas, buscan cada vez más, espacios abiertos y no saturados en los que desarrollar actividades al aire libre. Vinaròs debe aprovechar esta coyuntura para diseñar e implantar políticas de mejora y promoción de la oferta de turismo natural.

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor que atraiga a visitantes interesados en el turismo natural y senderismo.
- Optimizar y validar la propuesta de valor
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Incorporar soluciones tecnológicas que virtualicen los recursos naturales.
- Implantación de sensorítica que permita la gestión de los espacios naturales y el control de flujos de visitantes.
- Mejora de senderos, creación y homologación de nuevas rutas.
- Realizar jornadas de sensibilización a las empresas que desarrollan sus actividades en entornos naturales y difundir buenas prácticas entre el sector privado y la ciudadanía para aminorar el impacto de la actividad turística en los ecosistemas naturales como montañas, mares, ríos y pantanos.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de sensores implantados
- N.º de senderos creados

- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º de experiencias digitalizadas

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

34. Desplegar un plan de desarrollo del segmento cicloturismo

Justificación de la actuación

El cicloturismo es un segmento con gran potencial de crecimiento y con unas características atractivas para aquellos destinos que desarrollen políticas de promoción y generación de servicios asociados a este perfil de turista. Al mismo tiempo, el impulso de la bicicleta como medio de transporte y de práctica deportiva contribuye a la mejora de sostenibilidad y movilidad dentro del destino.

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor que atraiga a visitantes interesados en el cicloturismo.
- Optimizar y validar la propuesta de valor
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Creación de vías exclusivas y carriles bici.
- Potenciar rutas ciclistas a lo largo de la costa de Vinaròs y enlazarla con municipios limítrofes.
- Incremento de oferta alojativa adaptada a este perfil de usuario.
- Promoción etapa 1 Ulldecona-Alcossebre de la ruta ciclista Eurovelo8

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de kms de carriles bici

ODS vinculados



- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados

6.2 ACCIONES

35. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo de compras

Justificación de la actuación

Vinaròs es el polo comercial de la comarca. Esta circunstancia debe aprovecharse por parte del destino. En el anterior plan estratégico se contemplaban acciones que fomentaban las políticas de cooperación y promoción del sector comercial del municipio. Estas acciones deben continuar y ampliarse para desarrollar plenamente este segmento turístico.

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor que atraiga a visitantes interesados en el turismo de compras.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Coordinación con concejalía de comercio para promocionar acciones conjuntas con el departamento de Turismo.
- Incorporación de la oferta comercial a la web de comercialización del destino.
- Trabajar el concepto de clúster cultural alrededor de la oferta comercial de Vinaròs, diseñando itinerarios que muestren a los visitantes los recursos turísticos y culturales del destino.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de comercios incorporados a la web

ODS vinculados



- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados

6.2 ACCIONES

36. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo de náutico

Justificación de la actuación

El litoral costero de Vinaròs es un atractivo con enorme potencial para el desarrollo de actividades náuticas. Al mismo tiempo, la preservación de los ambientes infralitoral y circalitoral permitirá el desarrollo de actividades en ámbito del turismo mariner, como es el producto pescaturisme, promocionado por Turisme Comunitat Valenciana. Para su puesta en marcha se requiere de entornos con abundante vida marina que permitirán a los visitantes conocer los aspectos culturales y medioambientales relacionados con la tradición pesquera del municipio.

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor que atraiga a visitantes interesados en el turismo náutico.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Coordinación con concejalía de medio ambiente para promocionar acciones conjuntas con el departamento de Turismo.
- Incorporación de la oferta comercial a la web de comercialización del destino.
- Mejora de los espacios portuarios

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- Nº de comercios incorporados a la web

- N.º de campañas de Marketing
- Nº de servicios creados
- Nº mejoras implementadas en el puerto

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

37. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo senior

Justificación de la actuación

El perfil de turista senior es cada vez más numeroso y muestra gran interés en las oportunidades que ofrecen los destinos turísticos para disfrutar de su tiempo libre. Se trata de un sector con un nivel económico estable y de gran atractivo para la industria turística. Vinaròs ofrece recursos naturales, de ocio y culturales de calidad que permiten plantear acciones de promoción y captación de este segmento turístico. El destino debe abordar políticas que le permitan mantener la calidad de sus recursos y mejorar los servicios turísticos.

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor que atraiga a visitantes seniors.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas.
- Trabajar con las empresas adheridas a SICTED acciones de mejora de servicios y de adecuación de los productos a las necesidades de este sector.
- Incorporación de la oferta comercial a la web de comercialización del destino.
- Mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos a través de las acciones definidas en el plan de accesibilidad turística.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: medio

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción

- N.º de campañas de Marketing
- N.º de servicios creados
- N.º de productos creados

ODS vinculados



6.2 ACCIONES

38. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo inclusivo

Justificación de la actuación

Hablar de turismo inclusivo implica trabajar en la adecuación de entornos, productos y servicios turísticos de manera que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios, en condiciones de autonomía, seguridad y comodidad.

Vinaròs debe emprender políticas y actuaciones que permitan avanzar en la mejora de la accesibilidad, para que todas las personas, con independencia de sus características individuales, puedan disfrutar de su oferta turística en una perspectiva de autonomía.

Partiendo de la premisa que las acciones de mejora en la accesibilidad de los recursos turísticos deben beneficiar a cualquier perfil de turista, es importante incidir en dos perfiles claramente beneficiados con la aplicación de este tipo de políticas. Hablamos tanto de personas con discapacidad como de las personas mayores, ya que son los dos grupos que más se ven afectados por las consecuencias de la falta de accesibilidad a los recursos, productos y servicios turísticos.

● Principales interesados Ayuntamiento, empresas, turistas.

● Nivel de prioridad: alto

● Presupuesto: alto

● Plazo temporal: 2022 a 2025

● Indicadores propuestos

- N.º de actuaciones planificadas
- N.º de actuaciones ejecutadas
- Encuestas de satisfacción
- N.º de comercios adaptados

- N.º de visitantes
- N.º de servicios adaptados
- N.º mejoras implementadas en los recursos turísticos

Objetivos de la actuación

- Diseñar una propuesta de valor que atraiga a este segmento.
- Definir acciones/campañas de promoción que se incorporarán al Plan de Marketing.
- Informar, coordinar y hacer partícipe al sector privado para la puesta en marcha de iniciativas conjuntas para la mejora de la accesibilidad.
- Trabajar con las empresas adheridas a SICTED acciones de mejora de servicios y de adecuación de los productos a las necesidades de este sector.
- Incorporación del catálogo de recursos, productos y servicios accesibles a la web del destino.
- Mejora de la accesibilidad a los recursos turísticos a través de las acciones definidas en el plan de accesibilidad turística.
- Reforzar la mejora de las condiciones de accesibilidad visual, auditiva y cognitiva
- Facilitar la orientación por la ciudad mediante actuaciones de mejora de la señalización turística peatonal e inclusión de criterios de accesibilidad.

ODS vinculados



ANEXO I



Se han definido los Ejes Estratégicos sobre los que se va a basar este Plan Estratégico de Turismo Inteligente de Vinaròs 2022-2025. Esos 9 ejes se han vinculado a 16 Ámbitos de actuación con un total de 38 acciones.

EJES	ÁMBITOS	ACCIONES	PLAN ESTRATÉGICO TCV	
GOBERNANZA	ESTRUCTURAS ORGÁNICAS	1. Creación comisión interdepartamental	LE1P1, LE1P2, LE1P4, LE1P5	
		2. Impulso del Consell de Turisme como órgano participativo en la ejecución del plan estratégico	LE1P1, LE1P2, LE1P4, LE1P5	
	ESTRUCTURAS DE MEDICIÓN	3. Desarrollo de 3 acciones por año para la promoción turística de Vinaròs	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE4P1, LE4P7	
SOSTENIBILIDAD	MEJORA AMBIENTAL	4. Implantación sistema de control y plan de recogida de residuos	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE2P2, LE2P4, LE2P5	
		5. Implantación sistema de monitorización y uso del agua	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE2P2, LE2P4, LE2P5	
		6. Implantación sistema de indicadores de sostenibilidad	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE2P2, LE2P4, LE2P5, LE2P6	
		7. Redacción Plan para mitigar el cambio climático	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE2P2, LE2P4, LE2P5, LE2P6	
	MEJORA MOVILIDAD	8. Implantación sistemas de control y cálculo presión humana en el territorio	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE2P4, LE3P10, LE5P1	
		9. Fomento de la movilidad sostenible	LE1P1, LE1P5, LE2P4, LE2P5, LE3P1	
	SEGURIDAD CIUDADANA	10. Implantación sistemas de monitorización y gestión impacto COVID	LE1P1, LE1P5, LE3P13, LE5P1, LE5P2	
	ACCESIBILIDAD	ACCESIBILIDAD VIRTUAL	11. Adaptación web turística a la norma UNE 139803	LE1P1, LE1P4, LE2P5, LE4P1, LE4P7
		TRANSPORTE ACCESIBLE	12. Virtualización recursos turísticos	LE2P5, LE3P1, LE3P13, LE4P1
			13. Mejora del grado de accesibilidad del transporte público	LE1P1, LE1P2, LE2P5, LE3P1, LE3P8
PLANIFICACIÓN		14. Accesibilidad recursos turísticos (turismo accesible)	LE2P5, LE3P1, LE3P13, LE4P1	
INNOVACIÓN	EMPREDIMIENTO	15. Creación certámenes de premios a iniciativas de emprendimiento del sector turístico	LE1P1, LE1P2, LE2P2, LE3P1, LE3P5, LE3P7, LE3P12, LE3P12	
		16. Programa de difusión ayudas y subvenciones sector turístico para empresas y emprendedores	LE1P1, LE1P2, LE2P2, LE3P1, LE3P5, LE3P7, LE3P12, LE3P12	

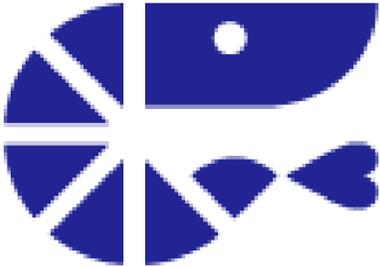
CONECTIVIDAD	SISTEMAS DE CONECTIVIDAD	17. Implantación sistemas de sensorización en el territorio: espacios naturales y recursos turísticos.	LE1P1, LE1P4, LE2P1, LE2P5, LE3P9, LE3P10, LE3P13, LE5P1, LE5P2
		18. Mejora de la conectividad en el destino, implantación zonas WIFI gratuitas en recursos turísticos	LE1P1, LE1P4, LE2P1, LE2P5, LE3P9, LE3P10, LE3P13, LE5P1, LE5P2
INFORMACIÓN	SISTEMAS DE INFORMACIÓN	19. Redacción guía de recursos turísticos accesibles	LE1P1, LE1P5, LE2P2, LE2P5, LE3P1, LE4P1
		20. Digitalización servicios de atención turística	LE1P4, LE2P5, LE3P1, LE3P3, LE4P6, LE4P7, LE4P8, LE4P9
INTELIGENCIA	INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE DATOS	21. Desarrollo e implementación sistemas de inteligencia turística	LE1P1, LE1P5, LE2P5, LE3P4, LE3P9, LE3P10, LE3P11, LE4P2
		22. Generación de plataforma de macrodatos en abierto	LE1P1, LE1P5, LE2P5, LE3P4, LE3P9, LE3P10, LE3P11, LE3P12, LE4P2
		23. Creación de inventario dinámico de recursos turísticos	LE1P1, LE2P5, LE3P1, LE3P9, LE4P1, LE4P6, LE4P7, LE4P9



MARKETING ONLINE	ANÁLISIS Y MEDICIÓN WEB	24. Puesta en marcha y monitorización de acciones SEM	LE1P1, LE2P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P4, LE4P5, LE4P6, LE4P7
		25. Implantación herramienta para monitorizar la reputación online de Vinaròs	LE1P1, LE2P5, LE4P1, LE4P4, LE4P5, LE4P7
	PROMOCIÓN	26. Desarrollo e implantación de un sistema de CRM turístico	LE1P1, LE2P5, LE3P3, LE3P9, LE4P1, LE4P4, LE4P5, LE4P6, LE4P8
		27. Desarrollo plan de Marketing participativo	LE1P1, LE1P2, LE1P5, LE2P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P4, LE4P7

PRODUCTOS TURÍSTICOS	TRADICIONALES	28. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo familiar	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		29. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo sol y playa	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		30. Desplegar un plan de perfeccionamiento del segmento turismo gastronómico	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
	DIFERENCIADORES	31. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo cultural y patrimonial	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		32. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo de ocio y fiestas	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		33. Desplegar un plan de mejora del segmento turismo natural	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
	EMERGENTES	34. Desplegar un plan de desarrollo del segmento <u>cicloturismo</u>	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		35. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo de compras	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		36. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo náutico	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
		37. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo senior	LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7
38. Desplegar un plan de desarrollo del segmento turismo inclusivo		LE1P1, LE1P5, LE4P1, LE4P2, LE4P3, LE4P7	

Turisme VINARÒS

A stylized blue fish logo with a white eye and a white tail, positioned below the word 'VINARÒS'. A blue line connects the end of the word to the fish's tail.